

Pour VirginMega la musique en ligne n'est pas rentable

En presque un an, le site de téléchargement VirginMega a écoulé 1,5 million de titres. Une jolie performance qui ne dissimule pas les difficultés de la filiale de Virgin.

Le groupe se plaint en effet de la non rentabilité de son site de musique en ligne. Pour Jean-Noël Reinhardt, le président du directoire de Virgin Megastore, le modèle économique « *n'est pas viable* ». « *Nous payons 0,16 euro de TVA, 0,70 euro aux producteurs, 0,07 euro à la Sacem et 0,05 euro de frais de transaction.* » Pour un prix de 99 centimes d'euro par titre vendu, il ne reste qu'un centime d'euro de marge brute au détaillant, soit un peu plus de 1 %. Paradoxalement, dans le monde physique Virgin touche une marge de 30%. Le président du directoire, espère donc bien faire baisser le montant des reversements. Pour cette raison, Virgin Megastore a engagé des discussions avec les producteurs. De son côté, la Fnac admet aussi, à mots couverts, que le modèle n'est pas rentable, mais comme les autres préfère pour l'instant insister sur ce marché émergent, estimant qu'il est important de se placer en bonne position dans ce secteur. **Accords et désaccords** Mais les maisons de disque ne l'entendent pas de cette oreille, et les désaccords semblent s'accroître. Dans un article du 28 février (lire notre article) le *Financial Times* annonçait que plusieurs maisons de disques étaient en pourparler avec des plate-formes de vente sur la toile, afin d'augmenter les prix de gros pour les téléchargements de fichiers musicaux. Tout le monde semble vouloir une part du gâteau et placer au mieux sa note (salée) dans la partition. Mais en agissant de la sorte les Majors prennent de gros risques car tout le monde s'accorde à penser que les prix de la musique en ligne sont déjà trop élevés. Pour Jérôme Roger directeur général de l'Union des producteurs phonographiques français indépendant (Upfi), « *la structure de marge est équivalente entre les mondes physiques et virtuels* ». A une différence près, dans le virtuel c'est le distributeur qui paye directement les droits à la Sacem, dans le physique c'est le producteur. Jérôme Roger estime qu'il faudrait plutôt « *engager une discussion sur le prix de vente à l'unité* ». Une idée qui nous semble bonne. De fait le prix de 99 centimes est un standard imposé par Apple au niveau mondial en lançant iTunes obligeant les autres à s'aligner sur ce tarif. Une bonne nouvelle émerge pourtant de cet embrouillamini, puisque la demande semble être au rendez-vous. Le site VirginMega, qui propose 600.000 titres à l'heure actuelle, fera passer son offre à 900.000 titres et a déjà écoulé 1,5 million de titres en dix mois. Pourtant, entre le coût de l'investissement et un modèle économique encore bancal, VirginMega n'espère pas atteindre la rentabilité avant 2008.