

## USA: un BigMac et un MP3, svp!

La musique en ligne semble devenir la nouvelle marotte des industriels. Les plates-formes payantes poussent comme des champignons (cf. nos articles). Mais cela ne suffit pas.

Certains veulent en faire un argument commercial pour doper leurs ventes. C'est le cas du géant McDonald's. Le numéro mondial du « fast-food » est en train d'étudier un partenariat avec Sony pour proposer à ses clients de la musique en ligne gratuite. La chaîne devrait investir environ 30 millions de dollars dans la campagne publicitaire de lancement de Connect, le service de Sony, en échange de quoi elle se chargerait de commercialiser une grosse quantité de chansons acquise à prix cassé auprès de Sony, selon des sources proches du dossier citées par le *Los Angeles Times*. Explication: lorsque le 'teenager' américain viendra acheter son menu BigMac, il recevra, avec son sandwich, un code afin de télécharger gratuitement sur le site de Sony, un ou plusieurs Mp3... Connect doit être lancé ce printemps. Il permettra l'achat de chansons à 99 cents l'unité parmi plus de 300.000 titres, Un tel partenariat existe déjà entre Apple et Pepsico: ce dernier fournit dans certaines capsules de bouteilles des codes spéciaux invitant à faire des affaires chez le disquaire en ligne iTunes.