

Partage de photos : MySpace s'offre Photobucket

A la différence de ses concurrents qui cherchent à retenir l'internaute sur leur site exclusivement, le populaire Photobucket a au contraire choisi de jouer l'ouverture et autorise ses abonnés à publier sur d'autres sites les photos qu'il stocke pour eux.

Le service propose aux internautes de déposer leurs photos, pour les transmettre ou pour les publier sur des sites de réseaux sociaux, comme MySpace, Facebook, Friendster, eBay, Craigslist ou Blogger.

Une démarche qui a accompagné son succès. Lancé il y a quatre ans, le service a séduit 41 millions d'utilisateurs enregistrés et stocke désormais plus de 2,8 milliards d'images.

La part de marché du site sur la photographie en ligne serait de 40 % aux Etats-Unis, quatre fois plus que son premier concurrent Yahoo. Les photos s'afficheraient sur plus de 300.000 sites web.

Côté trafic, Photobucket pointe à la 22^{ème} place des sites américains les plus visités. Et 60 % de ce trafic proviendrait de MySpace? A l'inverse, le site serait le troisième plus populaire reconnu par les abonnés du service de réseaux sociaux.

Un succès qui a inévitablement retenu l'attention de ce dernier. MySpace est filiale de News Corp., le groupe de Rupert Murdoch, qui aurait proposé 250 millions de dollars en 'cash' pour acquérir Photobucket.

Histoire d'une start-up Internet Alex Welch et Darren Crystal, deux jeunes ingénieurs télécoms de *Level 3 Communications*, ont l'idée de créer un service simple d'échange de fichiers, moins commercial que les sites existants. Patron de la nouvelle entreprise, Alex Welch va financer avec sa propre carte bancaire les six premiers mois d'exercice du projet, puis fera appel au bas de laine de ses parents. Il attendra la reconnaissance du succès pour faire appel à des capitaux privés. C'est Trinity Ventures qui apportera 2,5 millions de dollars à la jeune start-up lors d'un premier tour, puis 10,5 millions en 2006, après le déménagement de la société sur la Silicon Valley.