

Napster est dans le rouge mais ses ventes explosent

Encore loin derrière iTunes, Napster connaît néanmoins une croissance plus que vigoureuse. Son chiffre d'affaires s'est envolé de 188% sur la période à 17,4 millions de dollars grâce à l'explosion des abonnements et au succès de l'offre Napster To Go.

Néanmoins, les résultats financiers sont encore dans le rouge. Le groupe a accusé sur le quatrième trimestre au 31 mars une perte nette de 24,3 millions de dollars, soit 60 cents par action, contre une perte de 6,57 millions (20 cents) un an plus tôt. Et les prochains mois vont être difficiles pour l'entreprise. Yahoo a en effet annoncé son offre 'Yahoo Music Unlimited' (lire notre article) qui reprend à peu près les mêmes formules, celles de Napster et de Real, mais avec des prix beaucoup moins élevés. L'arrivée du géant de l'Internet et de son énorme réseau d'utilisateurs va faire mal à Napster. Les investisseurs l'ont bien compris: l'action de Napster dégringole depuis deux jours. Chris Gorog, p-dg de Napster, a tenté de calmer le jeu: *« Nous pensons que la promotion de nouveaux services d'abonnements par les compétiteurs étendra le marché. Sur la base de nos discussions avec des labels de musique, il est clair que des prix d'introduction très agressifs pour les abonnements portables des concurrents conduiront à des marges brutes négatives. Nous estimons que les consommateurs devraient s'attendre à de rapides augmentations de prix »*. **Et de poursuivre:** *« Nous pensons par ailleurs que la plupart des consommateurs demanderont qu'un service d'abonnement payant les débarrasse de la publicité. Et Napster s'engage à offrir aux véritables fans de musiques un abri sûr »*. **Mais face à Yahoo, Napster peut se faire du souci.**