



# LA DIFFUSION DÉMATÉRIALISÉE DE BD ET MANGAS EN FRANCE

Rapport définitif – 22 décembre 2017

## TABLE DES MATIÈRES

<b>1   La bande dessinée dématérialisée : un marché balbutiant.....</b>	<b>3</b>
1 - 1   Le marché de la bande dessinée numérique en général : état des lieux.....	3
1 - 2   La bande dessinée franco-belge .....	7
1 - 3   Le manga.....	8
1 - 4   Comparaisons internationales : les marchés américains et japonais .....	11
<b>2   La dématérialisation de la bande dessinée : des freins spécifiques .....</b>	<b>13</b>
2 - 1   Les atouts de la bande dessinée physique.....	13
2 - 2   Un support de lecture perfectible : quel écran pour la bande dessinée numérique ?.....	15
2 - 3   Deux principaux formats de fichiers .....	19
2 - 4   Interopérabilité et mesures techniques de protection.....	21
<b>3   Les facteurs de développement du marché de la bande dessinée dématérialisée .....</b>	<b>22</b>
3 - 1   Développer l'offre .....	22
3 - 2   Développer les usages .....	24
3 - 3   La politique du prix unique du livre numérique.....	26
3 - 4   La bande dessinée numérique de demain : la multiplicité des modèles .....	30
<b>4   Conclusion .....</b>	<b>33</b>
<b>5   Annexe : la chaîne de distribution dématérialisée .....</b>	<b>34</b>

---

# La dématérialisation de la bande dessinée : un marché en devenir ?

---



La bande dessinée, désormais célébrée en tant que 9<sup>e</sup> art, a depuis plusieurs décennies conquis ses lettres de noblesse auprès d'un public nombreux ; ses plus éminents représentants, tels Hergé, Moebius ou Goscinny, sont célébrés dans les plus grands musées. Mais en dépit de cette popularité, et du fait de son caractère d'art graphique, sa numérisation est délicate : comment restituer sa richesse formelle et narrative en ligne ou sur des écrans ? C'est pourquoi, plus que pour tout autre bien culturel, la numérisation de la bande dessinée soulève de nombreuses questions et se confrontent à différents obstacles.

A la différence du livre de type roman, aux formats relativement homogènes, la bande dessinée se distingue par sa grande diversité – de formats, de mise en page - rendant sa lecture en ligne complexe. Mais produit populaire, à destination d'un public jeune et digital, il semble naturellement destiné à se numériser, pour accompagner les pratiques de ces jeunes consommateurs sur leurs nouveaux territoires culturels : leur *smartphone*.

L'Hadopi a souhaité faire un état des lieux de la dématérialisation de la bande dessinée en France. Les objectifs de cette étude visaient plus précisément à :

- dresser un état des lieux de la diffusion légale des bandes dessinées et mangas dématérialisés en France ;
- faire ressortir les spécificités de ce secteur ;
- identifier les obstacles que doivent surmonter les acteurs de la diffusion légale ;
- dégager des leviers de croissance et pistes d'amélioration.

Sont considérés dans le périmètre de l'étude la bande dessinée franco-belge, présentée ici sous le terme de « bande-dessinée » et les mangas, récits illustrés issus de la culture japonaise. Les *comics* ne rentrent pas dans le cadre de l'étude, sauf si spécifiquement mentionnés.

La méthodologie retenue pour la réalisation de l'étude a consisté en la conduite entre août et septembre 2016 de dix entretiens qualitatifs semi-directifs d'une heure environ, en face-à-face ou par téléphone, de professionnels du secteur, regroupés en deux groupes distincts :

- les plateformes légales de diffusion, ou libraires numériques, qu'il s'agisse de services spécialisés dans la bande dessinée ou généralistes ;
- les éditeurs de bandes dessinées ou de mangas.

Les résultats issus de ces entretiens sont complétés par des données complémentaires : études publiées par l'Hadopi ou autres études publiées. La lecture du livre « *Bande dessinée et numérique* », publié sous la direction de Pascal Robert et publié par les éditions CNRS apporte des éléments d'analyse complémentaires.

# 1 | La bande dessinée dématérialisée : un marché balbutiant

La lecture de bandes dessinées numériques peine à décoller : tandis que la consommation dématérialisée de musique et de films/séries télévisées concerne une part importante des usages, avec près d'un internaute sur deux consommateurs de musique dématérialisée et plus d'un sur trois consommateurs de contenus audiovisuels numériques, la bande dessinée numérique concerne moins de 5 % des internautes. Si le marché du livre dans son ensemble est encore peu numérisé, le constat est encore plus sévère en ce qui concerne la bande dessinée : au-delà des usages, l'offre progresse lentement.

Dans ce contexte de marché de niche, les pratiques illicites restent encore rares, exceptées pour le manga, dont le caractère spécifique comparé à la bande dessinée franco-belge doit être souligné.

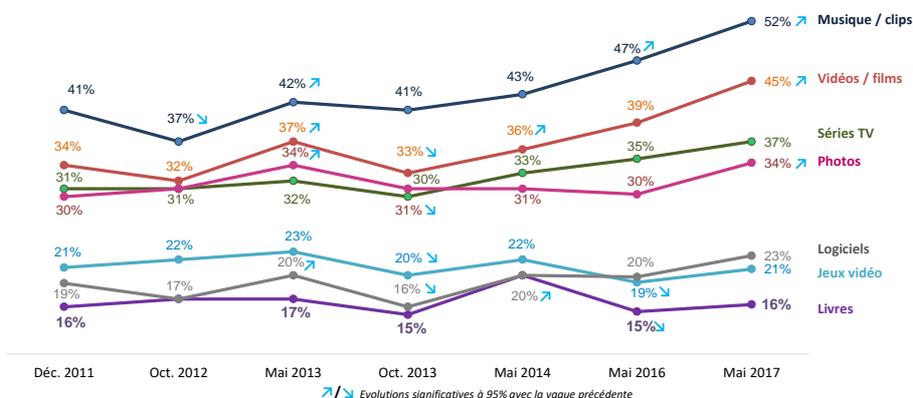
## 1 - 1 | Le marché de la bande dessinée numérique en général : état des lieux

Le taux d'internautes français ayant lu des ouvrages dématérialisés progresse faiblement depuis plusieurs années. Au sein de ceux-ci, la part des lecteurs de bande dessinée numérique reste minoritaire.

### 1 - 1 - a | La numérisation du livre et de la bande dessinée

Dans l'ensemble, le livre numérique est un marché encore émergent, touchant une faible part de la population française : d'après la 7<sup>e</sup> vague du Baromètre des usages réalisé par Médiamétrie pour l'Hadopi en 2017, 16 % des internautes français ont déjà lu un livre numérique au cours des 12 derniers mois, soit un taux stable depuis 2011, date de la première vague de cette étude.

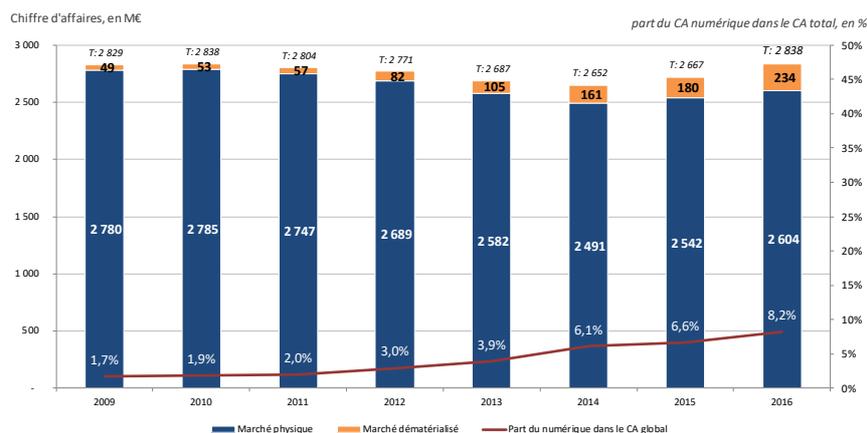
Figure 1 : évolution des pratiques dématérialisées des internautes de 15 ans et plus



Source : Médiamétrie pour Hadopi – Baromètre des usages

En termes de valeur, la part du livre numérique dans le chiffre d'affaires de l'édition reste encore faible, que l'on peut estimer en 2017 autour de 10 % : d'après le Syndicat National de l'Édition (SNE), il était de 8,2 % en 2016. On note néanmoins une progression constante depuis plusieurs années, et ce dans un marché du livre en stagnation : le livre numérique représentait 1,7 % seulement du chiffre d'affaires global en 2011, il a donc été multiplié par plus de quatre durant cette période, quand dans le même temps, le chiffre d'affaires global de l'édition restait stable, entre 2 804 M€ en 2011 et 2 838 M€ en 2016.

Figure 2: évolution du chiffre d'affaires de l'édition



Source : SNE

Le livre numérique fait l'objet d'un soutien général de l'ensemble de la filière, à commencer par le Centre National du Livre par la voix de son Président, M. Vincent Monodé, qui se réjouissait en mars 2017 de « *la hausse des pratiques numériques, en ce qui concerne la lecture, les achats et la recommandation*<sup>1</sup> ».

La bande dessinée au sens large n'est pas le genre littéraire le plus lu en version numérique : l'étude réalisée par l'Hadopi<sup>2</sup> en 2014 montre que le roman est le genre le plus lu en format dématérialisé avec 54 % des lecteurs de livres numériques qui en lisent, devant les livres scientifiques (30 %). Les bandes dessinées et mangas arrivent en troisième position avec 27 % de lecteurs, devant les livres d'actualité (20 %). En considérant donc environ un quart de lecteurs numériques lisant des bandes dessinées dématérialisées, une estimation d'un taux de 4% environ d'usages parmi les internautes paraît réaliste, ce que confirment l'ensemble des experts rencontrés lors de cette étude :

« Pour nous, il n'y a pas de marché. » (plateforme)

« C'est 2 %, 3 % du marché du livre physique. » (éditeur)

« La musique est probablement dans les étages de 80%, alors que le livre n'est qu'à 3 % ou 4 %. » (plateforme)

Ces estimations correspondent de même aux chiffres avancés par le Syndicat National de l'Édition dans son étude sur la bande dessinée<sup>3</sup>, au sein de laquelle une proportion d'environ 2% des lecteurs de bande dessinées le sont en numérique. La même étude estime le marché global de la bande dessinée et du manga à 451 M€ au total.

Ce faible taux de pénétration de la lecture dématérialisée ne se retrouve pas forcément en dehors des frontières françaises. En effet, de l'avis de certains experts interrogés, si des marchés comme l'Italie ou l'Espagne présentent des similitudes avec le marché français, d'autres pays présentent des taux de pénétration bien plus conséquents. C'est ainsi le cas des États-Unis, cité en contre-exemple du marché français par la majorité des personnes interrogées.

« Le poids du marché ici n'a rien à voir avec les USA. » (éditeur)

<sup>1</sup> [http://www.centrenationaldulivre.fr/fr/ressources/etudes\\_rapports\\_et\\_chiffres/les\\_francais\\_et\\_la\\_lecture/](http://www.centrenationaldulivre.fr/fr/ressources/etudes_rapports_et_chiffres/les_francais_et_la_lecture/)

<sup>2</sup> étude qualitative et quantitative réalisée en collaboration avec le GLN en 2014

<https://hadopi.fr/actualites/actualites/etude-des-perceptions-et-usages-du-livre-numerique>

<sup>3</sup> La Bande dessinée, une pratique culturelle de premier plan. Qui en lit, qui en achète ? SNE – GfK 2017 -

[http://www.sne.fr/wp-content/uploads/2017/10/GfK-SNE\\_SYNTHESE-BD\\_OCT2017.pdf](http://www.sne.fr/wp-content/uploads/2017/10/GfK-SNE_SYNTHESE-BD_OCT2017.pdf)

D'autres pays semblent présenter un marché dynamique et propice à la lecture de récits illustrés de manière dématérialisée : l'Angleterre, l'Allemagne et les Pays-Bas pour l'Europe ; l'Australie ayant aussi été citée comme pays porteur pour la lecture dématérialisée. En ce qui concerne les mangas, la Corée du sud et le Japon ont été présentés comme des marchés très dynamiques, au sein desquels les accès en dématérialisé détiennent une part importante des usages.

« *Aujourd'hui le marché japonais est quand même très développé.* » (plateforme)

### 1 - 1 - b | Des éditeurs prudents, des auteurs peu convaincus

La situation actuelle atteste d'une moindre implication des éditeurs de bande dessinées et de mangas dans le développement de la diffusion dématérialisée de leurs ouvrages. Si certains avaient forgé un espoir assez marqué dans la distribution dématérialisée de leurs œuvres, ils restent encore dans l'expectative, le marché mettant plus de temps que prévu à se développer. Cela les a poussés à adopter une politique attentiste et prudente, et pour beaucoup à limiter leur investissement dans les offres dématérialisées.

« *Les éditeurs suivent la tendance. Il n'y a pas d'enthousiasme particulier non plus pour un nouveau mode de consommation. Ça participe un peu à une espèce de morosité.* » (éditeur)

Si les grands groupes se sont pour beaucoup détachés de la dématérialisation, et la considèrent comme une façon de consommer annexe au physique, les plus petits éditeurs et les plateformes essaient d'innover et de faire vivre ce mode de diffusion.

« *C'est un peu ce qu'on avait observé pour le livre numérique, c'est-à-dire que les grandes maisons laissent les petits éditeurs indépendants et les structures moyennes tester ce modèle de lecture numérique, et puis ensuite ils y sont allés massivement.* » (plateforme)

« *Les éditeurs suivent le mouvement, ce sont vraiment les plateformes qui vont essayer de proposer des offres, de proposer des choses, des idées.* » (plateforme)

« *Les éditeurs sont plus en observation par rapport à ce marché-là aujourd'hui. A l'exception de certains qui essayent d'être proactifs et qui essayent de faire des choses, de proposer de nouvelles offres.* » (plateforme)

Ces attitudes prudentes limitent le développement de l'offre dématérialisée. Comme ce sont majoritairement les plus grands acteurs qui affichent une position d'observateur, l'impact sur la dynamique de marché est conséquent. La diffusion dématérialisée représentant un chiffre d'affaires encore faible, les éditeurs ne sont pas incités à la mettre en avant.

« *Mais nous notre but ce n'est pas de favoriser, encore une fois, le numérique, on s'en fiche. On s'adapte aux modes de consommation.* » (éditeur)

En conséquence, ils ne cherchent ni à porter l'offre légale, ni à en faire particulièrement la promotion. Les coûts marketing semblent démesurés au regard du faible succès rencontré par la distribution dématérialisée.

« *L'offre aujourd'hui n'est pas du tout connue et surtout n'est pas véhiculée par les premiers acteurs eux-mêmes que sont les éditeurs.* » (plateforme)

Pourtant, tous les éditeurs interrogés sont parfaitement conscients du potentiel de croissance que leur offre la dématérialisation, et émettent des regrets de ne pas voir davantage d'engouement.

« *C'est un ensemble de possibilités vraiment énorme. Je pense que personne n'essaie de travailler vraiment sur ces opportunités* » (éditeur)

### *Des auteurs parfois réservés*

Le sujet de la dématérialisation ne soulève pas de question spécifique pour les œuvres récentes, celles-ci circulant sous forme de fichiers, même si elles ont vocation à être distribuées en format physique. Le problème peut en revanche se poser pour les œuvres de fond de catalogue.

*« Les contrats d’auteurs ne sont pas tous prévus pour le numérique, souvent on a un fond de catalogue ou des très vieux contrats dans lesquels on a pas prévu cet aspect-là, il faut renégocier. »* (éditeur)

Rendre disponible des œuvres anciennes nécessite de recontacter les auteurs, afin d’obtenir leur accord sur la distribution dématérialisée de leurs ouvrages. Cela demande de plus de rouvrir des négociations, ce qui peut parfois s’avérer fastidieux. Certains auteurs sont opposés à la numérisation de leurs créations, d’autres espèrent que ce mode de diffusion va leur fournir une source de revenus conséquente et peuvent alors engager des discussions animées avec leur éditeur. Enfin, certains sont opposés à la numérisation de leurs œuvres, non pas par manque de familiarisation avec ce mode de diffusion, mais parce que cela rentrerait en conflit avec une activité qu’ils ont déjà en ligne, souvent sous forme de blogs.

*« On a des auteurs qui sont ouvertement contre ça et qui ne veulent pas céder leurs droits numériques. Il y a plusieurs raisons, soit parce qu’ils ne veulent pas du tout que leur œuvre soit disponible en numérique, soit parce que eux ils les exploitent par ailleurs via des blogs, des choses comme ça. »* (éditeur)

### 1 - 1 - c | Les pratiques illicites

Contrairement à ce qui peut être observé dans d’autres secteurs culturels comme celui de l’audiovisuel, les plateformes interrogées ne considéraient pas toujours les services illicites comme étant leurs principaux concurrents. Plusieurs personnes interrogées ont souligné les arbitrages que doivent faire les consommateurs, et le manque de compétitivité de l’offre légale de bandes-dessinées et mangas face à d’autres offres culturelles attractives.

*« On se dit qu’il y a bien d’autres choses à faire que de lire des bandes dessinées avec une tablette ! Notamment tout ce qui est jeux vidéo, jeux interactifs, jeux tactiles... la bande dessinée est vraiment dans le bas des produits intéressants. »* (plateforme)

*« Quand on est sur une librairie numérique en bande dessinée, on voit qu’une bande dessinée numérique vaut 10 € quasiment, on sait qu’on va en avoir pour 30 minutes. Et si on rapporte ça à l’achat d’un film en ligne ou d’un livre en ligne, ça ne vaut pas le coup. »* (plateforme)

*« Le piratage vous avez de tout : du vol, du gangstérisme même avec des sites de partage bourrés de publicités et qui se font des revenus en arguant d’être dans le partage de la culture et qui relèvent de groupes mafieux. »* (plateforme)

Bien que l’ensemble des personnes interrogées aient mentionné les pratiques illicites comme frein potentiel au développement de la consommation dématérialisée, il est apparu de manière très nette une grande différence dans les usages selon qu’il s’agisse de bande dessinée franco-belge ou de mangas, comme explicité ci-après.

## 1 - 2 | La bande dessinée franco-belge

La bande dessinée franco-belge se distingue du manga par une population de lecteurs relativement âgés, avec des pratiques numériques particulièrement faibles.

### 1 - 2 - a | Des lecteurs vieillissants de bande dessinée franco-belge

Selon la 7<sup>e</sup> vague du Baromètre Usages, si 18 % des 15-24 ans sont consommateurs de livres dématérialisés, ils ne sont que 15 % chez les individus âgés de 40 ans et plus, le pic étant atteint chez les 25-39 ans avec 20 % d'utilisateurs.

La cible de lecteurs de bande dessinée franco-belge, plutôt masculine et ayant plus de trente ans fait souvent partie d'une catégorie socio professionnelle relativement aisée. Si les lecteurs de bande-dessinée n'ont donc a priori pas de frein lié à l'aspect payant des offres légales, ils ne sont pas forcément familiarisés avec la dématérialisation de la culture. Ils sont plus enclins à acquérir les œuvres qu'ils souhaitent lire en format papier plutôt que dématérialisé.

*« Je pense que la bande dessinée c'est au-dessus de trente ans, clairement. »* (éditeur)

*« Notre lecteur à nous il a 45 ans, il est marié, il est dans une grande ville, et il lit des bandes dessinées papier comme digitales, les deux. »* (plateforme)

Par ailleurs, selon plusieurs experts interrogés, la bande-dessinée franco-belge a perdu une part importante de ses lecteurs au cours de ces vingt dernières années<sup>4</sup>. D'ouvrage populaire, la bande dessinée semble être devenue une œuvre littéraire à destination d'un public d'initiés, comme en témoigne son institutionnalisation – voire sa muséification - depuis plusieurs années via différentes expositions : rétrospective Moebius à la Fondation Cartier (2010), Astérix à la BnF ! (2013), exposition Hergé au Grand Palais (2016), Shoah et bande dessinée au Mémorial de la Shoah (2017), pour ne citer que les plus importantes d'entre elles.

*« La bande dessinée a perdu 5 millions de lecteurs entre 1989 et 2011 et continue d'en perdre chez les 15-34 ans. Donc aujourd'hui, il y a un vieillissement très fort de la population de lecteurs de bande dessinée en France, qui fait qu'on se retrouve avec une population qui n'a pas une appétence considérable pour le digital. »* (plateforme)

*« Il y a eu une évolution de l'offre qui a fait que la bande dessinée pour toutes sortes de raisons s'est un peu éloignée de son public jeune et populaire qui l'a vue naître dans les années 50. »* (plateforme)

### 1 - 2 - b | Des pratiques illicites rares

Il ressort des entretiens que le piratage de la bande-dessinée existe, mais qu'il n'est pas nécessairement perçu comme ayant un fort impact sur la distribution légale des œuvres.

Certains éditeurs sont cependant plus touchés que d'autres, et retrouvent régulièrement de nombreux titres mis à disposition sur les réseaux sans leur autorisation. S'ils n'ont pas toujours de prestataire dédié à la lutte contre la diffusion illicite, ils procèdent tous au signalement des liens indésirables, ne serait-ce que lors d'actions ponctuelles. De l'avis de l'ensemble des éditeurs effectuant des demandes de retrait, bien qu'elles soient toujours suivies d'effet, leur impact n'est qu'éphémère. Les liens supprimés ne tardent pas à être remplacés par d'autres, proposant les mêmes œuvres sans autorisation.

---

<sup>4</sup> La lecture de BD aurait perdu 40% de lecteurs sur la période 1989-2011.

« Quand mon collègue ça lui prend, il fait le tour des 200 sites en commençant par les 10 qui font 98 % du piratage, et puis il écrit gentiment un mail, et le lien est supprimé et deux semaines après il réapparaît. » (éditeur)

« Les retours qu'on a de notre prestataire c'est que près de 90% des demandes de retrait de lien aboutissent à un retrait effectif du lien assez rapidement. » (éditeur)

C'est donc une lutte sans fin que les éditeurs doivent mener contre les services proposant des accès illicites à leurs œuvres.

Les plateformes interrogées semblent moins concernées par la consommation illicite. Pour beaucoup, si le marché est peu développé actuellement c'est parce que la lecture de bande-dessinée numérique n'est pas encore rentrée dans les usages. Il n'y aurait donc pas de consommation illicite massive de bande-dessinée, par absence de consommation massive tout court.

« Il y a très peu de piratage en bande dessinée franco-belge. Parce qu'il n'y a pas le public. S'il n'y a pas de demande, il n'y a personne qui le fait. » (plateforme)

En revanche, si la consommation illicite ne constitue pas actuellement une concurrence déloyale pour la bande-dessinée, elle peut avoir une influence négative à moyen terme sur les habitudes des lecteurs. Il sera en effet plus difficile de faire adopter des pratiques licites à un consommateur qui aura pris l'habitude d'accéder à des centaines de titres gratuitement, indépendamment de la qualité offerte par les plateformes légales.

« C'est une concurrence oui. Pas une concurrence au niveau de l'album. (...) C'est une concurrence en termes d'usages. (...) C'est comme si on l'avait perdu. » (éditeur)

## 1 - 3 | Le manga

L'économie du manga se distingue de celle de la bande dessinée franco-belge, principalement par un lectorat plus jeune et une production de grande ampleur, voire prolifique<sup>5</sup> pour certains titres.

### 1 - 3 - a | Les lecteurs de mangas : une cible jeune et technophile

Jeunes, férus de culture japonaise et souvent technophiles, les lecteurs de manga sont parfaitement à l'aise avec la lecture d'ouvrages dématérialisés.

« Notre cœur de cible c'est 15-25 ans. » (éditeur)

Cette familiarisation avec la lecture dématérialisée se retrouve dans l'offre foisonnante de mangas mis à disposition de manière illicite, sans l'accord des ayants droit. Les lecteurs de mangas sont une population habituée à lire de manière dématérialisée, y compris sur de petits écrans tels que le smartphone.

« C'est encore différent pour le Franco-belge et le manga par exemple. Parce que le manga c'est un public qui est très digital, qui est très habitué à lire des mangas sous forme numérique illégale. » (éditeur)

« Ils sont donc quand même déjà amenés à lire en dématérialisé. » (éditeur)

« On voit les succès comme One Piece et une consommation un peu boulimique des mangas qui aurait pu vraiment servir à l'abonnement. » (plateforme)

---

<sup>5</sup> Le manga One Piece compte ainsi 84 volumes en France, et la série n'est pas encore achevée - Eiichirō Oda, éditions Glénat pour l'édition française.

### 1 - 3 - b | Le manga et les *scantrads* : des pratiques illicites de masse

Les mangas peuvent aussi être lus de façon illicite à grande échelle : les services proposant des copies non autorisées, des *scantrads*, sont foisonnants et très organisés.

« *Dans le manga, c'est le pire (...) C'est tellement gros comme pratique que ça a justifié un vocabulaire.* » (plateforme)

Ce vocabulaire dédié est le terme *scantrad*, qui décrit une copie numérique d'une œuvre qui a ensuite été traduite de sa langue d'origine vers la langue cible (par exemple, du japonais vers le français). Le mot « *scantrad* » est créé à partir de « *scan* » pour la numérisation, et « *trad* » pour la traduction.

A l'origine, ce phénomène est né dans les années 90 d'une forte carence dans l'offre légale physique. L'intérêt pour la culture et la bande-dessinée japonaise ont connu à cette période un réel essor, mais les œuvres n'étaient pas ou peu distribuées en dehors du Japon. Des groupes de fans (des « *teams* ») se sont organisés afin de pallier cette lacune. Ils se sont procurés les œuvres japonaises originales peu de temps après leur sortie au Japon, les ont traduites et retravaillées bénévolement, afin de les mettre à disposition gratuitement aux autres fans. Ces *scantrads* étaient les seuls moyens pour un fan français d'accéder à ses auteurs et héros préférés. Il y avait un haut niveau d'exigence dans le rendu attendu : les œuvres devaient être traduites sans erreur, la mise en page devait être respectée, etc., sous peine de rencontrer une vague de mécontentement chez les fans.

« *Si aujourd'hui les rayons des mangas et animés sont aussi importants dans une Fnac, c'est aussi parce qu'il y a eu une sorte d'activisme dans le fait de traduire des œuvres.* » (plateforme)

La pratique du *scantrad* a au départ eu le mérite de faire connaître au plus grand nombre la culture japonaise, et un nouveau genre littéraire, cependant ses dérives actuelles présentent un réel danger pour les offres légales. Du fruit du travail de passionnés amateurs, le *scantrad* est passé aujourd'hui à une réelle industrialisation. Les sites agrégateurs de liens, engrangeant des revenus publicitaires, ont remplacés les blogs. La qualité s'est parfois dégradée, les sites cherchant à être les premiers à fournir une œuvre, parfois avant même sa sortie au Japon.

Si les sites gérés par des communautés de passionnés sont de l'avis des éditeurs interrogés assez loyaux et font preuve d'honnêteté dans leur démarche, en supprimant les œuvres dès qu'elles sont disponibles en offre légale, les agrégateurs et services qui considèrent la pratique comme une source de revenus n'ont aucun scrupule à continuer à diffuser des œuvres dont les droits de distribution ont été acquis.

« *Pour ceux qui ont une forme d'éthique et ne sont pas dans le gangstérisme, il y a en fait dans la bande dessinée en numérique, une sorte de notion de fanzinat<sup>6</sup>. Une sorte de création de fanzinat, qui n'est pas un fanzinat de création où les gens dessinent mais de traductzinat.* » (plateforme)

« *C'est la frustration de ne pas avoir d'offre qui a créé ce phénomène. Et les groupes arrêtaient, les groupes de fansubs<sup>7</sup> et de scantrad supprimaient les fichiers quand les œuvres étaient licenciées en France.* » (éditeur)

La pratique du *scantrad* continue d'exister alors que l'offre de manga est devenue conséquente dans l'Hexagone, car les délais entre la parution de l'œuvre au Japon et sa commercialisation en France sont très longs. Pour comprendre ce problème, il faut se pencher sur la façon dont les mangas sont publiés au Japon.

---

<sup>6</sup> Un fanzine (contraction de l'expression anglaise « *fanatic magazine* ») est une publication, imprimée ou en ligne, périodique ou non, institutionnellement indépendante, créée et réalisée par des amateurs passionnés pour d'autres passionnés. Source : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Fanzine>

<sup>7</sup> Fansub : contrat de « fan » et « subtitles » (sous-titre). Communauté de lecteurs traduisant bénévolement des œuvres.

## Focus : la publication des mangas au Japon

Œuvres populaires et bon marché, les mangas sont pré-publiés chapitre par chapitre dans des magazines épais, regroupant plusieurs histoires, à un rythme hebdomadaire ou mensuel principalement. Le destin du manga est étroitement lié à la réaction du lectorat : si l'œuvre rencontre un succès mitigé, elle ne sera jamais publiée en livre. En revanche, les œuvres les plus populaires sont publiées sous la forme de livres, de manga comme on les connaît en France.

Les éditeurs français ne peuvent acquérir des droits que pour les œuvres qui sont sorties depuis suffisamment longtemps au Japon pour avoir rencontré le succès nécessaire, et avoir un nombre conséquent de pages et donc de chapitres, à leur publication sous forme de livre. Les délais entre la publication initiale du chapitre au Japon, et la sortie du manga en France sont donc très longs. Cette contrainte de temps est difficilement compatible avec les usages liés à la consommation d'œuvres-feuilletons : il est difficile pour le lecteur passionné de devoir attendre la suite de l'histoire, d'autant plus quand l'intégralité des épisodes est déjà disponible au Japon. Jouant sur cette frustration, les services illicites proposent des copies scannées et traduites des chapitres dès leur parution japonaise dans les magazines, rendant l'œuvre disponible en français bien avant qu'elle soit distribuée légalement sur le territoire.

*« Parce qu'en manga, si on rentre dans la partie non légale de l'information, c'est conçu au Japon à travers les magazines de prépublication. C'est-à-dire qu'il y a un côté feuilletonnant, un peu comme les séries américaines, et effectivement les gamins avec Internet, ils savent qu'il y a une grande différence entre le moment où ça sort en librairie traduit et au moment où c'est créé au Japon. » (éditeur)*

### *Un frein pour la distribution dématérialisée, un impact moindre sur les ventes physiques*

Toute l'originalité des pratiques d'accès illicites des mangas est que le *scantrad* n'est pas forcément un frein aux ventes papier. En effet, si les lecteurs aiment réellement une série, ils n'hésiteront pas à l'acheter en format physique après l'avoir lue sous forme de *scantrad*.

*« Ils veulent acheter l'objet, ça c'est sûr, la plupart d'entre eux quand ils aiment la série ils veulent l'acheter, mais ils ont quand même envie de le lire avant. » (éditeur)*

*« C'est assez bluffant, ils vont le lire en numérique en amont et aller le racheter en papier après quand il sort. Donc c'est là qu'il y a quelque chose d'assez déconcertant. » (plateforme)*

Si les usages illicites n'ont pas forcément un impact négatif sur les ventes physiques, ils posent un réel problème pour le développement de l'offre légale dématérialisée. Les éditeurs français commencent à s'organiser et à essayer de proposer des titres en sortie simultanée avec le Japon, afin d'endiguer la pratique du *scantrad*.

*« Aujourd'hui, on voit certains éditeurs qui commencent à proposer la version numérique en France en simultané avec la version japonaise. Pour justement donner tout de suite accès à l'offre légale. Donc là effectivement on casse l'intérêt d'aller chercher des scantrads puisque l'offre est là. » (plateforme)*

Malheureusement, ces offres ne sont pas encore la règle en France, les éditeurs japonais devant encore être convaincus du bien-fondé de ce mode de distribution.

## 1 - 4 | Comparaisons internationales : les marchés américains et japonais

### 1 - 4 - a | Le marché américain

Faisant figure de pionnier dans la bande dessinée dématérialisée, il a souvent été mentionné au cours des entretiens que le marché américain était plus dynamique et plus porteur que le marché français.

« *C'est différent, le marché aux USA est beaucoup plus développé !* » (éditeur)

Lorsque l'on demande aux personnes interrogées ce qui peut expliquer un tel engouement pour la lecture en dématérialisé aux USA, la réponse systématiquement avancée est la faible présence de librairies physiques. Ce manque de points de vente physiques a naturellement poussé les consommateurs à acheter sur Internet, des œuvres papier dans un premier temps, puis des contenus dématérialisés.

« *Aux USA, il n'y a plus de libraires. Donc les gens ont déjà pris le réflexe de consommer sur Amazon, et puis entre Amazon et consommer du numérique, il n'y a souvent qu'un pas.* » (éditeur)

« *Il y a vraiment des endroits où il n'y a pas de librairie à moins de 200 km.* » (plateforme)

Le marché américain bénéficie d'un double avantage : d'une part, le taux d'accès à Internet y est historiquement élevé, et d'autre part, les bandes dessinées américaines, les *comics*, sont davantage adaptées à une lecture dématérialisée, du fait d'un format de moindre taille que celui de la bande dessinée franco-belge, favorisant la lecture sur tablette. Ces deux phénomènes ont permis aux *webcomics* de prendre de l'ampleur dès la 2<sup>e</sup> moitié des années 1990. Ainsi, l'offre dématérialisée bénéficie de dix années d'ancienneté sur le territoire américain, puisque l'un des éditeurs phare de *comics*, Marvel, a lancé son offre dématérialisée en 2007, *Marvel Digital Comics Unlimited*.

#### *Des pratiques commerciales agressives*

Le contexte des marchés anglo-saxons est aussi un des éléments pouvant expliquer le succès de la lecture dématérialisée d'œuvres illustrées. En effet, il n'est pas rare que les *comics* vendus en dématérialisé soient moitié moins chers que ceux vendus en version papier. Il existe des offres ayant une politique de prix très agressive, des « *bundles* », permettant d'acheter des dizaines de *comics* pour quelques dollars<sup>8</sup>. Si ces offres rendent les *comics* dématérialisés très attractifs, elles déstabilisent le marché.

« *J'ai vu des éditeurs se ruer vers des offres de services, je ne comprends même pas. Des humble bundle c'est très connu pour le jeu vidéo, qui se sont lancés pour le livre, (...) on se retrouve avec des deals où on vend je ne sais pas, pratiquement 20 fois moins cher chez eux (...) On est dans des logiques qui ne sont pas très saines en fait, on est dans de l'ultra discount.* » (éditeur)

Par ailleurs, ce genre de promotion permanente fait perdre aux consommateurs la notion du prix « juste », de la valeur des œuvres qu'ils achètent. Ce sont des actions commerciales à double tranchant, permettant certes des volumes de vente importants et une diffusion à large échelle des œuvres dématérialisées, mais pouvant avoir des conséquences négatives sur l'industrie sur le long terme.

### 1 - 4 - b | Le marché japonais

Au Japon la lecture du manga dématérialisé est répandue et possède une part de marché conséquente (aux alentours de 15 % à 20 %). Les usages sont bien moindres en France, et les ayants droit japonais peuvent avoir du mal à parfaitement prendre la mesure des spécificités du marché français. Pour eux, sacrifier les prix pour attirer les consommateurs sur une offre dématérialisée est difficile à accepter.

---

<sup>8</sup> Une des plateformes les plus connues est *Humble Bundle*, connue en France pour ses offres limitées de jeux vidéo.

Par ailleurs, avant l'arrivée du *smartphone* au Japon, les ayants droit avaient l'habitude d'employer un système de lecture spécifique aux téléphones japonais, dont l'écran est petit. Ce système de lecture case à case n'était pas exportable et utilisable en France, ne facilitant pas le dialogue entre ayants droit et éditeurs. Heureusement, la commercialisation de *smartphones* sur l'archipel a permis d'enclencher une meilleure collaboration entre les différentes parties.

*« Nous sommes allés assez lentement et ça c'est propre au manga, c'est qu'il fallait convaincre nos ayants droit. C'est une difficulté qui est à la source, nos partenaires japonais eux-mêmes étaient un peu frileux pour que notre marché bascule en numérique parce qu'ils ne connaissaient pas nos formats. »* (éditeur)

*« Ils ont obtenu dans leur pays le développement d'un format digital, mais c'est un format qui leur était totalement propre et absolument pas exportable. C'est-à-dire un format qui pouvait être lu sur leurs téléphones mobiles à eux. Et c'étaient des formats qui faisaient que sur des petits écrans, le manga défilait case à case. Et nous on leur proposait de ne pas faire du case à case mais de la reproduction homothétique de nos livres. »* (éditeur)

### *Des échanges complexes avec le Japon*

Les difficultés que rencontrent les éditeurs français qui souhaitent diffuser des mangas de manière dématérialisée sont très spécifiques et demandent à être abordées de façon séparée. Le manga européen étant encore balbutiant<sup>9</sup>, la quasi-totalité des éditeurs qui souhaitent avoir une offre de mangas doivent entrer en contact avec les titulaires de droits japonais, afin d'obtenir des droits d'exploitation.

*« On n'est pas propriétaires de nos droits, du coup on est contraints par beaucoup de règles. »* (éditeur)

Les détenteurs de droits japonais décident, en échange de la cession d'exploitation sur le territoire, des conditions d'exploitation des œuvres. L'acquisition des droits d'exploitation se fait au bout d'un processus de négociation complexe. Le marché français étant très différent du marché japonais, les échanges entre ayants droit et éditeurs sont longs. Bien que ceux-ci soient plus fluides au fil des années, il reste des zones de frictions qui ont un impact négatif sur la distribution dématérialisée des œuvres.

*« Tous les éditeurs qui essaient de faire des choses en numérique ici, c'est très difficile à faire avec les ayants droit au Japon, parce qu'il y a deux mondes, deux réalités. »* (éditeur)

*« Le Japon a mis comme d'habitude quelques contraintes dans l'exploitation. Ils ne nous laissent pas complètement faire comme on veut. »* (éditeur)

Pourtant, il serait logique que la lecture de manga prenne de l'ampleur en dématérialisé. Le format des œuvres est plus adapté à des écrans de taille modeste que la bande-dessinée, les œuvres sont en noir et blanc et échappent aux contraintes liées à la lecture en couleur.

*« Il y a ce côté épisodes, de série, c'est plus rapide à lire, c'est plus accessible, c'est du noir et blanc souvent, c'est moins gênant de lire un manga sur une tablette qu'une bande dessinée franco-belge avec des grands aplats comme ça, des grandes planches... c'est différent et le format convient mieux. »* (éditeur)

---

<sup>9</sup> Le « *manfra* », manga dessiné par des mangaka français commence à se développer. Exemple d'œuvre rencontrant un vif succès : « *Dreamland* » de Reno Lemaire (Pika Edition)

## 2 | La dématérialisation de la bande dessinée : des freins spécifiques

La bande dessinée de manière générale, qu'elle soit franco-belge, manga ou *comics*, résiste d'une certaine manière à sa numérisation, plus que d'autres biens culturels, du fait de particularités intrinsèques.

D'une part, son format – ou plutôt, ses formats, tant ils sont nombreux et variés - et son mode de lecture rendent difficile sa numérisation, à l'inverse du livre de type roman, plus standardisé. D'autre part, les supports de lecture ne sont pas encore parfaitement adaptés, en particulier la liseuse. L'écosystème contenu/support de lecture est perfectible, et plus qu'une numérisation de contenu existant, le contenu numérique de bande dessinée doit aussi s'adapter aux nouveaux supports et modes de consommation.

### 2 - 1 | Les atouts de la bande dessinée physique

Interrogés sur l'état du marché de la lecture dématérialisée sur le territoire français, tous les experts ont tenu à souligner la différence qu'il importe de faire entre les œuvres rédigées, appelées « le noir », et les récits illustrés que sont la bande-dessinée franco-belge et les mangas. Romans et œuvres écrites (livres techniques et professionnels, livres scolaires, biographies, etc.) rencontrent un succès plus franc en dématérialisé que les œuvres illustrées.

*« Les lecteurs, ceux qui lisent vraiment des livres de type roman, ils optent plus facilement pour le dématérialisé que les lecteurs de bande dessinée. »* (plateforme)

Cette propension plus forte à passer en support numérique dans le cas du livre noir s'explique par le mode de lecture de la bande dessinée et, plus encore, pour l'attachement au support physique – pour des raisons sentimentales, esthétiques, mais aussi économiques.

#### 2 - 1 - a | La bande dessinée : un mode de lecture peu adapté au numérique

Alors que le livre de type roman ou essai – appelé « livre noir » par les professionnels – est simple à numériser, la bande dessinée se prête difficilement à cet exercice. Une différence notoire entre le noir et les récits illustrés est leur aspect. Tandis que dans le premier cas il ne s'agit que d'une suite de caractères faisant peu ou pas appel à de la couleur, utilisant une mise en page standardisée, bandes-dessinées et mangas racontent une histoire majoritairement au travers de leurs dessins.

*« Le livre illustré en numérique c'est plus compliqué que la littérature générale, ou que les sciences humaines, que les essais, ce qu'on appelle le noir, le livre noir, parce qu'il y a des images, il y a une mise en page particulière, des contraintes de mise en page et de mise en forme qui sont plus importantes que pour le texte pur. »* (éditeur)

Cette prédominance du contenu dessiné rapproche les bandes-dessinées et les mangas des beaux livres. Le graphisme fait partie de l'œuvre, et en ce sens le rendu visuel du contenu de l'œuvre doit être irréprochable.

#### *Lecture linéaire et lecture non linéaire*

La plupart des livres noirs, comme les romans, sont des œuvres linéaires. Elles sont composées de phrases, structurées en paragraphes et chapitres, qu'il convient de lire dans l'ordre chronologique afin de suivre le fil de l'histoire, et ce de la première à la dernière page.

Dans la bande dessinée, le flot d'information est à la fois plus rapide et plus global, non linéaire. Sitôt la page tournée, le lecteur est happé par une foule d'indications visuelles sur l'action, l'histoire en cours, et ce bien avant d'entamer la lecture des phylactères : *« on l'ouvre et on a forcément une impression visuelle sur ce qui se passe. C'est rouge, c'est vert, il y a de grandes cases, il y a une action, une onomatopée ou au contraire*

*beaucoup de textes.* » (éditeur). Ce mode de lecture est beaucoup plus difficile à rendre sur un support de lecture dématérialisé, car d'abord pensé et créé pour être lu en format papier.

### *Un contenu difficile à numériser*

Tandis que les contenus des livres « noirs » tels que les romans sont assez uniformisés d'une page à une autre, le contenu des œuvres illustrées varie beaucoup : les cases sont de taille différentes, la lecture se fait tantôt sur une page simple tantôt sur une double page, les polices peuvent varier énormément, la couleur peut jouer un rôle essentiel à la bonne compréhension de l'action, etc. Ce sont autant d'éléments visuels qui, s'ils sont indispensables à la bonne expérience de lecture et s'ils sont indissociables de l'œuvre, sont un véritable défi à rendre en dématérialisé.

*« Dans une bande dessinée, on l'ouvre et il y a la composition de la double page. Les cases ne se lisent pas forcément une par une, elles n'ont pas toutes la même taille, des fois c'est une page, des fois c'est une double page... »* (éditeur)

*« Une chose toute bête, mais il y a toujours des pages blanches, des pages de garde et tout ça, mais en numérique c'est très étrange une page blanche. On a l'impression qu'il y a un bug. »* (éditeur)

Certaines bandes-dessinées franco-belges, qui peuvent laisser une grande liberté aux auteurs tant sur la forme (formats de livre qui peuvent être très petits comme très grands) que sur le fond (sens de lecture, taille des cases, etc.), ne sont tout simplement pas adaptables en numérique.

*« Ca ce n'est pas pertinent du tout en numérique ! On est dans l'absurde si on met ça en numérique ! »* (plateforme)

## 2 - 1 - b | Le fétichisme de l'album : la résistance du support physique

Le deuxième argument cité par l'ensemble des éditeurs et la plupart des experts interrogés est l'attachement très fort au format papier pour cette catégorie d'ouvrages. Les récits graphiques se rapprochant des beaux-livres, le contenu devient indissociable du contenant. Cet attachement très fort au papier participe au fait que les versions dématérialisées sont perçues comme de moindre qualité, et donc de moindre intérêt par les amateurs de bandes-dessinées.

*« La bande dessinée comme c'est du beau livre presque, il y a une importance de l'objet qui est forte. »* (plateforme)

*« En fait, c'est noble quand c'est sur papier, et ça ne l'est plus quand ça passe en numérique. Y'a une espèce de dévalorisation de l'objet numérique. »* (éditeur)

Cette perte de valeur perçue altère la perception qu'ont les consommateurs des offres légales en ligne, certains d'entre eux ne comprenant pas toujours l'intérêt de payer pour une œuvre qui leur paraît dégradée.

### *Des lecteurs collectionneurs*

Les bandes-dessinées et mangas étant des ouvrages fleuves, des histoires séquencées au même titre que les séries télévisées où l'on suit les aventures des héros d'épisode en épisode, elles se prêtent parfaitement aux collections. Les lecteurs prennent plaisir à étoffer et à compléter leurs collections d'ouvrages afin de les garder précieusement dans leur bibliothèque.

*« L'objet papier est collectionné. Il y a un attachement très fort à avoir dans sa bibliothèque les volumes dans leur ordre, bien classés à la suite, dans la continuité : 1, 2, 3, 4, 5. Nous sommes dans un marché qui s'est fait par l'unicité du format, donc ça a un sens dans les bibliothèques. »* (éditeur)

Bandes-dessinées et mangas touchant un public de fans, ces ouvrages deviennent d'autant plus des objets de collection s'ils sont dédiés par leur(s) auteur(s). En effet, tout comme cela avait été observé dans le jeu

vidéo, il y a dans la bande-dessinée et le manga une réelle admiration pour les créateurs<sup>10</sup>. Les lecteurs prennent plaisir à découvrir un auteur, et peuvent avoir un réel attachement à sa signature artistique. Ils vont prendre plaisir à retrouver d'oeuvre en oeuvre l'univers qui est propre à l'auteur, renforçant cette tendance à la collection. Ce respect pour la création des auteurs de récits illustrés fait que les amateurs aiment posséder un ouvrage en version physique, afin de le faire dédicacer, et ainsi de faire prendre de la valeur à leur collection.

*« C'est une communauté qui est très attachée à ses auteurs, où on a encore une culture des salons qui est très importante. Je pense que le rapport au papier est encore plus marqué que pour d'autres genres. On aime emporter son livre en dédicace. »* (plateforme)

L'offre légale actuelle ne permettant généralement pas de télécharger les oeuvres, les consommateurs payant pour un droit d'accès à l'ouvrage qui reste hébergé en ligne, tous ces usages de collectionneur (classement, création de sa propre bibliothèque, dédicace de l'auteur, ...) ne sont pas possibles avec la dématérialisation. Ce sont ainsi des sources de déception pour les amateurs du genre.

*« Il y a des utilisateurs qui nous disent qu'ils ne peuvent pas archiver leurs bandes dessinées ! »* (plateforme)

### *Des objets que l'on prête et achète en occasion*

Comme toute oeuvre culturelle touchant un public de fans, les passionnés aiment faire découvrir à leurs proches et amis les ouvrages qu'ils apprécient tout particulièrement. Ainsi, les pratiques de prêts de livres illustrés sont très répandues dans les usages. Malheureusement, la version dématérialisée des oeuvres ne se prête pas ou peu à l'heure actuelle.

*« C'est moins palpable, ça ne se prête pas... »* (éditeur)

Par ailleurs, se créer des collections devient vite une activité onéreuse : il n'est pas rare que les séries de bandes-dessinées dépassent la vingtaine d'albums, et les mangas les plus prisés dépassent allégrement la trentaine de tomes<sup>11</sup>. Être collectionneur devient vite cher, aussi le circuit de la vente d'occasion est très important. Cela permet de compléter les collections à moindre coût, et de revendre les oeuvres les moins appréciées, faisant de la place pour d'autres. Une fois encore, la revente en occasion n'est pas une possibilité proposée actuellement par les offres dématérialisées.

## 2 - 2 | Un support de lecture perfectible : quel écran pour la bande dessinée numérique ?

Les contraintes techniques sont fortes dans la numérisation de la bande dessinée : d'une part, le support de lecture doit pouvoir restituer la richesse graphique du dessin – dont les couleurs, la taille de la page. Et d'autre part, le format de numérisation du contenu doit être adaptable à la diversité des contenus.

À ses débuts, l'offre légale de bandes-dessinées dématérialisées a souvent négligé cet aspect essentiel de la présentation et de la mise en page des ouvrages. L'objectif était en effet de créer rapidement une offre, en numérisant des oeuvres à la chaîne. L'accent avait été mis sur le quantitatif sans se pencher sur l'aspect qualitatif de l'offre, ce qui l'a très fortement desservie. En effet, les consommateurs se sont retrouvés face à des produits dégradés. Et ces problèmes de mise en page non adaptée, de rendu non qualitatifs ont fortement impacté la perception de la diffusion numérique des récits illustrés.

---

<sup>10</sup> Source : étude « Le jeu vidéo protégé », étude GFK pour l'Hadopi  
<https://www.hadopi.fr/observation/publications/le-jeu-video-protege>

<sup>11</sup> A titre d'exemple, on compte à ce jour 24 albums de Blake et Mortimer, 36 albums d'Astérix, et plus de 80 volumes pour le célèbre manga One Piece.

« Je pense que c'était automatisé, mais vraiment c'était horrible. On se sent arnaqué complètement, en tant que consommateur. » (éditeur)

« Les gens vont vous dire « je m'en fous moi qu'il y ait deux césures consécutives dans la ligne » mais en réalité, je crois qu'inconsciemment dans la tête des gens le livre numérique est perçu comme quelque chose de cheap. » (plateforme)

« C'est vrai aussi qu'il y a eu une course à la quantité à un moment donné, qui a fait que dans l'offre légale on avait de la qualité qui laissait vraiment à désirer. Et ça, y'a rien de mieux pour frustrer un client. » (éditeur)

Le deuxième constat qui s'impose lorsque sont abordés les supports de lecture, c'est que les récits graphiques, et tout particulièrement la bande-dessinée franco-belge, possèdent des formats particuliers, des tailles spécifiques, correspondant assez peu aux divers écrans proposés :

- l'écran de l'ordinateur, fixe ou portable, est en mode paysage tandis que les bandes-dessinées et mangas sont dans un format portrait ;
- la tablette, si sa taille correspond assez bien à celle des mangas (et des comics américains), est sous dimensionnée pour la bande-dessinée franco-belge qui est publiée dans un format supérieur à un A4 ;
- le téléphone portable possède un écran de taille inférieure à celui de la tablette, bien que la tendance soit à des écrans dont la taille et la résolution augmentent.

De ces quatre écrans potentiellement adaptés à la bande dessinée numérique, il semble que le dernier soit le plus à même de soutenir la diffusion de la bande dessinée dématérialisée.

## 2 - 2 - a | La liseuse : un support non adapté aux œuvres graphiques

Si la liseuse est le support qui vient naturellement à l'esprit lorsqu'il s'agit de lecture dématérialisée, il apparaît clairement qu'à ce jour, celle-ci n'est pas adaptée aux bandes-dessinées et aux mangas.

Comme abordé précédemment, l'aspect visuel, graphique est indissociable de ces œuvres. Or les liseuses ne permettent pas, dans leur majorité, d'afficher des couleurs. Les rares liseuses proposant autre chose que du noir et blanc offrent des couleurs trop ternes pour satisfaire les exigences d'affichage des narrations illustrées. Par ailleurs, leur écran est bien trop petit pour garantir un confort de lecture de bandes-dessinées optimal. Il n'y a donc pas à ce jour de liseuse adaptée à la lecture de ce type d'œuvre particulier.

« On a une autre problématique c'est qu'on n'a pas de liseuse couleur pour le moment. Donc tout le marché des liseuses est exclu. » (plateforme)

## 2 - 2 - b | L'ordinateur reste utilisé pour la lecture

Bien que pouvant passer pour un support de lecture un peu obsolète, l'ordinateur continue à être employé par les lecteurs d'ouvrages dématérialisés. D'après l'étude conduite par l'Hadopi en 2014<sup>12</sup>, l'ordinateur fixe reste utilisé par 17 % des lecteurs de livres numériques. L'ordinateur portable ne semble pas disparaître au profit des tablettes puisqu'il est utilisé par 33 % des lecteurs. Cette résistance de l'ordinateur, qu'il soit fixe ou portable, est clairement apparue dans les propos des personnes interrogées. Ceux-ci se sont montrés parfois surpris que ce support de lecture soit encore apprécié des lecteurs :

« On constate qu'il y a pas mal de lectures qui se font par ordinateur, ce qui n'était pas forcément notre créneau, notre façon de penser quand on s'est lancé dans l'aventure. » (plateforme)

« Il y a quand même une bonne part des utilisateurs qui sont sur ordinateur. » (éditeur)

---

<sup>12</sup> Etude Hadopi pour le GLN, op. cit.

Il apparaît de plus que l'ordinateur portable, et d'autant plus lorsqu'il est possible de séparer l'écran du clavier, est une bonne alternative à la lecture sur tablette.

## 2 - 2 - c | La tablette est davantage adaptée mais onéreuse

De l'avis de l'ensemble des experts interrogés, la tablette est le support qui offre aujourd'hui le meilleur confort de lecture aux amateurs de récits illustrés dématérialisés. Celles-ci permettent de restituer de manière satisfaisante les couleurs, et, sous réserve d'un logiciel de lecture performant, proposent une navigation fluide dans le récit. Leur bonne diffusion dans l'ensemble de la population française<sup>13</sup> est un facteur plaidant en leur faveur.

*« Elle est à notre sens extrêmement adaptée pour lire les bandes dessinées, du moment que le player est adapté, et notre player justement permet une lecture tout à fait confortable et agréable de la bande dessinée. »* (plateforme)

Elles peuvent se tenir aussi bien verticalement qu'horizontalement, permettant d'afficher tantôt des formats paysages, tantôt portrait. Leur format est parfaitement adapté aux mangas, de taille plus restreinte que les bandes-dessinées franco-belges.

*« Le format manga se prête bien à une tablette. Pour le coup on a la pleine page, ça s'affiche bien. »* (plateforme)

L'écran tactile facilite l'emploi du zoom afin de bien faire apparaître le contenu des cases et bulles. Enfin, leur portabilité est en parfaite adéquation avec l'usage nomade de lecture, un des atouts des biens culturels dématérialisés. Cependant ce support reste onéreux, et, si le taux de possession dans les ménages français est perçu comme suffisant, il peut être inaccessible aux plus jeunes. Or, les lecteurs de certains récits illustrés, et tout particulièrement de mangas, sont un public jeune.

*« Alors c'est vrai que notre cible, elle est jeune, elle n'est pas autonome financièrement, enfin globalement, en majorité. Donc on suppose qu'elle n'est pas très équipée en tablette. »* (éditeur)

*« (...) des supports qui sont chers, c'est des tablettes, c'est souvent des appareils en plus, que la jeune génération n'a pas, c'est souvent les parents qui ont un salaire et qui ont un iPad et des choses comme ça. Donc la population cible n'est pas forcément la population équipée. »* (plateforme)

Plusieurs personnes interrogées, principalement des éditeurs, ont pourtant convenu que, si la tablette était idéale pour lire des formats de taille réduite comme les mangas ou les comics, elle n'était pas l'outil idéal pour lire de la bande-dessinée franco-belge. Offrant un écran trop petit, le confort de lecture était non seulement amoindri par la qualité du logiciel de lecture, mais aussi par les efforts demandés au lecteur. Celui-ci doit en effet zoomer pour bien lire le contenu des bulles, puis dézoomer pour poursuivre sa lecture. Ce geste répété et fastidieux rend la lecture peu agréable.

*« Une bande dessinée il faut vraiment zoomer, se balader et ça devient un effort. »* (éditeur)

*« Il y a quand même une petite nuance, là sur le plan technique, c'est que les tablettes sont encore un peu justes pour la bande dessinée franco-belge. »* (éditeur)

---

<sup>13</sup> 40 % des Français âgés de 12 ans et plus ont déclaré être équipés d'une tablette tactile en 2016, selon l'étude du Crédoc pour l'Arcep et le CGE [https://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gspublication/Barometre-du-numerique-2016-CGE-ARCEP-Agence\\_du\\_numerique.pdf](https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/Barometre-du-numerique-2016-CGE-ARCEP-Agence_du_numerique.pdf)

## 2 - 2 - d | Le *smartphone* comme support du futur

Il apparaît assez rapidement dans le discours de la plupart des personnes interrogées que le *smartphone* est le support à privilégier à l'avenir. Ce support est plus répandu dans la population française que la tablette<sup>14</sup> (65 % contre 40 % en 2016), et est particulièrement répandu chez les jeunes générations, avec un taux d'équipement de 85 % des 12-17 ans et même de 95 % chez les 18-24 ans. Cette population jeune est familiarisée avec la consommation de culture en dématérialisée, et rentre ainsi dans la cible de la lecture d'œuvres graphiques en ligne.

*« Le troisième [écran] c'est le smartphone qui aujourd'hui est tout à fait marginal, mais qui de mon point de vue doit devenir extrêmement fort. »* (plateforme)

*« Nous on accentue la lecture sur mobile car je pense que ça correspond à de nouveaux usages. »* (plateforme)

Certes, son écran est petit et demande de repenser complètement la façon dont les bandes-dessinées apparaissent. Une des solutions existant à l'heure actuelle est de faire apparaître les contenus « case à case », technique employée aussi bien pour la bande-dessinée que pour les mangas. Ce mode de lecture, s'il est assez répandu aux États-Unis et en Asie est encore confidentiel en France. Non seulement les lecteurs français sont peu familiarisés avec ce mode de lecture, mais ce découpage nécessite des moyens conséquents : il faut définir la meilleure mise en page, parfois repenser l'œuvre initiale, trouver le logiciel qui puisse réaliser le découpage voulu, etc. C'est un processus qui demande bien plus d'investissement que la diffusion homothétique en dématérialisé.

*« Allez à Tokyo, allez à Séoul mais en Chine aussi, dans le métro les gens sont tous sur leur téléphone, beaucoup sont en train de jouer, beaucoup mais pas que, et beaucoup lisent sur leur téléphone des mangas en bulle, en case à case et ça représente un marché énorme la bas. Ici ça a moins pris, mais ça commence un peu. »* (plateforme)

Si cette technique évite d'avoir une image tassée et un texte illisible sans trop zoomer, certains auteurs s'y opposent car cela modifie l'expérience de lecture, le lecteur devenant « prisonnier » et passif devant l'image qui défile. Certains auteurs refusent donc le passage à la lecture « case à case », arguant de la dénaturation de leur œuvre.

*« C'est très critiqué par les auteurs parce que ça réinterprète un peu l'œuvre. »* (plateforme)

*« C'est quoi une planche de bande dessinée sur mon iPhone ou sur mon téléphone ? C'est une question à la fois technique et éditoriale qui ne se pose pas sur le roman. Alors est ce qu'il ne serait pas mieux de le faire sous la forme de case à case, de le transformer ? Quels sont les logiciels qui me permettent de le faire, les formats ? Et dans ce cas est-ce que je ne porte pas atteinte à l'esprit de l'œuvre ? Est-ce que c'est possible pour toutes les bandes dessinées ? Évidemment pour une image qui va traverser complètement la planche, alors la case à case ça devient quoi ? »* (plateforme)

Plus largement, le téléphone devient le support de choix pour la consommation de tous types d'œuvres dématérialisées : musique, films, séries, jeux sont actuellement fortement consommés sur *smartphones*. C'est un support qui peut être perçu comme multiculturel, voire « universel », sur lequel l'offre dématérialisée de bandes-dessinées et manga peut naturellement trouver sa place.

*« Ce qui apparaît en réalité c'est qu'il y a un device universel c'est le smartphone. »* (plateforme)

*« Une bonne façon de réinvestir ce temps de lecture par rapport aux usages audio, aux usages vidéo... C'est vraiment amener la lecture là où le lecteur se trouve. »* (plateforme)

---

<sup>14</sup> Etude Arcep, op.cit.

## 2 - 3 | Deux principaux formats de fichiers

Il ressort très nettement des entretiens que les deux formats majoritairement employés dans la bande dessinée et les mangas dématérialisés sont le PDF et plus encore ePub3, dû au consortium international International Digital Publishing Forum (IDPF), dont le développement en Europe repose sur l'EDRLab (*European Digital Reading Lab*). Si le PDF a été le premier format utilisé, il tend à être supplanté par l'ePub, qui permet l'ajout d'éléments interactifs enrichissant l'œuvre.

Plus précisément, les personnes interrogées ont fréquemment mentionné l'ePub 3 Fixed Layout, qui propose une mise en page figée, avec un rendu qui ne variera pas en fonction de la liseuse. Ce format, permettant d'avoir un rendu similaire à celui du papier, semble être assez apprécié des professionnels du récit graphique, puisque évitant les risques de dénaturation de la mise en page. En revanche, ce format limite les interactions avec le lecteur.

*« Il y a une homogénéisation des formats, on est beaucoup sur l'ePub 3, encore plus que sur le roman. C'est-à-dire que comme c'est très graphique il a fallu un format qui s'est imposé, et du coup de facto il n'y a que deux formats qui ont réussi à sortir la tête de l'eau c'est le PDF et l'Epub. »* (éditeur)

*« Il y a le format ePub qui est un format standard qui est aujourd'hui beaucoup poussé par des instances internationales. Sa dernière version, l'ePub3, a comme avantage de permettre des enrichissements facilement : des animations, des sons... »* (plateforme)

*« Ce sont des formats ePub3. C'est ce qu'utilise tout le monde, c'est la norme utilisée par tous, ou en tout cas par ceux qui font autre chose que du PDF. »* (plateforme)

*« On est sur de l'Epub dans sa dernière version pour le mobile et puis le fixed layout permet finalement que la mise en page soit fixe. »* (plateforme)

### *Des améliorations nécessaires*

Si ces formats sont faciles à employer et permettent une conversion aisée des fichiers de l'avis de l'ensemble des experts interrogés, il apparaît assez rapidement que sous une apparente satisfaction ces formats restent perfectibles, en particulier pour restituer des bandes-dessinées et mangas. Ce sont en effet des formats encore jeunes au regard d'autres formats utilisés dans des secteurs culturels plus dynamiques en dématérialisé, comme la musique ou la vidéo. Ils ne bénéficient donc pas du même retour d'expérience.

*« L'Epub c'est finalement, si je le caricature, un peu de web embarqué dans un gros zip. »* (plateforme)

*« On est sur un format d'une totale immaturité encore. (...) Mais prenez par exemple la vidéo ! Aujourd'hui on est en format H.265 ou VP9, enfin peut importe. On est sur des formats de 14<sup>e</sup>, 15<sup>e</sup> génération. Qui maintenant savent lire de la 4k, qui ont des algorithmes extrêmement compliqués. Le format Epub, il est en format 3. Il y a plein de trucs qu'il ne sait pas faire le format Epub. »* (plateforme)

Cette jeunesse de format ne permet pas encore la prise en charge de créations innovantes. Les formats Epub et PDF semblent être davantage pensés pour répondre au besoin d'une numérisation homothétique<sup>15</sup> des œuvres illustrées, ce qui représente actuellement le gros du marché dématérialisé. Même la diffusion dématérialisée en homothétique, pourtant présentée comme assez simple par les personnes interrogées, demande des ajustements afin de la rendre agréable à lire. L'adaptation éditoriale est essentielle, même pour les ouvrages qui a priori sont aisément transposables en numérique.

*« Aujourd'hui sur Epub, quand vous avez des pages de tailles variables, je ne dit pas que c'est impossible de le faire en Epub, mais c'est une catastrophe d'un point de vue rendu. »* (plateforme)

---

<sup>15</sup> Une bande dessinée numérisée homothétique est la reproduction telle qu'elle de l'œuvre papier.

A l'inverse, ces formats ne répondent pas aux besoins des bandes dessinées « nativement numériques », c'est-à-dire qui sont à la base des créations pensées pour être lues en dématérialisé. Ces nouveaux types de narration illustrée doivent donc opter pour d'autres formats offrant davantage d'outils créatifs.

Turbomédia<sup>16</sup>, un format en constante évolution, est cité à plusieurs reprises comme un exemple de solution permettant une plus grande latitude aux auteurs. Ceux-ci peuvent ainsi rendre s'ils le souhaitent leurs lecteurs actifs, les incitant à réaliser des actions pour animer le dessin, à effectuer des actions pour progresser dans l'histoire.

*« Dans ce qu'on appelle les turbomedias dans la bande dessinée c'est vous qui enchaînez cases à cases, et en fait vous avez des effets de fondu, de translation... vous avez un effet graphique qui est contrôlé par le lecteur. »* (plateforme)

Enfin, l'EDRLab a lancé en juillet 2017 un groupe de travail consacré à la bande dessinée, qui a pour objectif, entre autres, de définir le prochain format ePub 4, plus adapté à la bande dessinée<sup>17</sup>.

### *De la disparité de la qualité des logiciels de lecture*

Un des premiers points d'insatisfaction est le manque de qualité de certains logiciels de lecture, couramment appelés *readers*. Ces logiciels sont propres à chacune des plateformes de diffusion, et existent par ailleurs sous la forme de très nombreuses applications, gratuites ou payantes, permettant de lire des récits illustrés dématérialisés.

Si l'offre de *readers* est foisonnante, leur qualité est très inégale, qu'il s'agisse d'applications ou d'outils propres à une plateforme de diffusion. En effet, bien que les plateformes interrogées mettent un point d'honneur à proposer aux éditeurs et lecteurs des logiciels de lecture performants, il apparaît que certains acteurs de l'offre légale n'ont pas mis l'accent sur le développement d'un « *reader* » de qualité optimale. Il en résulte une grande disparité de qualité de lecture, contraignant certains éditeurs à fournir des fichiers dans un format simple mais peu abouti, afin qu'ils puissent être compatibles avec le plus grand nombre de logiciels de lecture.

*« L'Epub fixed layout c'est ce qu'on fait aujourd'hui, c'est adapté, mais c'est un peu le même problème que l'on a partout dans l'illustré, c'est que pour utiliser toutes les fonctionnalités de l'Epub Fixed layout comme il est écrit, toutes les spécificités, c'est compliqué. Toutes les interfaces de lecture ne sont pas compatibles avec ce format-là et tous les éditeurs ou diffuseurs n'ont pas fait les développements qui permettent de lire ce format-là dans sa plus récente spécification, dans son plus récent standard. Du coup on est toujours un peu obligés de se mettre au niveau du reader le moins performant, pour être sûrs que nos bandes dessinées soient lisibles le plus largement possible. »* (éditeur)

*« Quand les éditeurs nous donnent des PDF, on numérise à 6,5 méga pixels les fichiers, et les éditeurs nous donnent des trucs à moins de 4 méga pixels. Donc c'est un peu flou ! »* (plateforme)

### *Des formats en manque d'uniformisation*

En novembre 2016 soit après ces entretiens, l'IDPF a fusionné avec le *World Wide Web Consortium* (W3C), laissant supposer des améliorations du format Epub. Éditeurs comme plateformes semblent pointer du doigt ce manque d'uniformisation qui impacte négativement la qualité de certains contenus, et freine le développement d'une offre légale de qualité.

*« Donc pour le moment, c'est encore assez disparate. Ce n'est pas très standardisé sur ces formats là en bande dessinée. On n'est pas tous tombés d'accord sur le format, sur ce qui est le mieux à faire. Je pense que chacun*

---

<sup>16</sup> Turbomédia est une invention de Balak, auteur de bande dessinée, créée en 2009.

<sup>17</sup> <https://www.edrlab.org/2017/07/07/bd-comics-manga-working-group-starting/>

de notre côté on a notre petite idée, chaque plateforme a sa petite idée, et on essaie de faire au mieux tous ensemble. Mais ça nécessiterait bien de discuter un peu plus sur ce sujet je pense. » (éditeur)

## 2 - 4 | Interopérabilité et mesures techniques de protection

Ce sont les éditeurs qui choisissent d'apposer des protections à leurs œuvres. Il apparaît dans les entretiens réalisés que la quasi-totalité des œuvres est protégée. En effet, si certains éditeurs pourraient s'y montrer défavorables, les grandes plateformes de diffusion comme Apple ou Amazon en utilisent par défaut. La plupart des experts interrogés, plateformes comme éditeurs, se sont montrés en faveur de MTP<sup>18</sup> permettant une gestion souple des droits de diffusion. Si tous désirent protéger les œuvres d'utilisations non autorisées et abusives, ils souhaitent que cela ne soit pas une entrave aux usages.

« C'est l'éditeur qui demande à la plateforme, c'est l'éditeur qui décide. Ce n'est pas un marché de cession de droit. » (plateforme)

« Moi je suis partisan de DRM souple, léger, transparent, ergonomique. Qui permet des usages assez larges, les DRM évoluent, ça devient de plus en plus souple, ça permet le prêt. Qui puisse être lu sur 100 appareils, je ne sais pas, quelque chose de large mais qui néanmoins dresse un périmètre symbolique de propriété intellectuelle. » (plateforme)

« Si un utilisateur se désabonne, il n'a plus accès à sa bibliothèque. Et dans la bibliothèque utilisateur je crois que l'on peut mettre au maximum 12 ouvrages. C'est vraiment un environnement hyper sécurisé. » (plateforme)

### Un problème d'interopérabilité

Il ressort fréquemment des entretiens réalisés un réel problème d'interopérabilité dans l'accès aux contenus. Bien que les consommateurs semblent avoir assimilé le fait qu'ils paient pour un accès qui pourrait s'avérer obsolète si le service leur devenait inaccessible (fin d'abonnement, disparition de la plateforme, etc.), il existe un problème d'interopérabilité en l'absence de MTP universelle, lisible sur tous les *readers*, sur toutes les plateformes et sur tous supports.

« Ils ne sont pas dans un achat en se disant oui j'ai acheté un album que je vais conserver à vie. » (éditeur)

« On est sur un système qui est décentralisé, si demain Apple arrête de commercialiser Ebooks, tous les livres qui étaient sous la DRM Fairplay ne sont plus lisibles. » (plateforme)

Le projet Radium a été lancé en 2012 dans le but de trouver une solution sur le format ouvert Epub3 : la DRM LCP (*Licensed Content Protection*) qui en résulte, gérée par le moteur de lecture Radium SDK, pourrait résoudre ce problème, étant compatible avec l'ePub 3.

« On sait très bien qu'il y a Radium SDK qui va arriver, ce sera peut-être un verrou de moins avec une DRM interopérable. On n'avait pas de DRM pour la bande dessinée puisque la DRM Adobe était incompatible avec les Epub 3 fixed layout, les Epub 3 texte oui mais pas les fixed layout. » (plateforme)

### Une efficacité relative pour des œuvres-images

De l'avis des personnes interrogées, les protections utilisées aujourd'hui ne forment pas un réel rempart contre les copies illicites. En effet, les bandes-dessinées et mangas étant des œuvres graphiques, il est aisé de les capter en faisant des copies d'écran, quelle que soit la protection employée.

« Après l'efficacité reste limitée, car ça n'empêche personne de faire une copie d'écran. En 1 minute trente je fais une version pirate de n'importe quelle bande dessinée numérique. » (éditeur)

---

<sup>18</sup> Les mesures techniques de protection (MTP ou Digital Rights Management (DRM) en anglais) sont des outils de gestion des droits numériques permettent aux titulaires des droits de contrôler l'utilisation qui est faite de leurs œuvres.

## 3 | Les facteurs de développement du marché de la bande dessinée dématérialisée

### 3 - 1 | Développer l'offre

Augmenter la taille du catalogue numérisé et faire que le dématérialisé soit une source de revenus complémentaires du catalogue physique doit se faire avec le soutien des éditeurs. Le premier point sera de mieux fédérer en ce sens l'ensemble de la filière, tant les éditeurs que les plateformes.

#### 3 - 1 - a | Les plateformes en attente de soutien

Il ressort des entretiens une réelle attente des plateformes d'une plus grande collaboration avec les éditeurs. Elles ne souhaitent pas être perçues comme un mode de diffusion annexe, mais comme un réel canal de commercialisation, permettant de proposer de nouvelles offres à des consommateurs en attentes de solutions adaptées à leurs attentes. Cela nécessite davantage de collaboration.

*« C'est un travail collectif de sensibilisation : entreprise, éditeurs, libraires, État... Tout le monde devrait y contribuer. »* (plateforme)

Faisant référence à Izneo (cf. encart infra), beaucoup approuvent le fait que des éditeurs s'investissent réellement dans une plateforme de diffusion. Plusieurs plateformes sont en attente de ce profil de collaboration, rendant plus aisée la création de modèles de diffusion innovants.

*« Nos investisseurs devraient être les éditeurs. »* (plateforme)

Cette attente est d'autant plus marquée que certaines plateformes craignent l'arrivée d'acteurs étrangers majeurs, qui seraient en position de force vis-à-vis des éditeurs, avec le risque de faire disparaître à terme les services nationaux dans un rapport de force inégal.

*« Ils ne veulent pas être dans les bras d'un seul gros acteur, mais s'il y a 5 ou 10 gros acteurs, s'il y a suffisamment d'acteurs pour qu'il y ait une concurrence et que les petites miettes c'est autant de choses en moins à gérer, en fait ça ne gêne pas tellement les grands éditeurs, pour être franc. »* (plateforme)

#### *De nouveaux bénéficiaires possibles ?*

Les éditeurs peuvent gagner d'une collaboration accrue avec les plateformes de diffusion. La dématérialisation leur offre un circuit de diffusion court, inédit jusqu'alors. Ils peuvent ainsi bénéficier d'informations commerciales précieuses, en provenance directe des plateformes. Ces échanges créent non seulement une forte proximité éditeur/ plateforme mais aussi éditeur/consommateur. En collectant et analysant les données issues des plateformes, les éditeurs possèdent des informations précieuses sur les usages de leurs lecteurs. L'enjeu des données, de leur analyse et de leur possession sera alors central.

*« Ce qui fait la performance du marché numérique, c'est une opportunité pour un éditeur d'être en relation direct avec le libraire. C'est très rare dans le schéma normal distributeur/ diffuseur, on n'était jamais en prise directe. Là, pour une fois on est en prise directe. J'ai quelqu'un de Google, je peux l'appeler pour monter une opération, ou lui peut m'envoyer des informations en me disant que tel titre marche chez lui. »* (éditeur)

*« On lance une opération, le lendemain on sait ce qui se passe, si ça marche ou pas. »* (éditeur)

### Focus : l'apparition d'acteurs à la fois distributeurs, diffuseurs et revendeurs

La bande dessinée numérique suscite l'apparition de nouveaux acteurs rassemblent au sein d'une même entité des fonctions jusqu'alors distinctes de distribution, de diffusion et de vente.

Créée en 2010 par un consortium de douze éditeurs, la plateforme Izneo joue un rôle positif dans la distribution dématérialisée de bandes-dessinées selon la majorité des experts rencontrés. Elle a permis à une plateforme française de faire face à des acteurs étrangers majeurs, tels qu'Amazon. Particulièrement innovante, elle apparaît comme un des moteurs du marché français. Elle vient ainsi de signer un accord de distribution avec Orange et la Fnac en octobre 2017 pour proposer une offre exclusive sur abonnement, *Izneo by Fnac*.

Dans le même esprit, la chaîne de grande distribution E. Leclerc a lancé, le 8 novembre 2017, une offre de bande dessinée numériques en partenariat avec Sequency. Cette plateforme de vente propose la vente à l'unité d'ouvrages, mais pas d'offre d'abonnement.

### 3 - 1 - b | Augmenter la taille du catalogue

Une étape incontournable pour faire décoller le marché reste l'augmentation de la taille du catalogue disponible en dématérialisé. Si pour certaines personnes interrogées il n'y a pas de problème d'offre, les ventes dématérialisées étant principalement portées par les nouveautés qui sont aujourd'hui fréquemment numérisées, la faiblesse du catalogue a été évoquée à de nombreuses reprises par les experts interrogés.

*« On a 15 000 titres grand maximum disponibles en bande dessinée numérique, c'est rien du tout. Vous avez 5 000 nouveautés par an ! »* (plateforme)

*« Le début d'une offre idéale c'est que tous les albums papier soient disponibles en numérique. Aujourd'hui y'a des trous énormes. Si vous prenez la liste de tout ce qui sort et se vend en bande dessinée, il y a 40 % des offres de bande dessinée qui ne sortent pas en digital. »* (plateforme)

*« Il faudrait que l'offre soit complète, quasi exhaustive. »* (plateforme)

Le manque d'exhaustivité de l'offre a un impact très négatif sur la perception de la pertinence de l'offre légale dématérialisée. Un consommateur, qui n'est pas particulièrement attaché à l'offre dématérialisée, qui ne trouve pas l'œuvre recherchée aura vite fait de qualifier l'offre légale dans son ensemble comme insatisfaisante et de lui tourner le dos.

*« Vous vous dites, cette plateforme est vraiment nulle, il n'y a pas d'offre, qu'est-ce qu'ils font. Et ça décrédibilise de manière très globale l'offre numérique. »* (plateforme)

Par ailleurs, si le lecteur est davantage familier avec le dématérialisé, il pourrait être tenté de se tourner vers les plateformes illicites si celles-ci proposent des œuvres qui sont absentes des services licites.

*« Quelqu'un qui recherche sur le web une bande dessinée numérique, s'il la cherche, il la trouve. Donc ça serait plus intéressant que sa recherche fasse remonter une offre légale que pirate. C'est pour ça que le catalogue serait vraiment une des réponses au piratage. »* (plateforme)

#### Convincer les éditeurs et auteurs

Cette limitation du catalogue est en partie due à l'absence de certains éditeurs dans l'offre dématérialisée. De plus, certains auteurs sont aussi opposés à voir leurs œuvres disponibles sur les plateformes dématérialisées.

*« L'ultime idéal ce serait que l'intégralité du catalogue disponible en papier soit disponible en numérique, qu'on ait les droits numériques, après on ne peut pas forcer les auteurs et c'est totalement légitime. »* (éditeur)

Par ailleurs, le dématérialisé permet de rallonger la durée de vie des œuvres. Dans un secteur où environ 5 000 nouveautés sont publiées chaque année, la concurrence est importante. En physique et vente à l'acte, un titre

qui n'a pas fait de belles ventes peu de temps après sa sortie aura peu de chance d'être un succès, noyé sous le flot des nouveautés. La dématérialisation peut apporter une réponse à cette problématique. Ainsi, certaines plateformes ont remarqué que les offres d'abonnement permettaient à des titres de fond de catalogue de retrouver un public : la numérisation de ces titres épuisés ou à faible lectorat s'inscrirait dans une logique économique de « longue traîne<sup>19</sup> », au sein de laquelle la somme de micro-revenus finit par engendrer des revenus significatifs.

« On voit que dans l'abonnement, on a des gens qui ne lisent pas forcément les séries les plus vendues à l'acte ou en papier mais ils vont chercher des choses un peu secondaires, des œuvres qu'ils n'auraient pas achetées autrement. Donc on voit que le numérique c'est très complémentaire, justement, du papier. » (plateforme)

« Ca vient se compléter et au final pour l'éditeur ça génère un surplus de chiffre d'affaires. » (plateforme)

### 3 - 1 - c | Favoriser la communication autour de l'offre légale de bande dessinée dématérialisée

Toutes les personnes interrogées reconnaissent de manière unanime le déficit de communication autour de l'offre légale. Si celle-ci semble être visible car présente chez les plus grands acteurs tels qu'Amazon, Apple, Fnac, etc. elle est peu connue du grand public et seuls les lecteurs passionnés ont connaissance d'une offre dématérialisée, ayant recours à ces services licites.

« Globalement il y a une méconnaissance et il y a un manque de visibilité. Du fait qu'il existe une offre légale de bande dessinée et manga numérique, que c'est de bonne qualité, multisupports, qu'il y a des prix très avantageux, des promos régulières, ce n'est pas assez connu. » (plateforme)

De plus, pour le grand public, la bande dessinée numérique pâtit de l'absence de support de lecture clairement identifié. Si le livre a été porté par les liseuses, si le *smartphone* apparaît de plus en plus comme un support de consommation de culture dématérialisée, peu de monde arrive à associer un support de lecture adapté à la bande-dessinée dématérialisée.

« Je pense que si vous interrogez des gens dans la rue, très peu savent qu'on peut lire des bandes dessinées sous forme digitale. » (plateforme)

« La connaissance, le fait de savoir que ça existe. Il y a un gros travail de ce côté-là qui doit être fait. » (plateforme)

Ce n'est donc pas qu'un problème de référencement qu'il conviendrait de résoudre, mais de connaissance de l'offre et de ses caractéristiques. Cela passe par des opérations de communication à destination du grand public, ce qui nécessite un travail conjoint des plateformes et des éditeurs.

## 3 - 2 | Développer les usages

### 3 - 2 - a | Favoriser l'innovation

La bande-dessinée et le manga se retrouvent aujourd'hui face à des problématiques étroitement liées à l'univers numérique. La dématérialisation des pratiques culturelles renforce la mouvance des offres et des attentes des consommateurs, celles-ci évoluant plus rapidement, au fil des innovations technologiques ou économiques – qu'elles soient simples évolutions ou ruptures brusques. Dans cet univers en mouvement, tout acteur doit, aujourd'hui encore plus qu'hier, s'adapter aux comportements des consommateurs. Or, de l'avis

---

<sup>19</sup> Source : Chris Anderson, The long tail, *Wired*, octobre 2004.

<http://web.archive.org/web/20041127085645/http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>

de certains des experts interrogés, certains acteurs du marché sont actuellement trop focalisés sur les besoins de la profession (au sens large, regroupant éditeurs, créateurs, diffuseurs, etc.) et pas assez sur ceux des lecteurs-consommateurs.

*« Le risque parfois c'est de trop faire de l'interprofessionnel, de répondre trop aux attentes des uns et des autres, qui ont parfois des attentes très différentes. Et au final ce qui marche dans le numérique c'est de répondre aux problématiques de l'utilisateur. »* (plateforme)

Comme souvent dans les offres numériques, les plateformes sont au début nombreuses avant que n'apparaisse une tendance naturelle à la concentration du marché. Bandes-dessinées et mangas dématérialisés n'échappent pas à ce phénomène, et si les plateformes veulent continuer à exister, elles doivent faire face au dynamisme d'autres acteurs, souvent étrangers et bénéficiant d'une forte capacité de recherche et développement.

*« Le numérique fait qu'il y a une concentration, c'est-à-dire qu'il y a des marques qui s'imposent par rapport à d'autres. Donc on est sur un autre paradigme et nous c'est toujours un brainstorm permanent. »* (plateforme)

L'innovation est la clé qui permet à des acteurs de moindre taille, souvent locaux, de faire face à des géants de l'Internet.

*« On est dans un marché qui doit constamment innover. »* (plateforme)

*« Un petit acteur peut s'imposer sur le long terme, s'il est très innovant. On peut bousculer les grands acteurs. L'histoire est remplie de cas comme ça. »* (plateforme)

#### *L'innovation de l'offre en priorité*

Afin de permettre le développement d'une offre dématérialisée pertinente et compétitive, il semble nécessaire de se focaliser dans un premier temps sur la qualité des outils de lecture au sens large (logiciels de lecture, outil de gestion des droits, plateformes innovantes, etc.). Ont été mentionnés comme axes de travail la qualité et la performance du logiciel de lecture, la possibilité d'utiliser un système de recommandation novateur et l'exploitation de la dimension sociale de la dématérialisation. L'innovation se retrouve dans la façon de présenter les œuvres en dématérialisé : Turbomédias, *webcomics*, *scrollcomics* sont autant de voies de lecture à développer.

*« Cela permettra de découvrir des ouvrages qui correspondent vraiment aux goûts des lecteurs tels qu'on peut les analyser de manière profonde, et donc d'apporter des propositions et de leur faire des propositions de lecture qui vont leur plaire et continuer à consommer, que ce soit en papier ou digital. »* (éditeur)

*« C'est tout l'enjeu de trouver un bon équilibre entre la recommandation automatique et la recommandation humaine. »* (plateforme)

*« Entre réseaux sociaux, offre légale, communautés... il y a un quelque chose à faire à ce niveau-là. »* (plateforme)

*« Il y aurait les notations, le fait de commenter des œuvres à plusieurs... Il y a plein de fonctionnalités communautaires, là où le numérique apporte un gros plus par rapport au papier, qui sont encore devant nous. Il y a encore plein d'innovations à faire. »* (plateforme)

*« Il y a une problématique d'innovation dans les interfaces qui permettent de lire, de communiquer ou d'échanger, de trouver de l'information sur les œuvres. »* (plateforme)

Si la quasi-totalité des personnes interrogées ont mis en avant l'importance de proposer aux consommateurs autre chose que des contenus homothétiques, ils n'ont pas mentionné que les œuvres devaient être un axe d'innovation. C'est à la technologie de s'adapter, tout en acceptant que certaines œuvres ne seront jamais pertinentes en dématérialisé, tout comme d'autres ne le seront jamais en physique.

*« Innovation et art sont deux termes qui ne sont pas compatibles en réalité. »* (plateforme)

### 3 - 2 - b | Favoriser les usages complémentaires pour élargir le nombre de lecteurs

Le dématérialisé n'est pas encore perçu comme une source de revenus additionnels et certains ne croient pas en la complémentarité des usages de lecture dématérialisés et physiques. Pour certains, une vente dématérialisée est une vente physique en moins. Ce manque de conviction dans l'intérêt que représente le dématérialisé en tant que source de revenus complémentaire est un obstacle qui, une fois levé, favoriserait la diffusion dématérialisée de bandes-dessinées et mangas.

« *La lecture digitale permet a contrario de découvrir. La découverte c'est un des points de ce que les Anglo-Saxons appellent la discovery, c'est un des points très importants du digital notamment dans des industries comme la nôtre où il y a 5 000 nouveautés par an.* » (plateforme)

Pourtant, pour de nombreuses personnes interrogées le dématérialisé offre des usages complémentaires à la lecture d'œuvres papier. Plus spécifiquement, les lecteurs les plus passionnés ont aussi intérêt à se tourner vers une offre dématérialisée, moins onéreuse. Leur budget (et la place sur les étagères) étant limité, ces lecteurs amateurs trouvent dans le numérique une bonne manière de lire à moindre frais des œuvres qu'ils n'ont pas achetées en format papier, car non perçues comme suffisamment qualitatives pour en faire l'investissement. La lecture en numérique vient donc compléter la lecture d'ouvrages papiers.

« *Même les plus passionnés n'ont pas forcément le budget suffisant pour lire toutes les bandes dessinées dont ils ont plus en moins envie, qu'ils ont plus ou moins envie de découvrir. Donc nous on a une solution quand même intéressante pour ces gens-là.* » (éditeur)

Au final, sous réserve que les offres dématérialisées soient proposées à un prix attractif, elles permettraient d'attirer de nouveaux lecteurs, qui ne sont pas forcément des passionnés de bandes-dessinées. Le dématérialisé peut aussi servir de produit d'appel, les consommateurs pouvant acquérir une offre papier plus onéreuse pour les ouvrages coup de cœur. Cette cohabitation entre une offre dématérialisée peu onéreuse et une offre physique *premium* se retrouve actuellement dans les jeux vidéo. Dans le cas de la bande dessinée, ces deux offres peuvent être complémentaires, sous réserve d'une justification d'un prix plus élevé pour l'offre physique : qualité du papier et de l'impression, série limitée, *ex libris* offert, coffret collector, etc.

« *Le numérique nous sert à très bas prix à gagner des clients qui pourraient se rapatrier sur un objet dédié physique, une version luxe. Même si c'en est qu'un sur cinquante. Mais ça il faudrait trouver des passerelles pour éviter que les gens aient l'impression d'acheter deux fois la même bande dessinée.* » (éditeur)

### 3 - 3 | La politique du prix unique du livre numérique

Du point de vue du consommateur, le prix est le premier obstacle à la moindre consommation de biens culturels dématérialisés, quel que soit le marché.

Plus exactement, la perception d'un prix élevé intervient à deux niveaux : d'une part, il faut entendre ce prix « élevé » par rapport à l'absence de prix que permet le piratage des biens culturels dématérialisés. En ce sens, la perception d'un prix élevé des offres en ligne est le premier frein à la consommation licite, par rapport à la consommation illicite dudit bien, comme le montre le Baromètre des usages<sup>20</sup> de l'Hadopi. D'autre part, il est attendu de la part des consommateurs une décote du prix du bien dématérialisé par rapport au prix du même bien, mais dans un support physique.

---

<sup>20</sup> 69% des consommateurs de biens culturels dématérialisés ayant consommé au moins un bien de manière illicite déclarent ne pas consommer de manière licite pour des raisons de prix trop élevés, que soit le prix unitaire du bien (53 %) ou le prix de l'abonnement (49%). Source : *7<sup>e</sup> vague du Baromètre des usages*, Hadopi, septembre 2017.

<https://www.hadopi.fr/actualites/actualites/les-barometres-usages-et-offre-legale-hadopi-sont-en-ligne>

Aussi, la quasi-totalité des experts interrogés mentionne cette question du prix, et si beaucoup conviennent que les éditeurs font des efforts pour proposer une offre dématérialisée à un prix moindre que l'offre papier, presque tous, de même, estiment que de gros efforts restent encore à faire.

### 3 - 3 - a | Une offre légale perçue comme chère

Pour beaucoup d'éditeurs, la norme actuelle est de vendre un ouvrage dématérialisé environ 30 % moins cher que le livre physique, même si cela paraît insuffisant pour certains.

« *Ils font des efforts sincères.* » (plateforme)

« *L'offre aujourd'hui si vous la regardez, c'est une offre assez chère, assez peu populaire dans son contenu.* » (plateforme)

« *Pour le moment on est sur un prix classique, de 30 % inférieur par rapport à la bande dessinée physique.* » (éditeur)

Si l'éditeur est le seul à décider du prix de ses ouvrages en dématérialisé, il reste plus ou moins obligé de se caler sur les tarifs pratiqués par la concurrence. Si une œuvre se retrouve à un prix supérieur au prix moyen proposé par les autres éditeurs pour un ouvrage équivalent, la probabilité qu'elle rencontre un succès en dématérialisé est quasi inexistant. En revanche, si un éditeur décide de faire cavalier seul et de baisser le prix de ses albums de manière significative par rapport à ceux pratiqués par les autres éditeurs, il risque de renvoyer une image peu attractive. Le fait qu'elle soit bien moins chère que les autres peut sous-entendre qu'elle est de moindre qualité, et peut donc recevoir un succès mitigé. L'éditeur prend aussi le risque de devoir expliquer à ses auteurs pourquoi il vend un ouvrage moitié moins cher que ses concurrents. Et donc, pourquoi l'auteur est moins rémunéré par ouvrage vendu. Néanmoins, plusieurs répondants ont relevé le fait que le prix moyen d'une bande-dessinée dématérialisée avait augmenté au cours des cinq dernières années.

« *Une bande dessinée numérique en 2011/ 2012, le prix moyen était à 6 €. Aujourd'hui on est plutôt à 8 €.* » (plateforme)

Cette hausse s'explique par le fait que le prix des ouvrages dématérialisé est parfaitement calqué sur le prix des œuvres papier. Ainsi, comme le prix moyen des bandes-dessinées physiques a augmenté, le prix moyen dématérialisé a suivi cette hausse.

« *Le prix de la bande dessinée papier qui a augmenté, du coup on augmente aussi le numérique parce que c'est logique.* » (plateforme)

#### *Les consommateurs en attente de prix bas*

Comme pour toutes les œuvres culturelles dématérialisées, les consommateurs attendent un niveau de prix inférieur à ceux pratiqués en physique. Peu conscient de la chaîne de valeur et des frais présents dans la distribution dématérialisée, certains utilisateurs estiment que le dématérialisé devrait être quasiment synonyme de gratuité. Le niveau de prix pratiqué aujourd'hui peut être un frein élevé pour ces consommateurs, en attente *a minima* d'une réelle décote par rapport à l'ouvrage physique.

« *De manière générale les lecteurs attendent des prix, une décote disons papier/ numérique plus forte que celle qui est pratiquée en moyenne aujourd'hui par les éditeurs.* » (plateforme)

« *On est un peu pris entre deux feux. C'est à dire que d'un côté il y a l'économie du livre, qui est une économie très traditionnelle, avec des prix globalement assez élevés, on peut dire que c'est un produit culturel qui est assez cher. Mais c'est la première industrie culturelle en France donc ça marche quand même, mais à côté de ça, il y a l'économie numérique qui est à l'inverse une économie du petit prix et du presque gratuit.* » (éditeur)

### Accès contre possession

Si le niveau de prix pratiqué actuellement paraît trop élevé, c'est aussi parce que contrairement à la musique où à la vidéo, la quasi-totalité des offres ne permet pas de télécharger les ouvrages. L'utilisateur ne paie qu'un droit d'accès à l'œuvre. C'est donc un usage restreint auquel il a le droit, justifiant peu à ses yeux de payer seulement 30 % moins cher que pour l'œuvre physique, qu'il peut collectionner, revendre, etc.

« Le prix perçu dans la valeur telle que l'utilisateur telle qu'il la perçoit c'est qu'il ne s'agit pas d'une vente mais d'un droit d'accès. Et donc le fichier, l'utilisateur ne le détient pas, il ne peut pas l'utiliser, le garder, le porter sur d'autres devices, donc en réalité c'est une valeur d'usage qui est quand même plus faible que celle d'un achat de fichier et qui pose la question du vrai prix. » (plateforme)

Il convient ainsi de redéfinir un prix « juste », en adéquation avec la valeur perçue par les consommateurs et les coûts supportés par les éditeurs. Dans une économie numérique, il convient de parler de valeur d'usage d'un bien ou d'un service, c'est-à-dire, la valeur perçue par le consommateur en fonction de l'usage qu'il en fait. Cette valeur perçue n'est pas liée avec le coût de production du bien ou du service, et même des services à forte valeur d'usage, comme les moteurs de recherche, peuvent être gratuits : dans ce cadre, la bande dessinée numérique ne peut afficher des prix similaires à ceux du support physique.

### 3 - 3 - b | Livres numériques et promotions

La loi sur le prix unique du livre a été mise en place avant l'existence d'une offre dématérialisée. Preuve de sa grande robustesse, elle a pu être adaptée au monde du livre numérique : un éditeur peut proposer des promotions sur ses livres numériques, à partir du moment où le nouveau prix est le même quelle que soit la plateforme de vente du livre numérique. En revanche, une plateforme ne peut proposer une réduction du prix de livres numériques de manière unilatérale.

Les potentialités du numérique montrent cependant certaines limites de cette politique dans le cadre de nouveaux modèles économiques qui n'existaient pas dans le monde physique. Ainsi, les offres de type *bundle* (bouquet de biens et services) proposant livre physique et, en complément gratuit, le support numérique à télécharger, sont difficiles à mettre en place. Les offres d'accès illimité à des livres dans une offre d'abonnement de type *streaming*, comme cela existe pour la bande dessinée<sup>21</sup>, ne pose pas de problème juridique et respecte la loi du prix unique, car il n'y a pas achat définitif du livre, mais seulement l'accès à un service. Dans ce dernier exemple, quel sera le prix *perçu* de chaque livre pris individuellement ?

Fondamentalement attachées à l'esprit de la loi sur le prix unique, certaines des personnes rencontrées s'interrogent sur les possibles adaptations de sa mise en œuvre sur Internet afin de rendre possible de nouvelles possibilités de commercialisation ou de promotion du livre numérique.

« On voit bien qu'aujourd'hui les possibilités offertes par le numérique dépassent très largement tout ce qui a été imaginé par le législateur. » (plateforme)

« C'est vrai que la loi sur le prix unique n'a pas été conçue pour le numérique, ça c'est clair, et des business différents de l'achat à l'acte. » (plateforme)

### De nombreuses promotions ponctuelles mais peu visibles

Beaucoup de participants ont pondéré ces constatations par la présence de promotions régulières. Les éditeurs n'hésitent pas à faire des opérations commerciales importantes ciblant un auteur ou un titre particulier. Cependant, ces promotions ne sont pas toujours très visibles des consommateurs, et doivent être employées

---

<sup>21</sup> A titre d'exemple : l'offre IZneo by Fnac propose, dans le cadre d'un partenariat avec Orange, l'accès à 3000 bandes dessinées numériques pour un abonnement mensuel de 9,99 euros. <https://orange.izneo.com/fr/abonnement-un-mois-offert>

avec parcimonie. En effet, comme cela avait déjà été relevé dans le jeu vidéo<sup>22</sup>, des promotions excessives peuvent avoir un effet pervers. La valeur perçue de l'œuvre se trouve dégradée, les consommateurs n'arrivent plus à estimer son prix juste. Certaines personnes interrogées, plateformes comme éditeurs, se sont ainsi insurgés contre le recours à des promotions trop fréquentes et trop basses.

« Les éditeurs commencent à freiner les offres promo à 0,99 €. Ils se rendent compte que faire une offre à 0,99 €, 1,99 € ou 2,99 €, ça a finalement le même impact économique. On est quand même dans une notion de la valeur de l'œuvre et ça c'est important. Il ne faut pas que ça devienne n'importe quoi. Il ne faut pas des promos à 99 centimes, mais il ne faut pas vendre non plus les bouquins à 14 euros. » (plateforme)

### 3 - 3 - c | Une loi à adapter au numérique ?

Les personnes rencontrées ont toutes reconnues avoir des difficultés à bien maîtriser le cadre légal, ce qui rend plus complexe leur souhait d'innovation.

« On n'est pas non plus très dynamiques dans l'animation du marché numérique car c'est compliqué. » (éditeur)

« Mais on ne sait pas toujours si c'est très légal ou pas quand on veut les tester, donc ça peut être un frein pour faire de telles offres c'est sûr. » (éditeur)

#### Focus : la loi sur le prix unique du livre appliquée à la BD numérique

La loi sur le prix unique du livre numérique (Loi n° 2011-590 du 26 mai 2011) est entrée en vigueur le 11 novembre 2011. Issue du contexte du livre papier (Loi n° 81-766 du 10 août 1981 dite Loi Lang), elle instaure, sauf exception, un prix unique du livre dématérialisé, dont les bandes-dessinées et mangas. Ainsi, le prix fixé par l'éditeur doit être le même chez tous les revendeurs.

« Il y a une contrainte forte qui pèse sur le monde de l'édition française qui est celui de la loi sur le prix unique du livre, mais celle-ci présente par ailleurs de grands avantages pour l'écosystème de l'édition française. » (plateforme)

« C'est intéressant [pour] 'assurer un équilibre entre libraires, pour éviter ce problème de négociation, mais à l'inverse, des initiatives d'éditeurs sont difficiles à créer ici. » (éditeur)

Les personnes interrogées souhaiteraient que la loi puisse faciliter les actions promotionnelles innovantes, aujourd'hui possibles à l'étranger (aux Etats-Unis principalement) mais impossible à mettre en place en France. Ont été mentionnés la possibilité de mettre en place des offres de parrainages, de *bundle*, d'exemplaire dématérialisé gratuit pour un exemplaire physique acheté, etc. Les experts interrogés ont appelé à davantage de souplesse et de latitude.

« Si on fait un partenariat entre une plateforme et un libraire papier, normalement, la loi nous oblige à ce que ces offres soient disponibles sur l'intégralité du marché » (éditeur)

#### Cas de l'abonnement

Si les offres d'abonnement sont permises par le cadre légal existant, elles sont de l'avis des personnes interrogées complexes à mettre en place. Deux cas de figure sont aujourd'hui proposés : une offre par éditeur ou une offre multi-éditeurs.

L'option la plus souvent retenue est de proposer une offre d'abonnement par éditeur, plus simple à mettre en place dans le cadre légal actuel. Une seule plateforme propose une offre d'abonnement de bandes dessinées et mangas multi éditeurs, ce qui correspond davantage aux attentes des consommateurs mais donne lieu à des échanges compliqués avec les éditeurs et un système de reversement des droits très élaboré. La complexité de

<sup>22</sup>Le jeu vidéo protégé, op. cit.

sa mise en œuvre est ainsi avancée par les éditeurs comme obstacle au développement d'offres d'abonnement. Pourtant, de l'avis de tous, il existe une réelle attente des consommateurs pour une offre d'abonnement de bandes dessinées et de mangas.

« On sait très bien que les offres d'abonnements sont ce que cherchent les lecteurs. » (plateforme)

Tous relèvent le succès des offres de musique et de vidéo, et s'attendent à une émergence de ce mode d'accès dans les années à venir. De plus, ce mode de diffusion leur permettra de rajeunir le lectorat et de toucher une cible plus vaste que celle des passionnés de lecture graphique.

« Aujourd'hui si vous regardez toutes les autres offres qui sont « non-livre », quel que soit le bien culturel en digital : le film, la musique, tout se consomme en type abonnement illimité. Et c'est vraiment ce qui fait décoller ces marchés-là. » (plateforme)

« On touche une cible plus jeune. » (plateforme)

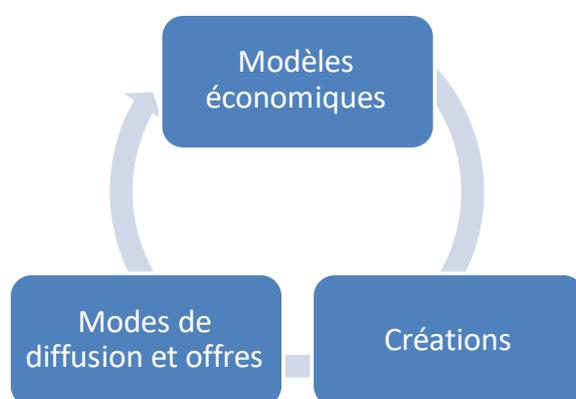
### 3 - 4 | La bande dessinée numérique de demain : la multiplicité des modèles

Bien que les obstacles à lever soient nombreux, tous les experts interrogés se disent confiants dans le succès de la bande-dessinée et des mangas dématérialisés. C'est donc une offre très vivante qu'ils ont dépeinte lorsqu'il a leur a été demandé d'en imaginer le futur.

« Pour moi, la dématérialisation de la bande dessinée ne peut que se propager. » (plateforme)

« Tout le monde est convaincu que ça va marcher, ça va finir par exploser, tout le monde y croit. » (plateforme)

Figure 3 : la multiplicité des modèles de la bande dessinée numérique idéale



Source : Hadopi

#### 3 - 4 - a | Multiplicité des modèles économiques

Il ressort des discours tenus une nécessité pour l'offre de demain de s'approprier les spécificités du numérique afin de s'affranchir des modèles économiques existants, qui ne sont qu'une transposition de ce qui se pratique en physique.

« Les business models, quand on est dans une pratique numérique, doivent être issus du numérique et ne doivent pas être décalqués du monde physique dans lequel les éditeurs vivent à 99 %. » (plateforme)

Des parallèles ont été faits avec d'autres œuvres culturelles dont l'offre dématérialisée rencontre du succès. L'exemple le plus parlant qui a été avancé est celui des jeux vidéo, où sept modèles économiques différents coexistent<sup>23</sup>. Ce sont autant de façons d'accéder au contenu, facilitant la démocratisation d'une activité qui était « de niche » à ses débuts.

« Les business models dans les jeux vidéo sont très très nombreux et c'est ça qui fait le succès de ce marché. Il n'y a jamais eu autant de gens qui ont joué. Le marché était au départ un marché de niche, aujourd'hui c'est toute la population. » (plateforme)

« On pourrait gagner beaucoup à diversifier l'offre et la nature même de l'offre, en fonction des business models, pour offrir toutes sortes de variations finalement autour des mêmes contenus ou des contenus différents, qui pourraient s'adapter eux-mêmes au numérique. » (plateforme)

Ainsi, il est imaginé que dans le futur ce seront une multitude de modèles économiques qui seront utilisés dans la distribution de bandes-dessinées et mangas dématérialisés, dépassant l'alternative actuelle entre paiement à l'acte et abonnement.

« Je ne crois pas au mono modèle, je pense qu'il y a aura des pluri modèles dans le livre. » (plateforme)

« Ça pourrait être du gratuit contre de la publicité, il n'y a aucun doute que ça marcherait. » (éditeur)

### 3 - 4 - b | Multiplicité des modes de diffusion et des offres

Plusieurs personnes interrogées, qu'il s'agisse de plateformes ou d'éditeurs, ont montré un réel attachement au réseau de librairies physiques. Ils ont imaginé que dans le futur des passerelles soient envisageables entre les offres physiques et les accès dématérialisés. Il a été émis le souhait d'une complémentarité entre les deux modes de lectures, tant en termes d'usage que sur le plan économique.

« Les utilisateurs peuvent tout à fait venir pour demain essayer et commencer à lire un livre et continuer en payant, ou bien arrêter de payer et soit utiliser l'achat à l'acte, soit l'abonnement, soit tout autre business model demain, continuer aussi avec du papier. » (plateforme)

« On peut imaginer des trucs fous, j'aimerais que les gens puissent avoir le plaisir d'aller chez le libraire du coin, et l'acheter en numérique si c'est trop cher en physique. » (éditeur)

#### Des offres intuitives

Les offres d'un futur idéal sont perçues comme simples à utiliser, intuitives, très tournées vers le consommateur. Accéder à des ouvrages dématérialisés deviendrait un acte simple, presque naturel. Aucune contrainte ne viendrait gêner l'expérience de lecture, l'interopérabilité des supports, des logiciels de lecture et de protection serait parfaite.

« L'idéal ce serait d'avoir des choses : on clique, on lit. Sans avoir à me demander où je vais pouvoir lire ma bande dessinée, quelle interface de lecture de bande dessinée est la plus adaptée pour moi parce que j'aime bien acheter sur Apple mais je préférerais la lire sur telle autre application de lecture. » (éditeur)

« L'utopie ultime ce serait l'interopérabilité globale, et le fait que tout soit accessible par tous et par tous les canaux possibles. » (éditeur)

A été abordé aussi le recours à davantage de recommandations, s'adaptant non seulement aux goûts des lecteurs, mais aussi à leur état d'esprit, au contexte donné. Souvent, ce sont les *playlists* que l'on retrouve dans les offres de *streaming* de musique qui ont été citées comme exemple.

---

<sup>23</sup> « Le jeu vidéo dématérialisé », op.cit.

« C'est un peu comme les playlists dans Spotify, ou dans Apple music, etc. En fait plus c'est original, plus ça a des chances de toucher. » (plateforme)

#### *L'abonnement comme mode d'accès majeur*

Si tous espèrent une cohabitation de modes d'accès variés, la prédominance des offres d'abonnement semble se dessiner pour les années à venir. Celles-ci visent des consommateurs jeunes, technophiles et habitués à ce mode de consommation déjà présent dans la musique et les vidéos.

« C'est un modèle dans lequel on croit beaucoup, en fait en s'inspirant de ce qui se fait dans d'autres industries culturelles comme la musique ou la vidéo ». (plateforme)

« De toute façon je crois que c'est comme dans la musique, un des gros modèles d'avenir. » (éditeur)

« On touche des nouveaux lecteurs, ces nouveaux lecteurs souvent, les nouvelles générations de lecteurs en tout cas sont habituées à ces usages. » (plateforme)

Cependant, il ne faut pas pour autant faire disparaître les accès à l'acte, répondant à des usages et attentes différents.

« C'est quand même intéressant de faire coexister les deux usages. » (plateforme)

### 3 - 4 - c | Multiplicité de la création

Enfin, il a été imaginé que l'offre dématérialisée du futur proposera autre chose que des contenus homothétiques. Il est attendu qu'une bande-dessinée nativement numérique voit le jour, et coexiste avec les œuvres homothétiques.

« Pour le moment on est sur une offre de bandes dessinées numérisées et non pas de bandes dessinées nativement numériques. » (plateforme)

Ces nouvelles formes de création, exploitant la vaste palette de possibilités offertes par le numérique, permettraient de diversifier l'offre. Celle-ci devenant plus riche, de nouveaux profils de lecteurs pourraient être séduits par le dématérialisé et adopter ces nouvelles formes artistiques.

« [Il faut] tenter plus d'expérimentations de contenus enrichis. Une des raisons d'aller vers le numérique c'est que sur ma tablette je vais voir des animations, le personnage bouger... c'est sympa, c'est une autre expérience utilisateur, une autre utilisation. Je pense que les éditeurs devraient aussi aller dans cette direction. » (plateforme)

« On voit bien que la bande dessinée numérique va se développer aussi quand la bande dessinée native numérique, et pas que numérisée, arrivera sur le marché. » (plateforme)

## 4 | Conclusion

L'analyse approfondie du marché de la bande dessinée montre qu'au final, il n'y a pas un mais deux marchés, aux caractéristiques distinctes et dont la potentielle numérisation ne devrait pas suivre le même rythme.

La bande dessinée franco-belge, recouvrant une large palette d'auteurs aux styles propres, se distingue principalement par son public, relativement âgé. Ceux-ci, adultes dans la force de l'âge, aux moyens économiques suffisants pour acheter des albums qui peuvent apparaître comme relativement onéreux, présentent un moindre intérêt pour la bande dessinée dématérialisée. Et de fait, sa consommation en numérique est faible.

A l'inverse, le manga est plus souvent l'apanage de jeunes consommateurs, plus technophiles, ayant déjà basculé une grande partie de leurs pratiques culturelles vers les biens dématérialisés. Le volume important de production, le rythme rapide de parution des nombreux épisodes de séries mais aussi la présence importante de pratiques dématérialisées, comme le recours aux *scantrad*, laissent à penser que le segment du manga dématérialisé présente un potentiel plus important.

Mais au-delà de ces différences, tant la bande dessinée franco-belge que le manga restent confrontés à une difficile dématérialisation, inhérente à l'objet physique : diversité des formats, rapport émotionnel au support physique, importance du marché de l'occasion que permet le support physique et prix perçu comme élevé de l'offre numérique.

La question de l'écosystème technique est aussi centrale : à l'inverse du livre « noir » de type roman ou essai dont la liseuse est le support de lecture naturel, la bande dessinée numérique souffre d'une absence de matériel de lecture dédié, la tablette et le *smartphone* s'y adaptant néanmoins. De même, la question du logiciel de lecture reste pas ou mal résolue, tant il est délicat de proposer un *reader* universel s'adaptant à tous les formats et assurant une protection légère mais réelle des contenus ; la question des mesures techniques de protection (MTP) est aussi présente, mais est commune au secteur du livre dans son ensemble.

Pour toutes ces raisons, la bande dessinée dématérialisée pèse peu, de l'ordre de 3 à 4 % du marché – à rapprocher cependant du marché du livre dans son ensemble, au sein duquel le livre numérique représente environ 8 % du chiffre d'affaires. Encore marginal, il devrait cependant progresser, mais sans nul doute à un rythme beaucoup plus lent que ce que l'on a pu observer dans d'autres secteurs, comme la musique ou la vidéo.

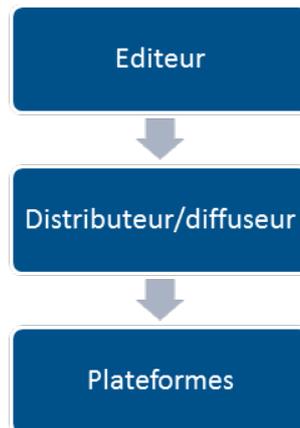
Pour cela, les acteurs devront lever les freins identifiés, laissant le champ libre à une offre dématérialisée attractive :

- les modèles économiques devraient évoluer en se diversifiant. L'exemple le plus significatif est celui des jeux vidéo, où sept modèles économiques différents coexistent. Ce sont autant de façons d'accéder au contenu, et donc de portes d'entrée, facilitant la démocratisation d'une activité qui était « de niche » dans ses débuts. Il est raisonnable de penser qu'il pourrait en être de même pour la bande-dessinée numérisée, bien loin de la simple vente à l'unité. A l'instar d'autres biens culturels (musique, vidéo), la prédominance d'une offre d'abonnement semble se dessiner pour les années à venir ;
- les modes de diffusion et les offres pourraient favoriser les passerelles entre supports physique et numérique. Les deux supports ne sont pas en opposition, au contraire, et l'on peut imaginer une complémentarité entre les deux modes de lectures, tant en termes d'usage que sur le plan économique ;
- le support numérique devrait engendrer une forme artistique de bande-dessinée qui lui est propre. Plus qu'une offre homothétique, la bande-dessinée nativement dématérialisée, aux formats enrichis et éventuellement interactifs, pourrait voir le jour et exploiter la vaste palette de possibilités offertes par le numérique, proposant une offre diversifiée.

## 5 | Annexe : la chaîne de distribution dématérialisée

La chaîne de distribution des bandes-dessinées a la plupart du temps été présentée par les personnes interrogées comme composée de trois acteurs majeurs : l'éditeur, qui est en relation avec les auteurs ; le distributeur/diffuseur qui centralise les œuvres à commercialiser en dématérialisé et gère la relation avec les libraires numériques ; les plateformes qui proposent les œuvres aux consommateurs.

Figure 4 : chaîne de distribution de la bande dessinée dématérialisée



Source : Hadopi

L'avantage du numérique est qu'un éditeur peut, s'il le souhaite, s'affranchir du distributeur afin de gagner en proximité avec leurs lecteurs. Certains éditeurs peuvent aussi, sous réserve de temps et de moyens nécessaire, créer leur propre plateforme de diffusion (Numilog pour Hachette par exemple).

Le numérique offre la possibilité de passer par un processus beaucoup plus court que dans le physique, et pour l'éditeur d'avoir la possibilité de s'adapter davantage aux attentes de ses lecteurs. Cependant, cette possibilité semble peu utilisée actuellement et soulève de nombreuses questions d'impact dans les relations avec les plateformes indépendantes, comme est apparu ce sujet au cours de certains entretiens à propos d'Izneo.

*« On passe par notre distributeur papier qui est aussi notre distributeur numérique. Qui produit aussi la plupart de nos fichiers numériques par ailleurs, et qui les distribue via son réseau de revendeurs. Alors il y a plusieurs types de plateformes. Il y a les plateformes généralistes, de type Fnac, Amazon, qui vendent du livre papier et du livre numérique, et dans tous les domaines existants. Et les plateformes exclusivement numériques, mais pas que bande dessinée, de type Apple ou Google. Et il y a les plateformes qui ne font que de la bande dessinée en numérique pour le coup : il y a Izneo, Comixology, BDBuzz et Sequency qui sont les principales plateformes. »*  
(éditeur)

L'Hadopi remercie vivement les dix professionnels rencontrés au cours de cette étude pour leur disponibilité et la richesse de leurs propos :

- BD Buzz
- Delcourt
- Igomatik
- Izneo
- Kaze
- Les Humanoïdes Associés
- Numilog
- Pika
- Sequencity
- Youscribe

L'Hadopi salue chaleureusement Florence Icard pour l'ensemble de son travail sur cette étude.

# Hadopi

**Haute Autorité** pour la diffusion des œuvres  
et la protection des droits sur internet

4, rue du Texel – 75014 Paris

[presse@hadopi.fr](mailto:presse@hadopi.fr)

[www.hadopi.fr](http://www.hadopi.fr)

[www.twitter.com/InsidOpi](https://www.twitter.com/InsidOpi)