

Microsoft veut mettre en avant les nouveaux talents musicaux avec Ignition

Microsoft veut promouvoir les nouveaux talents musicaux. Lundi 4 juin 2007, l'éditeur a annoncé l'ouverture de son programme Ignition que l'on pourrait traduire par "Allumage". Celui-ci vise à faire connaître le travail d'un artiste en le diffusant sur l'ensemble de ses réseaux : MSN, Xbox Live et Zune MarketPlace (la plate-forme de diffusion de musique et vidéo pour le baladeur numérique Zune) principalement. Ainsi, Maximo Park, le premier groupe de musique d'origine britannique à s'associer à Ignition, verra son tube diffusé sur Zune MarketPlace tandis que la vidéo sera consultable sur MSN et téléchargeable sur Xbox Live.

Le groupe britannique bénéficiera également d'un mini-site sur Zune.net et des séances d'écoutes collectives agrémentées de *playlist* et/ou de commentaires "en coulisse" des membres du groupe seront programmées. "Nous ne voulons pas reproduire la formule de MTV", a déclaré Christina Calio, directrice du marketing musical chez Microsoft, à Reuters.

Autrement dit, Microsoft cherche des contenus originaux qui entraînent les artistes dans un engagement exclusif. Une opération qui pourrait séduire plus d'un musicien en herbe quand on sait que l'ensemble des plates-formes MSN, Xbox Live et Zune MarketPlace réunit plus de 30 millions d'internautes réguliers.