

Pourquoi les start-ups surfent-elles sur la vague MySpace ?...

Le magnat de la presse Rupert Murdoch étant à sa tête depuis 2005, il est difficile d'imaginer que MySpace disparaisse un jour de la Toile.

Le site qui détiendrait, selon différentes études, entre 75% et 81% du marché du « **Social Networking** », cherche pourtant toujours à monétiser son audience. Les équipes de Murdoch ne sont pas les seules à vouloir une part de cet énorme gâteau promis et annoncé.

Plusieurs firmes se pressent au portillon, proposant des services à la sauce 2.0 et surfant l'énorme vague générée par MySpace.

Photobucket

Presque toutes les pages de MySpace disposent d'images de ce service d'hébergement de photographies.

PhotoBucket est une société américaine de 60 personnes qui monétise son audience par l'intermédiaire de la publicité et de l'abonnement à son service. Avec 17,6 millions de visiteurs uniques par jour, et 40 millions d'utilisateurs enregistrés, PhotoBucket est d'ores et déjà un joli succès.

Imageshack

Il s'agit également d'un service d'hébergement avec abonnement. Son modèle économique est le même que celui de Photobucket. Le site est plutôt beau et convivial, mais malheureusement il ne donne pas d'informations sur les résultats financiers du groupe ni sur l'audience du site...

YouTube

Très populaire, le site de partage de vidéo doit largement son succès à MySpace et bien sûr au talent de ses membres. YouTube a connu quelques problèmes et a été accusé de piratage par Viacom (MTV) qui a demandé à la plate-forme de retirer 100.000 extraits de ses émissions télé. En octobre 2006, YouTube a été racheté par Google pour 1,65 milliard de dollars en actions.

RockYou

Pour 5 dollars l'année, ce gadget qui fonctionne sous Flash permet de créer des diaporamas (photo slideshows).

Slide

Comparable à RockYou, cette 'application' permet de créer des écrans de veille et des diaporamas pour un espace MySpace. Slide a été lancée en 2005 par l'un des fondateurs de PayPal, Max Levchin.