

Avec Sony/BMG, SFR renforce encore son offre de musique mobile

SFR a fait le tour des Majors. L'opérateur a désormais signé des accords de distribution avec les quatre plus grandes maisons de disques mondiales. Dernier en date: Sony/BMG qui rejoint l'offre de musique mobile de la filiale de Vivendi.

Cet accord permet à SFR de commercialiser, en exclusivité jusqu'au 31 août 2005, le catalogue de Sony BMG Music. Les clients 3G de SFR ont désormais accès aux 100.000 titres de ce catalogue dans leur intégralité. Avec EMI, Warner et Universal Music, SFR propose désormais 500.000 titres, sur l'ensemble de sa gamme de terminaux 3G. Les morceaux sont vendus 1,99 euro pièce ou 1,50 euro dans le cadre d'un forfait à 14,99 euros pour 10 titres. Pour l'opérateur, comme pour ses concurrents, la musique mobile est LA killer application de la 3G. « *Le téléphone mobile est en train de devenir le nouveau baladeur de la décennie avec l'arrivée de la technologie de 3^{ème} génération* », explique ainsi Jean Marc Tassetto, Directeur Général Adjoint de SFR. Lors du colloque Télécoms organisé par nos confrères des *Echos* le directeur général de SFR Pierre Bardon avait également annoncé la couleur en déclarant : « *SFR souhaite être le leader dans la musique* ». Il faut dire que ce marché devrait connaître une forte croissance. Selon le cabinet Forrester : « *la téléphonie mobile pourrait représenter le quart du marché de la musique en France en 2007 (600 millions d'euros sur 2,4 milliards)* ». SFR cite également une étude qu'il a fait réaliser l'an dernier par Informa Media, selon laquelle « *le nombre de téléphones mobiles capables de télécharger de la musique sera près de deux fois plus élevé en 2007 en France que celui des baladeurs musicaux dotés de fonctions de protection des droits numériques, à près de 15 millions d'unités.* » Un seul doute subsiste. Avec des mobiles dotés de disques durs à grande capacité, les utilisateurs pourront simplement transférer leurs fichiers musicaux de leurs PC vers leurs mobiles sans passer par les services payants des opérateurs. SFR revendique 150.000 abonnés de troisième génération fin juin pour un objectif de 500.000 clients 3G fin 2005. Avec la téléphonie mobile, il devient clair que l'industrie du disque a trouvé son Chevalier Blanc. Il faut ainsi rappeler que les « pauvres » Majors qui se plaignent des effets du P2P sur leurs ventes ont de belles compensations. Le seul marché des sonneries pour portables supplante la vente de « singles » dans certains pays en valeur.