

## iDTV

Quand la pub TV  
se la joue interactive  
p.18

## Streaming Video

La vidéo internet en  
quête d'un business  
model p.30

## Web Analytics

La première pierre  
de tout édifice  
e-marketing p.36

# inside

## digital media

Toute  
l'actualité  
des nouveaux  
medias sur  
[www.digimedia.be](http://www.digimedia.be)

# Rich Media

## Et si l'internet était voué à devenir riche?

Banners déroulants, vidéos,  
mini-jeux interactifs, ...  
on trouve désormais  
des applications rich media  
sur quasiment tous les sites !

the  
**best**  
Publishing



# Akamusic

## Rock, pub et pognon !

Bienvenue sur Akamusic.com, le dernier projet musical à la mode. Lancé en mars 2008, il cumule les bonnes idées. En plus de donner une impulsion originale au secteur online de notre petit pays, la plate-forme a le don d'attirer les investisseurs.

« Akamusic a presque tout d'une « killer Platform » Internet. Du coup, son business model a éveillé les instincts prédateurs des investisseurs professionnels. Et non des moindres, puisque Akamusic bénéficie du soutien financier d'e-Merge (Opendeal, Scoopeo, Ogone, etc), en plus de trois autres « business angels » privés, pour un montant total de 500.000 euros! « Un capital de départ suffisant pour poursuivre nos objectifs pendant les deux prochaines années, et élargir le business à d'autres marchés dont le Québec, la France, ou la Suisse francophone », botte en coin Michel de Launoit, co-fondateur du projet avec sa sœur et les frères Gregory et Jean-Marc Goemaere.

La raison de cet engouement financier découle d'un business model déjà éprouvé sur la toile européenne. Car Akamusic joue à fond la carte du site communautaire, dans le plus pur style 2.0, en offrant la possibilité aux artistes de faire produire leur album musical ou single par les internautes producteurs, selon des mécanismes inspirés de la Bourse: l'artiste qui s'inscrit sur le site ouvre une « production » divisée en un certain nombre de parts mises en vente sur Akamusic. Libre ensuite aux « internautes-producteurs » d'acheter une ou plusieurs parts (valeur de 5€) pour aider l'artiste de leur choix à atteindre l'objectif fixé à 15.000€ pour lancer la production d'un single (3 chansons maximum) ou 50.000 € pour financer un al-

bum entier. Ce système ingénieux pose dès lors Akamusic en véritable plate-forme transactionnelle alternative aux labels classiques. Avec en sus des contrats et règles strictes : « tant que la totalité des parts n'a pas été vendue, l'artiste est libre à tout moment de quitter Akamusic », tempère Michel de Launoit. Et de rassurer par la même occasion les investisseurs : « les internautes sont également libres de quitter le projet et de se faire rembourser ou de transférer leurs parts vers un autre artiste ».

### La poule qui pondait des œufs en or

Une fois le montant des 15.000 ou 50.000€ atteint, la machine se met en marche. Akamusic prend la direction artistique du projet. « Nous accompagnons l'artiste dans la production et la promotion de son album/single grâce à de nombreux partenaires artistiques, promotionnels ou diffuseurs (studios, arrangeurs, tourneurs, médias...) » précise le co-fondateur. Le rôle des internautes-investisseurs reste essentiellement limité à celui de producteurs financiers. S'enclenche ensuite la troisième phase du processus. « Lorsque l'album est terminé, Akamusic le met en vente pour le compte des artistes et de leurs producteurs, via tous les canaux existants ». Le partage du gâteau a l'avantage d'être clair et sans bavure. Les recettes nettes issues des ventes sont réparties selon une distribution triangulaire

particulièrement alléchante pour tout le monde: 40% pour l'artiste, soit deux fois plus que ce qu'on lui offre le marché de la promotion musicale, explique Michel de Launoit, 40% pour l'internaute-producteur, et 20% pour Akamusic. Bref, dans si le disque fait un tube, c'est champagne pour tous !

### De la pub, camarade !

Sur le terrain, le compteur tourne très vite. Plus de 970 artistes inscrits. Quant aux internautes-producteurs, ils ont déjà allongé plus de 195.000 euros via le module de paiement électronique. Quatre artistes ont déjà atteint leur objectif, et une ribambelle de chevelus est à deux doigts de la ligne de flottaison. « La plupart des fonds proviennent d'amis ou de proches des artistes, mais Akamusic peut également compter sur la bienveillance des dénicheurs de talents présents depuis le lancement du site », observe Michel de Launoit. Pour le bilan, même provisoire, ce sera pour plus tard. « Car les disques ne sortiront que fin septembre début octobre ». Pour Akamusic, les sources de revenus ne se limitent toutefois pas aux seuls 20% de dividendes prélevés sur chaque transaction. L'autre mode de rémunération provient directement de la pub. Plus exactement des banners qui tapissent ça et là les pages Web. « On cherche toutefois à limiter les espaces d'affichage et le sponsoring à quelques annonceurs privilégiés pour éviter de transformer

Misez sur vos artistes préférés

Faites les entrer en studio

Touchez 40% des ventes !

Démarrez votre production  
Entrez en studio  
Touchez 40% des ventes !

Single  
15.000 €  
Album  
50.000 €

Comment  
ça marche

Inscrivez  
vous  
maintenant

la plate-forme en sapin de Noël», prévient Michel de Launoit. À côté de ça, Akamusic met les bouchées doubles pour développer au plus vite sa plate-forme AkaConcert qui permettra aux artistes de se dégourdir les jambes. À terme, les promoteurs

du site projettent encore d'ouvrir un AkaShop, histoire de commercialiser la musique en direct, même si « on songe plutôt à lier les ventes directement à des plates-formes partenaires comme iTunes ou Fnac.com ».

Et comme tout va toujours très

vite sur Internet, Akamusic prépare déjà son internationalisation avec l'ouverture d'un bureau à Londres, et la mise en place, dans les prochains mois, d'une structure en Espagne avec des partenaires locaux. «

Boris Jancen



## Laurent Drion, co-fondateur d'E-Merge, chante les louanges d'Akamusic

### Inside- La Venture Capital E-Merge est rapidement sortie de l'ombre pour soutenir Akamusic

E-Merge (créée par Laurent Drion et Grégory Hédo) investit depuis 1998 dans des startups du secteur Telecom, Internet et e-commerce tools. Aujourd'hui, nous possédons des participations actives dans AkaMusic.com, Babelgom, Bluebackup, DVDPost, InternetVista, Ogone, Scoopeo, Tunz et Voxbone. Notre expérience d'entrepreneurs (nous avons créé et géré Mac Line et investi dans Skynet avant l'entrée de Belgacom) nous permet de mieux comprendre les problèmes que peuvent rencontrer nos associés pendant la phase de développement de leur projet. Nous ne sommes sûrement pas le seul fond à investir dans les projets Internet, mais probablement un des seuls à investir à l'étape initiale. Pour AkaMusic.com, nous avons entamé les discussions à peine un mois après le lancement du site, et avons co-investi avec 3 business-angels privés. Ce « partage d'influence » nous

permet de bénéficier de points de vues extérieurs à notre secteur.

#### - Vos exigences ?

Nous n'exigeons pas de business plan classique avec des études de marché et tout le tralala habituel. Une bonne discussion avec les fondateurs autour de l'idée de base suffit à nous convaincre des chances de réussite du projet. Généralement nous finançons 3 à 9 mois d'activité au premier tour, et si le business prend, on réinvestit pour accompagner la croissance. En tant que seul actionnaire d'E-Merge, nous n'avons de compte à rendre à personne, et nous donne une plus grande souplesse dans nos décisions.

#### - Pourquoi avoir mordu la pomme Akamusic?

Nous sommes principalement attirés par des business-models récurrents ou des business-models de plate-forme. Dans les deux cas, il faut que l'automatisation et la génération d'économies d'échelles par l'utilisation de la technologie soient évidentes. L'investissement

d'un peu moins de 200.000 € dans Akamusic.com sur un total de 500.000 € est motivé par la personnalité des fondateurs. Michel et Florence de Launoit ont une grande connaissance du secteur de la musique et Jean-Marc et Grégory Goemaere ont fait leur preuve en matière de gestion et développement de sites internet communautaires et transactionnels aussi bien avec le site de ventes aux enchères Opendeal - dans lequel nous avons investi en 1999 (racheté en 2000 par iBazar et reprise en 2001 par eBay.be), qu'avec le lancement plus récemment de Scoopeo.com. Le business-model de la plate-forme Akamusic.com me fait penser à une sorte d'eBay de la production musicale. Le marché mondial de la musique (\$40 milliards par an) est en pleine mutation et offre donc une belle opportunité pour les petites sociétés de prendre une place dans des marchés traditionnellement contrôlés par de gros acteurs. Bref, du business très porteur. La preuve: trois mois ont suffi pour attirer quelque 1.000 artistes sur le site !