

'Napster-To-Go': le futur de la musique en ligne?

Le chat a encore frappé ! Il a profité du 39ème Midem (Marché international du disque et de l'édition) pour miauler de contentement et bomber le dos devant les projecteurs. Fermé en 2001 à la suite des procès que lui ont fait les majors, racheté en 2002 par la société Roxio puis relancé sous une forme payante et légale, Napster s'est racheté une conduite même si il a vendu son âme en changeant de litière. L'ex-ennemi public numéro un de l'industrie musicale n'en continue pas moins de chahuter les idées reçues.

Malgré le succès de iTunes, la boutique de téléchargement d'Apple ou de Fnac.com, Chris Gorog, le p-dg de Napster juge le modèle des services avec achat à l'acte déjà obsolète et dépassé. Aux Etats-Unis, au Canada, et au Royaume-Uni, Napster compte 270.000 abonnés (lire notre article). Pour 9,95 dollars par mois, ils peuvent télécharger autant de titres qu'ils le souhaitent parmi une offre d'un million de chansons. (70% des clients de Napster optent pour ce système contre 30% qui préfèrent l'achat à la carte). C'est sur ce terrain de l'abonnement que Napster espère faire la différence. Mais ce n'est pas tout. L'alternative proposée par Napster au système en place est une petite révolution. Courant 2005, la version 3.0 « Napster-To-Go » se basera aussi sur l'abonnement mensuel. Chris Gorog explique: « Avec un abonnement mensuel de 15 dollars, l'utilisateur peut acquérir 10.000 titres par mois ». Surtout, Napster 3.0 autorisera ses abonnés à transférer leurs titres sur tous les appareils portables lisant du MP3 et/ou sous Windows Media Player. Une petite révolution au moment où les plate-formes légales sont fortement critiquées pour leur manque d'interopérabilité. Impossible en effet en théorie pour un abonné Napster de transférer des morceaux sur l'iPod d'Apple... Les cinq majors du disque ont passé des accords avec Napster qui s'engage à redistribuer aux producteurs la moitié des revenus au prorata du téléchargement de leur catalogue. Ce modèle de rémunération à l'accès et à l'usage va-t-il s'imposer ? Il est trop tôt pour l'affirmer, mais il est vrai qu'il répond à la demande des consommateurs d'un accès illimité à un large répertoire. **Vers la vente de vidéos à la demande**

Napster étudie l'entrée sur les marchés du téléchargement de films, de programmes de télévision et de jeux vidéos, révèle lundi le

Financial Times. Le marché présente encore peu d'acteurs, mais il s'agit dans ce milieu d'être soutenu par les bons acteurs, CinemaNow est ainsi soutenu par deux sociétés d'un poids certain : Microsoft et Disney.