

VirginMega joue au pirate pour aussi s'offrir Madonna

Le torchon brûle entre France Télécom et VirginMega, filiale du groupe Lagardère. Au coeur des hostilités: le dernier « single » de Madonna. Et visiblement, tous les coups sont permis.

Le 10 octobre dernier, France Télécom annonce fièrement qu'un partenariat avec Warner Music, la maison de disque de Madonna, va permettre à ses clients de découvrir progressivement et en avant-première le nouvel album de l'artiste avant sa sortie mondiale, sur Orange, Wanadoo, la ligne fixe et MaLigne tv. Jusqu'à la sortie officielle de l'album le 14 novembre, les fans auront progressivement accès à des contenus exclusifs. Mais surtout, depuis le 17 octobre, il était possible de télécharger le « single » complet 'Hung Up' pour les clients d'Orange et de Wanadoo. Soit une semaine avant sa sortie officielle dans les bacs. Cette exclusivité a ulcéré les disquaires et les radios, partenaires historiques et traditionnels des maisons de disque dans le cadre d'un lancement en avant-première. VirginMega.fr, la plate-forme de téléchargement en ligne du groupe Lagardère qui possède les disquaires Virgin, a décidé de contre-attaquer. En marge de la loi... En effet, pendant la période d'exclusivité (qui se termine ce lundi), il était possible d'acheter et de télécharger le « single » de Madonna sur le site VirginMega. Warner se serait-il emmêlé les pinces ? Pas vraiment. VirginMega aurait joué au pirate ! Selon France Télécom, des responsables du site auraient d'abord acheté le morceau sur Wanadoo, puis l'ont débarrassé de ses DRM (protections) pour ensuite le proposer dans son catalogue à 0,99 euro. France Télécom n'a guère apprécié et pourrait porter plainte pour contrefaçon. Quant à Warner, il envisage également de poursuivre la plate-forme de Virgin pour diffusion sans autorisation. La Major indique lui avoir d'abord adressé une mise en demeure. Mais sans résultat. VirginMega, qui a donc joué au pirate (pourtant accusé de tous les maux), ne conteste pas les faits. Pour le distributeur, il s'agit d'une affaire de principe. *« Nous avons décidé d'agir ainsi car l'heure est grave. La distribution de musique en ligne ne peut être scindée par des pratiques qui régissent la distribution physique. Nous n'avons jamais accepté les exclusivités dans nos magasins. Notre intention est de lancer un grand débat au sein de la filière »*, explique au Figaro Jean-Noël Reinhard, le président de Virgin Stores. Cette réaction coup de poing, forcément médiatique, a donc plusieurs objectifs. Affirmer l'importance des distributeurs traditionnels et montrer aux maisons de disque que les opérateurs de téléphonie ne peuvent pas venir troubler cet « ordre naturel des choses ». Surtout en obtenant des contrats d'exclusivité avec des artistes de taille comme Madonna.