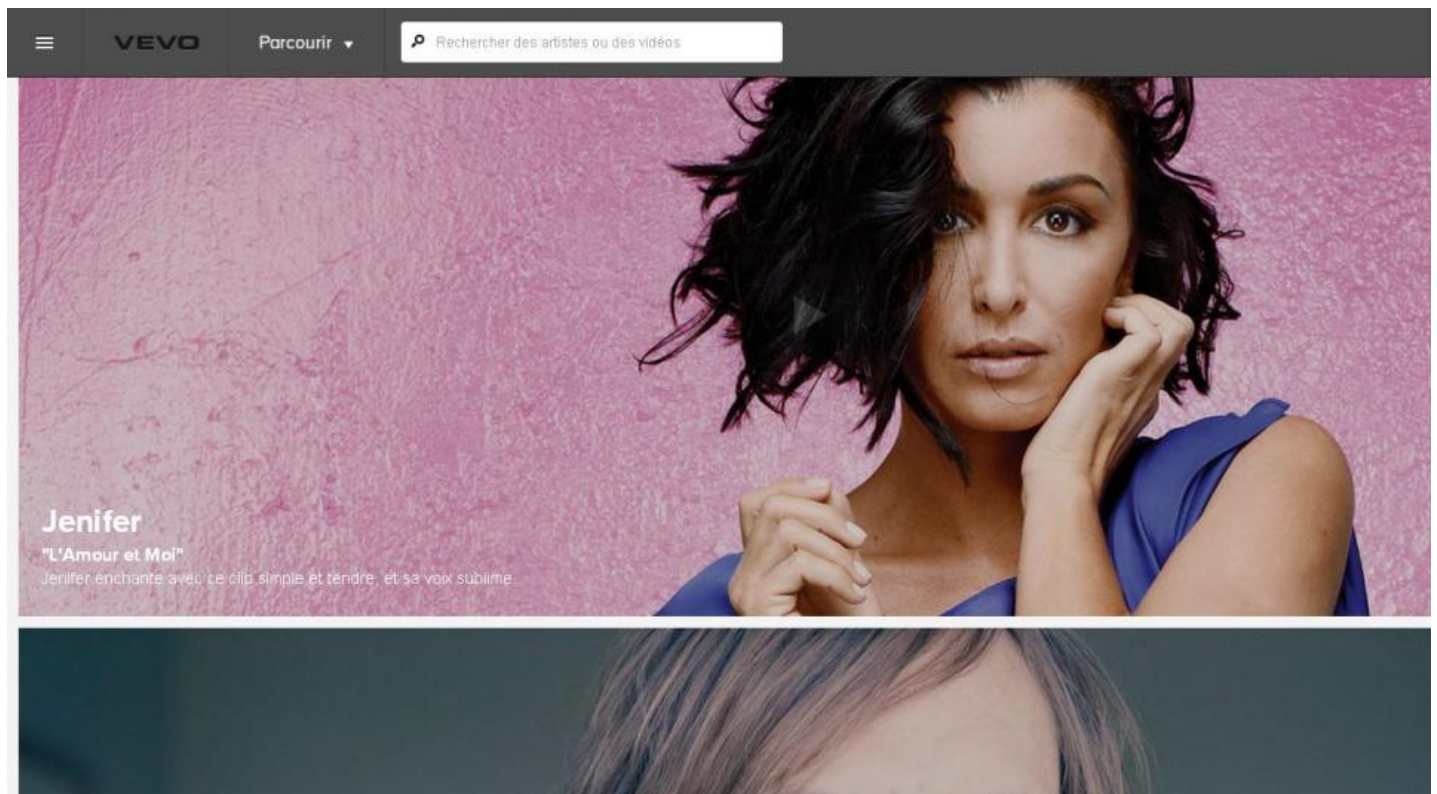


VEVO, nouvelle plateforme de clips musicaux, fait son arrivée en France



Né d'une alliance entre Youtube, Universal et Sony, cette plate-forme de vidéo génère un trafic de plus en plus important grâce à ses partenariats privilégiés.

Après seulement 18 mois d'existence, VEVO a déjà tout d'un grand. Ce site d'hébergement de vidéo-clips musicaux, lancé en décembre 2009 au Royaume-Uni, est devenu le partenaire de Youtube qui dégage le plus de trafic : **41 millions d'utilisateurs utilisent déjà ce service dans une dizaine de pays avec près de 700 millions de pages vues**, le tout incluant l'accès au site via le web, les tablettes ainsi que les applications pour smartphones.

Les amateurs de musique français connaissaient déjà le nom de VEVO car une partie du site était consultable depuis l'année dernière, mais c'est désormais l'intégralité de son catalogue qui sera disponible dans l'hexagone. Ceci inclut, par exemple, de nouveaux hits potentiels comme "Simple et Tendre" de Jenifer ainsi que les derniers tubes de David Guetta et de Sexion d'Assaut. C'est d'ailleurs là que réside l'avantage concurrentiel de VEVO : son catalogue à l'international se nourrit en effet du soutien de ses deux cofondateurs Universal et Sony, ainsi que de celui d'EMI qui les a rejoints par la suite. Bref, côté musique "à la mode", VEVO a tout pour perdurer.

Elle permet également la diffusion en direct de concerts ainsi que, pour l'utilisateur "lambda", de créer des playlists et de les partager notamment via Facebook : à l'instar de Spotify pour l'audio, l'inscription au réseau social est obligatoire pour la création d'un compte et ainsi bénéficier des services correspondants.

Mais la plateforme ne se limitera pas à la musique en France : c'est pourquoi elle a déjà signé des partenariats avec des marques comme Procter & Gamble ou encore la Française des Jeux, pour le lancement exclusif de nouvelles vidéos musicales.

Ce lancement simultané en France, en Italie et en Espagne devrait permettre d'apporter à VEVO plus de 50 000 vidéos d'artistes issus des catalogues des majors de ces trois pays ce qui, à terme, pourrait apporter près de 400 millions de vues. Ceci étant, dans le contexte actuel, il cache deux "ultimes" failles dans la stratégie de VEVO : l'impossibilité actuelle d'accès au marché allemand et l'absence du catalogue de Warner Music. Une affaire de temps ?