

La BBC annonce un service de streaming musical

La BBC a confirmé la semaine dernière que ses équipes travaillaient depuis plusieurs mois au lancement d'un service de streaming musical intégré à son service Playlister disponible sur l'iPlayer. Lancé en octobre 2013, Playlister permettait jusqu'à présent de retrouver tous les titres musicaux diffusés sur les radios ou inclus dans les programmes des chaînes du groupe public puis de les écouter sur des services partenaires (Deezer, iTunes, Spotify ou YouTube). L'évolution du service permettra d'écouter directement en streaming ces titres sur l'iPlayer durant une durée limitée. Le service de la BBC proposera ainsi un catalogue de 50 000 titres chaque mois (soit le nombre de titres diffusés sur ses antennes selon la BBC). L'utilisateur pourra créer ensuite ses propres playlist puis les exporter vers un service tiers pour les écouter une fois les droits arrivés à échéance sur l'iPlayer.

Le service n'a donc pas pour objectif de concurrencer frontalement les leaders du streaming musical mais d'enrichir l'iPlayer en poursuivant les objectifs de la BBC. La BBC a ainsi présenté son futur service de streaming comme un « champion des nouvelles musique britannique », un outil de découverte musicale qui permettra au groupe de préserver son rôle de guide de confiance pour les auditeurs. La BBC a insisté sur le fait que son service de streaming était conçu comme une offre complémentaire aux autres services de streaming et qu'il s'agira du seul service complètement ouvert et intégré aux autres services musicaux.

Néanmoins, si la BBC semble prête à lancer prochainement son service de streaming, le groupe ne semble pas avoir conclu d'accord avec l'industrie musicale, ce qui peut mettre en péril le modèle économique du projet. Ainsi, la BPI (British Phonographic Industry) qui représente les labels britanniques a condamné un projet qui ne prévoit pas pour l'instant de rémunération équitable des artistes selon elle. En réponse, la BBC s'est engagé à accorder une compensation juste des artistes soit en offrant une audience à des artistes inconnues soit en développant le produit dans un sens qui bénéficiera aux artistes.