

# Napster compte 606.000 abonnés, +51% en un an

Le marché de la musique en ligne ne profite pas qu'à Apple et son iTunes. Le pionnier du P2P illégal Napster, désormais rangé des voitures, commence à récolter les fruits de sa nouvelle politique d'offre légale. Petit à petit, la plate-forme réduit ses pertes et le nombre d'abonnés progresse.

Napster a en effet enregistré pour son quatrième trimestre fiscal, une perte de 0,17 dollar par action, en net recul par rapport à la perte de 0,59 dollar par action réalisée il y a un an. Surtout, il précise que les abonnements, qui représentent 87% du chiffre d'affaires musical ont atteint un nombre de 606.000. Hors universités, le nombre d'abonnés supplémentaires s'est accru de 54% sur un an. Napster, tout comme les concurrents d'iTunes – le service de téléchargement légal d'Apple qui occupe près de 80 % de part de marché ?, doit faire face à une problématique de taille : comment proposer une offre concurrente d'Apple, originale et attractive, malgré l'incompatibilité avec l'iPod ? La première étape évidente est de multiplier l'investissement publicitaire. Napster s'est ainsi montré au Super Bowl, et la société a doublé ses ventes en 2005. Mais cette politique a un prix, le site a perdu 79 millions de dollars sur les deux dernières années. La seconde étape consiste à proposer un autre modèle complémentaire à celui d'iTunes. La société propose le téléchargement illimité contre un abonnement mensuel de 9,95 dollars pour écouter la musique en local, ou 14,95 dollars pour la transférer sur un baladeur compatible. Et il vient de lancer une nouvelle option qui permet au visiteur de télécharger gratuitement parmi 2 millions de titres proposés par Napster, sans sortir sa carte bancaire ni télécharger le logiciel applicatif. Evidemment, l'offre a ses limites. Un titre téléchargé ne pourra être écouté que cinq fois. Après, il faudra l'acquérir contre 99 cents ou alors s'abonner au service mensuel de Napster. Et la plate-forme n'est pas compatible avec le baladeur numérique iPod d'Apple. Mais cette nouvelle approche pourrait séduire... Pour autant, Napster et les challengers de iTunes doivent désormais se préparer à l'arrivée d'un acteur de poids: le service Urge lancé par deux géants, MTV et Microsoft.