

Napster revient au téléchargement (presque) gratuit

Retour aux sources pour Napster ?

Le site Web s'est fait connaître à l'origine, en 1999, comme la principale plate-forme de téléchargement de musique en ligne, développée dans le dortoir d'un lycée. La plus importante aussi à l'époque, dans la mouvance du téléchargement illégal en 'peer-to-peer'. Après avoir été la cible de l'industrie, puis cédé à l'appel de l'économie pour devenir en 2003 une plate-forme légale de téléchargement, Napster revient aujourd'hui au modèle gratuit. Le temps d'une campagne publicitaire ? Le visiteur peut 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. « *Nous sommes plus proches que nous ne l'avons jamais été de la vision originale du service Napster qui a envahi le monde en 1999 ? sauf que maintenant, c'est légal* », a déclaré Chris Gorog, le CEO de Napster. 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. Mais tout cela n'est pas suffisant pour concurrencer sérieusement Apple, et surtout pour devenir rentable. Alors Napster, qui affiche 600.000 abonnés, joue la surenchère sur son concurrent direct, Rhapsody (RealNetworks, 1,4 million d'abonnés) qui propose déjà de télécharger en mode 'preview' 25 titres par mois. Et chaque téléchargement devient gratuit, aux conditions indiquées précédemment. Un modèle économique et commercial véritablement original, qui pourrait séduire un grand nombre d'amateurs de musique et donner à Napster le coup de pouce nécessaire pour enfin faire progresser son volume d'abonnés.