

# Musique en ligne : iTunes insensible aux assauts d'Amazon

Malgré une offre séduisante, Amazon MP3 ne semble pas affecter les ventes de l'ultra-dominant iTunes. Selon une étude du NPD Group, citée par *InformationWeek*, seulement 10% des clients de la nouvelle plate-forme sont des anciens clients du service d'Apple.

C'est à la fois une bonne et une mauvaise nouvelle. Bonne parce qu'Amazon a réussi, selon les auteurs de l'étude, à séduire ses propres clients. Mauvaise, car l'ambition d'Amazon était bien de déstabiliser le quasi-monopole d'iTunes dans la musique en ligne avec une part de marché supérieure à 70% et la place de premier vendeur de musique aux Etats-Unis. « *Amazon attire ses propres clients et Apple n'est pas impacté* », explique Russ Crupnick, analyste pour NPD.

Visiblement, les clients iTunes ne sont pas en quête d'alternatives moins coûteuses et plus ouvertes, ajoute NPD. En effet, Amazon MP3 se distingue par un catalogue sans DRM (digital right management ou verrous techniques) qui permet de lire les titres achetés sur n'importe quel terminal. En outre, les tarifs pratiques sont inférieurs à ceux de la pomme : les titres seront vendus 89 à 99 cents US pièce. Les albums complets sont téléchargeables au prix de 8,99 dollars pour les 100 premiers de la liste par contre il faut compter 11,99 dollars pour les autres.

A titre de comparaison, iTunes propose ses titres sans DRM au prix de 1,29 dollar. Les morceaux protégés par des DRM sont vendus au prix de 99 cents.

« *Le problème des DRM ne préoccupe pas les utilisateurs d'iTunes* », explique Russ Crupnick. « *Car les majorité des clients sont possesseurs d'un iPod et le couple iTunes + iPod fonctionne très bien* ».

NPD observe également une différence sociologique entre les deux services : Amazon est utilisé à 64% par des hommes, ce taux tombe à 44% pour iTunes. Par ailleurs, les 13-17 ans préfèrent iTunes (18% des clients contre 3% pour Amazon).