

Musique en ligne: Apple fait feu de tout bois

La musique en ligne vit aujourd'hui un moment assez crucial: Apple va-t-il reproduire le succès de son service de téléchargement payant iTunes (13 millions de titres vendus en six mois) avec son adaptation sous Windows?

Car, si iTunes cartonne chez les utilisateurs de Mac, c'est d'abord parce que le peer-to-peer (qui permet de télécharger gratuitement de la musique sur le Net avec Kazaa par exemple) n'est pas aussi répandu sous Mac que sous Windows. Un succès ou un échec de cette adaptation pourrait donc profondément modifier la donne dans ce marché où de nombreux acteurs: Yahoo, Real, Napster... sont en train de se positionner. iTunes devra donc affronter une concurrence âpre de la part de ces nouveaux acteurs mais aussi des sites de P2P gratuits et affronter le danger des pirates, beaucoup plus actifs sous Windows que sous Mac. Autant dire que les choses ne seront pas aussi simples que ça. **400.000 titres** La version Windows de iTunes est donc disponible depuis ce jeudi, d'abord aux Etats-Unis. « *Ce n'est pas une version bébé d'iTunes. Elle est complète* », a déclaré le directeur général du constructeur informatique Steve Jobs lors d'une démonstration publique de la version très attendue du logiciel et du service associé. Le service iTunes Music Store offrira 400.000 chansons d'ici la fin du mois, a dit Jobs. La version Macintosh a permis de vendre en téléchargement plus de 13 millions de titres en six mois d'exploitation, a-t-il ajouté. Apple, qui a lancé son service en avril, dispose d'un catalogue musical de 200.000 titres achetables à la carte, au prix unique de 99 cents pièce (85 centimes d'euros). Apple compte bien accélérer le rythme de 500.000 titres vendus chaque semaine. Son PDG Steve Jobs a indiqué qu'il tablait sur 100 millions de chansons vendues à la date du 28 avril 2004, pour le 1er anniversaire du « Store ». **Accès privilégié pour les abonnés AOL** Dans le même temps, la firme à la pomme annonce un partenariat avec AOL (groupe Time Warner) pour proposer aux 25 millions d'abonnés américains du géant de l'internet un accès privilégié, d'un simple clic de souris, à son magasin de musique en ligne. La nouveauté principale pour les abonnés du fournisseur d'accès sera la possibilité de payer non plus pour l'ensemble d'une plate-forme musicale, mais pour le téléchargement de chansons à l'unité en cliquant sur le lien établi avec le « jukebox » virtuel d'Apple. Jusqu'à présent ils avaient accès à la plate-forme payante MusicNet moyennant des frais supplémentaires et forfaitaires versés chaque mois. Pour son service AOL Music déjà existant, la filiale de Time Warner revendique 16 millions d' «utilisateurs mensuels».