

MySpace à l'assaut d'iTunes

La vente de musique en ligne est décidément un domaine attrayant. L'un des géants des sites communautaires, **MySpace**, propriété de **News Corp.**, va lancer sa propre plate-forme de téléchargement de musique.

Trois des plus importantes maisons de disques mondiales (Warner, Sony-BMG, Universal) ont choisi d'accompagner MySpace dans la future coentreprise. Le service, baptisé **MySpace Music**, devrait proposer de l'écoute en *streaming*, des places de concert, des produits dérivés ou encore des sonneries pour mobile. Quant au téléchargement payant de titres, lui aussi sera disponible, sans DRM (verrous de protection). Le modèle économique est classique : publicité et paiement à l'acte.

Avec cette nouvelle déclinaison, MySpace met en place une stratégie destinée à saper le leadership d'**Apple**. Avec sa plate-forme **iTunes**, la firme de Cupertino est devenue en l'espace de quelques années le second revendeur de musique des Etats-Unis. Le statut, enviable, rappelle que si la musique physique a du plomb dans l'aile, son alter-égo dématérialisé peut, avec un solide modèle économique, dégager de formidables revenus.

MySpace part avec un solide avantage : sa communauté d'utilisateurs. Le site compte **110 millions de membres**. Juste de quoi assurer un décollage dans les règles. Du coup, l'opposition risque d'être féroce. « *iTunes est un magasin de téléchargement* », assure au *Los Angeles Times* l'un des partenaires de MySpace. « [Notre] entreprise est une communauté de membres grandissante. Il y aura donc une myriade de service qu'iTunes n'offre pas » .