

serres», chante l'artiste entre deux reprises. Comme son célé-

brations que ceux composés sur l'original. Figure également un

pour un jeu de mots avec rock



Rose Ann Dimalanta, alias RAD. Elle a séduit les maîtres du funk que sont Maceo Parker et Prince. (101)

Funk sur la pelouse

A L'AFFICHE

Lorsqu'une vedette en cache une autre... Ce vendredi au parc La Grange, on annonce Rose Ann Dimalanta, alias RAD, claviériste de talent et chanteuse pas moins douée.

Elevée sous le soleil du jazz du côté de San Francisco, celle qui signe dès le début des années 90 de ses initiales, a séduit les maîtres ès funk que sont Maceo Parker et Prince, ce dernier l'engageant dans sa tournée *Musiology*, en 2004.

Groove dansant, soli virtuoses et voix de velours: tout un programme que RAD livre au public. En guise d'orchestre, quatre de ses accompagnateurs réguliers (batterie, guitare, basse, saxophone) et... un tromboniste de légende en invité. Directeur musical pour feu James Brown, meneur des cuivres au sein du groupe Parliament, Fred Wesley, 65 ans, n'a pas volé son surnom de «Funkiest Trombone Player Ever». En bref, la crème du funk! On s'en réjouit. (JG)

|| Parc La Grange, vendredi 18 juillet, 20 h 30. Entré libre.

Un site In-tremble

CONCURRENCE

Dès le mois de septembre, CDiscout proposera un service de «vidéo à la demande» gratuit.

Au premier regard, on a l'impression d'arriver dans un hypermarché égaré sur la Toile. Filiale du groupe Casino, le site CDiscout propose de l'électroménager, de la téléphonie mobile, des chaussures et des meubles à prix cassés. Méfiez-vous des apparences! Dès le 1er septembre, ce même site pourrait être responsable de «la plus terrible attaque commerciale à l'encontre de l'exclusivité de Canal + sur le cinéma» - comme l'a annoncé le magazine *Le Point* il y a trois jours.

En partenariat avec UGC, CDiscout envisage en effet de lancer un service de «vidéo à la demande» (VoD) gratuit. Ce qui représenterait ni plus ni moins une «première mondiale». Le visionnage serait financé par la publicité: un spot de 30 secondes (non zappable!) se glissera avant et après le film. L'internaute devra de plus tolérer la présence d'un logo de l'annonceur en haut de l'écran.