

Samsung rachète mSpot, un acteur du cloud mobile et des contenus

Samsung vient d'annoncer l'acquisition de **mSpot**, une entreprise californienne spécialisée dans la fourniture de services cloud de divertissement pour la mobilité. Le montant de l'acquisition n'est pas dévoilée mais les médias américains l'estiment à 10 millions de dollars. L'opération comprend la reprise de l'ensemble des technologies développées, les actifs et l'ensemble du personnel de mSpot, précise Samsung. Ce qui sous-entend l'importance que revêt cette acquisition pour l'entreprise.

Avec mSpot, le constructeur coréen compte effectivement développer un ensemble de services de divertissement propulsés depuis le « nuage » Internet vers les terminaux mobiles : musique, vidéo et radio arriveront sur les tablettes et smartphones de l'utilisateur en flux continu à la demande (streaming), voire en téléchargement. Ce qui permet d'anticiper une potentielle offre qui accompagnerait l'iPhone 5. Et dans tous les cas de se positionner sur ce marché en devenir.

Samsung ne précise pas, à ce stade, les détails des futurs services. mSpot dispose notamment d'un catalogue de films commercialisés autour de 4 dollars en mode streaming. Pour la musique, le fournisseur invite visiblement l'utilisateur à stocker directement la sienne sur les 5 Go proposés dans l'offre. Samsung annonce néanmoins que les services de divertissement de mSpot constitueront « un élément clé pré-installé sur [ses] appareils mobiles nouvellement annoncés ». Y compris le [Galaxy S 3](#) ?

Une stratégie d'offre de contenus

L'acquisition de mSpot précise la stratégie de Samsung en matière de services cloud qui devraient composer le nouveau champs de bataille des constructeurs de terminaux mobiles. Elle vient compléter le partenariat de stockage cloud avec DropBox (50 Go annoncés pour le GS3) en misant sur les contenus. Une démarche un peu différente de celle de LG (qui a récemment annoncé son [LG Cloud](#) et qui s'apparente à une offre de stockage interfacée pour la lecture des contenus multimédia) et semble se rapprocher de celle de HTC après son acquisition de SyncTV, un service de diffusion de vidéo sur Internet.

« mSpot partage notre vision d'apporter aux consommateurs une offre de divertissement de premier ordre dans le cloud, qu'ils ont construite avec de fabuleuses technologies par une merveilleuse équipe d'ingénieurs », a commenté **TJ Kang**, vice-président senior à la division Media Center de Samsung Electronics. « Avec nos ressources combinées [aux terminaux Samsung], nous voulons redéfinir la consommation des contenus à travers l'univers mobile avec les services cloud », a renchéri **Daren Tsui**, directeur exécutif de mSpot. Tout est dit.