

Motorola et Apple iTunes: de l'eau dans le gaz ?

Déception lors du CeBit de Hanovre, le méga salon de l'électronique et de l'informatique. Tout le monde attendait avec impatience la présentation en avant-première des premiers mobiles Motorola équipés d'iTunes, la plate-forme de musique en ligne d'Apple.

Et rien n'est venu. Entre les deux géants américains, il semble que les approches soient différentes. Motorola, fidèle à sa tradition, voulait présenter les combinés avant leur lancement effectif sur le marché, mais le fabricant explique que ce n'est pas la politique du patron de la firme à la pomme, Steve Jobs. « *Ce que vous voyez-là est lié au mariage de deux industries qui ont des approches différentes dans le lancement des produits* », a déclaré aux analystes et aux journalistes Ron Garriques, président de la division téléphone mobile de Motorola. « *Aux yeux de Steve Jobs, lorsqu'on annonce un produit dimanche, il doit être vendu lundi* », a-t-il ajouté. Manière détournée de concéder que ces téléphones ne sont pas encore prêts à être lancés? Motorola a néanmoins confirmé qu'il prévoyait le lancement cette année de deux téléphones capables de diffuser de la musique téléchargée sur le site de vente iTunes d'Apple, l'un au premier semestre, l'autre au second. Mais aucun détail n'a été révélé sur ces mobiles. L'accord entre Motorola et Apple, le premier du genre, marque l'arrivée de la musique en ligne au sein de la téléphonie mobile. Un secteur très porteur. Certains opérateurs estiment que ce service sera une des 'killer application' de la téléphonie de troisième génération UMTS ou 3G. « *Nous plaçons la musique parmi les services clés pour le développement des revenus des opérateurs 3G* », explique Philip Taylor, directeur de Strategy Analytics. Dans ce domaine, les annonces se multiplient. En février, c'est Nokia qui annonçait intégrer RealPlayer dans un volume plus large de combinés (lire nos articles). Nokia a également annoncé une nouvelle initiative avec Loudeye (qui exploite OD2 la plate-forme de musique en ligne vendue 'en gros' aux acteurs du marché) et Microsoft pour le DRM ('*digital rights management*' qui permet de protéger les droits des auteurs) et le player. De quoi contrer Apple et Motorola... L'accord met fin à une longue rivalité, Nokia ayant préféré pendant longtemps utiliser soit des logiciels conçus en interne, soit recourir à ceux de RealNetworks, concurrent de Microsoft sur le secteur des lecteurs audio et vidéo. Déployable dans 30 pays, cette solution en 'marque blanche' permettra aux opérateurs de lancer un service complet de musique, à leur marque. La plate-forme permet ainsi aux utilisateurs – par le biais d'une application aux couleurs de leur opérateur – de parcourir, chercher, écouter et télécharger des titres sur leur téléphone ou leur PC, qu'il s'agisse de la totalité des morceaux ou de sonneries hi-fi (MasterTones). D'un autre côté, ces services dépendront de la capacité des fabricants à proposer des mobiles capables de stocker plus de fichiers. Les combinés à mémoire flash se multiplient et seront rejoints par des modèles à disque dur. Mais ces derniers seront plus chers, plus lourds et plus gourmands. Le phénomène s'applique d'ailleurs aussi aux baladeurs numériques. Selon une étude, les ventes de ces lecteurs avec disques durs devraient atteindre 56,2 millions d'unités en 2009, contre 9,8 millions en 2004. Mais tous les acteurs du marché ne sont pas aussi optimistes. Certains opérateurs mobiles craignent en effet que les utilisateurs préfèrent transférer de la musique sur leur téléphone après l'avoir téléchargée sur leur ordinateur, au lieu d'avoir à payer un téléchargement via les réseaux sans fil des opérateurs.