

Microsoft, leader sur tous les médias ?

Tranquillement, Microsoft est en train de franchir une étape stratégique dans son modèle économique. Fort de sa place de leader sur les systèmes d'exploitation, la firme de Redmond cherche à envahir le marché des logiciels pour médias, au point qu'on le nomme parfois le 'Roi de tous les médias', selon une expression proposée par un rapport de Instat/MDR (www.instat.com).

Pour s'en convaincre, faisons un rapide et non exhaustif tour du propriétaire : – Windows Media Player est (encore) livré avec Windows, – Microsoft propose sa solution de DRM (*Digital Right Management*), – Windows Media Series 9 est une plateforme pour la diffusion de contenu sur tous réseaux, – Microsoft a investi dans CinemaNow, la plateforme internet de diffusion de films en vidéo, – Media Center PC cherche à se placer au cœœur de l'électronique grand public, – Microsoft propose ou va proposer son service de téléchargement de musique en ligne, – La Xbox, console de jeu, lecteur CD et DVD. Sans parler des investissements personnels de son fondateur Bill Gates sur le marché de l'image et de la vidéo. La présence de Microsoft dans l'industrie des médias est une réalité, que personne ne conteste plus. Tout au plus les acteurs majeurs de ce marché voient-ils parfois d'un mauvais œil l'arrivée du géant du logiciel. Et chacun de tenter d'imposer son standard. Sur ce plan, Microsoft dispose d'un avantage certain : il accompagne l'industrie du PC qui cherche à diversifier ses activités dans l'électronique grand public. Il n'en reste pas moins que si la firme de Redmond a su surfer sur la vague PC pour s'y imposer avec le succès que l'on sait, il sera plus difficile de convaincre l'industrie des médias.