

SFR mise sur l'effet Placebo

Orange avait fait chanter Madonna, SFR, plus rock and roll, mise sur le groupe Placebo. L'opérateur mobile lance en effet une importante opération marketing afin de soutenir la sortie du prochain album du groupe

Meds. Encore une fois, on observe que les Majors de la musique ont compris tout l'intérêt de la téléphonie mobile pour accompagner le lancement d'un album. Au risque de faire grimacer leurs partenaires habituels et historiques, les disquaires et les radios. Mais contrairement à Madonna dont le nouveau single s'était retrouvé en exclusivité chez Orange, SFR joue la carte des contenus à valeur ajoutée. Les abonnés 3G de SFR auront ainsi accès à un mini-feuilleton vidéo (*'Inside Placebo'*) sur les coulisses de l'enregistrement de cet album. Chaque épisode d'une minute sera facturé 1 euro. Par ailleurs, le concert de Placebo à la Cigale, le 6 mars, sera diffusé gratuitement et simultanément sur le réseau SFR 3G. A la suite du concert, des extraits vidéo de cet événement seront disponibles sur le portail Vodafone live! en streaming et téléchargement payant.

« Aujourd'hui, EMI Music ne se contente plus de mettre en place des disques dans les bacs. Nous avons intégré toutes les dimensions de l'ère numérique dans laquelle nous sommes entrés et jouons de toutes les richesses qu'elle offre pour rapprocher les artistes de leur public et coller aux désirs d'innovation des consommateurs », a souligné Jean-François Cécillon, Président d'EMI Music France et Chairman d'EMI Music Europe Continentale. Le mobile s'apparente de plus en plus à la bouée de sauvetage de l'Industrie musicale. Au même titre qu'Internet. Le chiffre d'affaires du téléchargement de musique, qui associe l'Internet et la téléphonie mobile, a triplé et représenterait 1,1 milliard de dollars, soit 6 % des revenus de l'industrie. En France, ce marché virtuel de la musique représente déjà 32 millions d'euros, compensant également la baisse sensible des ventes physiques. Vingt millions de morceaux ont été achetés sur les plateformes payantes, dix fois plus qu'en 2004. Les deux tiers des ventes 'virtuelles' ont été générés via les téléphones portables. Les jeunes consommateurs apprécient particulièrement les sonneries et le téléchargement de morceaux via les réseaux haut débit mobile comme la 3G. Chez SFR par exemple, 310.000 titres ont été téléchargés au mois de décembre via son offre 3G. Au total, un million de morceaux ont été achetés depuis fin 2004. La filiale de Vivendi parle de démarrage « *fulgurant* ».