

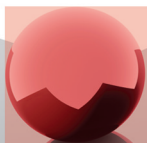


Management  
& Technology  
Consultants

LETTRE CONVERGENCE

# Tintin au pays de la convergence

**La BD, futur eldorado des Télécoms ?**



N° 15

**Vous savez pourquoi | Nous savons comment**

## A PROPOS DE BEARINGPOINT

BearingPoint est l'un des leaders du conseil en management et technologies. Nous aidons les organisations à se transformer et à réaliser leurs objectifs par une approche sur mesure.

Nos services incluent le conseil stratégique et opérationnel, la mise en place d'ERP et le conseil en technologie de l'information. Nous faisons nôtres les priorités de nos clients, c'est pourquoi, depuis plus de 10 ans, ils nous font confiance.

Pour de plus amples informations : [www.bearingpoint.fr](http://www.bearingpoint.fr)

Si vous souhaitez faire découvrir cette publication à vos contacts, merci de renseigner la partie « contacts » du site [www.bearingpoint.fr](http://www.bearingpoint.fr), en indiquant Lettre convergence dans la zone de commentaires.

80% des plus grosses ventes de la distribution spécialisée de livres sont... des bandes dessinées (BD). Pourquoi les opérateurs mobiles, friands de musique ou de vidéo, n'en profiteraient-ils pas ?

**L**a production de BD en France connaît un taux de croissance de plus de 10% selon l'Association des Critiques et des journalistes de Bande Dessinée (ACBD). Pour Gilles Ratier, son secrétaire général, « La BD [...] reste [...] l'un des secteurs les plus dynamiques » de l'Édition. La vente de bandes dessinées représente un chiffre d'affaires de près de 350 millions d'euros. Sous un format électronique, les e-mangas connaissent déjà un succès réel, en particulier en Asie. 80% des revenus liés aux mangas en Asie sont dus au téléchargement de mangas sur les téléphones mobiles. Comme Gilles Ratier l'explique, «Au Japon, par exemple, la BD sur téléphone mobile et son usage numérique sont entrés dans une phase industrielle, alors qu'en Europe, nous n'en sommes encore qu'au stade expérimental».

■ Et pour le reste des BD ? Le paysage du marché de la bande dessinée sur mobile est très insuffisant pour tout amateur de bande dessinée. Pourtant, la société Ave ! Comics a développé une application pour l'iPhone à l'occasion de la sortie du dernier Lucky Luke. Sur cette application, la lecture dynamique se fait case par

case avec une riche panoplie d'effets : affichage en fondu, défilement, zoom et autres. Et malgré la notoriété de la série Lucky Luke, l'application ne s'est vendue qu'à un rythme de 1700 téléchargements en 15 jours. Mais ce faible résultat, que l'on peut partiellement expliquer par le manque de communication autour de l'application, n'en reflète pas tout le potentiel. En effet, à l'occasion du festival d'Angoulême 2009, l'application a bénéficié d'un coup de projecteur qui a propulsé son taux de téléchargement. Ave ! Comics se place ainsi en position de pionnier sur le marché émergent de la bande dessinée sur mobile. Pas étonnant donc de les voir essayer les premiers plâtres, d'autant plus que les concurrents ne se bousculent pas encore au portillon !

■ Les quelques acteurs actuellement présents sur le marché de la lecture numérique de BD visent uniquement la lecture sur ordinateur. Lekiosque.fr ainsi que Relay.com ont ainsi réussi à mobiliser quelques éditeurs de BD incluant Les Humanoïdes Associés, Soleil, EP Editions, Foolstrip... pour agrémenter leur portefeuille de bandes dessinées en ligne de grandes séries comme Lanfeust. Mais les autres grands des éditeurs "historiques" majeurs (Dargaud, Dupuis, Glénat, Casterman...) sont encore absents de ces catalogues numériques. Cela ralentit le développement du marché. Il faudra donc attendre l'intégration des grandes séries (Thorgal, XIII, Tintin, Titeuf, Blueberry, LargoWinch) pour que le grand public commence à s'intéresser à la lecture numérique.

Pourquoi si peu d'offres, au vu de cette demande de plus en plus forte, sur un marché de la bande dessinée sur mobile très peu concurrentiel ?

■ Tout d'abord, la bande dessinée est un contenu difficile à numériser. Il est nécessaire de maîtriser des techniques de re-screening (adaptation aux tailles des écrans des mobiles), de défilement d'images et d'agencement des planches voire des cases. Lors de la numérisation d'une bande dessinée, quel qu'en soit le format, un parti pris est nécessaire. L'alternative est entre une lecture case par case (telle l'application développée par Aquafadas pour Ave ! Comics) et une lecture par planche, adaptable sur les téléphones uniquement depuis l'arrivée sur le marché des écrans multipoints, qui permettent d'effectuer un zoom avant ou arrière sur l'écran à son gré.

A cette difficulté technique s'ajoute le coût-plancher pour les maisons d'Éditions pour numériser des catalogues ayant accumulé des milliers de références. Ces derniers ont donc tendance à numériser uniquement les plus grands succès ou à développer des projets 100% BD numérique. Cela leur permet d'éviter la recherche d'un accord généralisé avec les auteurs, accord compliqué à mettre en place. Néanmoins, de nombreux espoirs subsistent, même du côté des auteurs. Le scénariste Kris, au nom du Groupement des auteurs de bandes dessinées,

explique sur [bodoi.fr](http://bodoi.fr) : « il est toujours très excitant d’être au seuil d’une révolution créative. Mais nous voulons anticiper les éventuels effets pervers d’un tel développement, pouvoir contrôler un minimum le chaos qui résulterait justement d’un développement aveugle et non concerté entre toutes les parties prenantes. [...] nous craignons fortement que les leçons du marché du disque n’aient pas été très bien retenues ».

■ Pourtant plusieurs facteurs peuvent compenser ces freins. Tout d’abord, nous assistons à une démocratisation des mobiles « haute technologie » qui permet désormais une lecture sur écran agréable et un accès internet rapide. En effet, le taux grandissant de mobiles 3G, l’existence d’un marché développé du smartphone grand écran, ainsi que les offres de plus en plus riches des opérateurs mobiles, sont autant de facteurs favorables au développement de la BD sur mobile. L’ampleur du marché de la BD papier renforce d’autant plus cet essor.

■ La BD, par la diversité de ses formats et de ses contenus, sait attirer des cibles hétéroclites. Ainsi, les lecteurs trentenaires et quarantenaires sont attirés par les formats classiques. Il s’agit des BD franco-belges et des comics, dans lesquelles l’attention est portée sur les personnages et l’action, avec des textes conséquents. La nouvelle vague franco-belge et les mangas,

avec leur aspect feuilletonesque, leurs planches en noir et blanc et leur rythmique proche du cinéma, jouent plus sur les plans de décor, les silences et les onomatopées, et attirent des populations plus jeunes qui s'affirment en rupture de leur environnement, tels les adolescents et les « kidults ».

■ Toutefois, les fans de BD, en particulier les plus jeunes, n'ont pas toujours les moyens de s'adonner à leur passion. Et c'est sur ce point que la BD numérisée peut faire la différence. Avec des prix en moyenne 50% moins chers que le prix papier, l'offre est séduisante. Par exemple, l'application Lucky Luke ne coûte que 4,99€ et iVerseMedia, jeune entreprise américaine spécialisée dans la distribution de comics sur Iphone et IPod Touch, propose via l'AppleStore des BDs à 0,99\$ l'unité, alors que les versions papier coûtent entre 9€ et 30€. De même, Relay.fr propose des versions abonnement encore plus avantageuses avec la consultation de 4 tomes par mois pour 9,90€ ou en illimité pour 17,90€ par mois.

■ La dématérialisation permettra aussi de dépasser certaines contraintes des versions papier. Emmener ses 30 albums de BD avec soi en vacances ou dans les transports, ne sera plus problématique, et il sera plus facile de trouver des BD étrangères en version numérisée qu'en version papier. Mêmes

les auteurs les plus classiques tendent à se libérer de la contrainte des 46 planches pour absorber les usages d'autres courants de bandes dessinées dans le monde. Il existe aujourd'hui des bandes-dessinées Franco-Belges dont les cycles approchent les 300 planches ou dont la série quasi linéaire avoisine les 700 à 800 planches. Une lecture complète implique de l'encombrement pour une lecture hors domicile.

Un autre mode de consommation est également en train de se révéler avec la lecture interactive et ses nombreuses possibilités. Il sera alors possible de découvrir facilement de nouveaux albums, les évaluer, les conseiller à ses amis, et commander en quelques clics les prochains épisodes. Tous ces moments de vie constitueront des instants à forte valeur ajoutée pour les bédéphiles et pourront donc se monétiser.

■ Toutefois, le modèle économique permettant de rentabiliser cet essor attendu n'est pas encore clairement identifié et des enjeux connexes peuvent le perturber. L'abonnement, l'achat one-shot et la location semblent être les trois types de business models qui se dessinent à l'heure actuelle sur le marché de la bande dessinée sur mobile.

■ Le modèle d'abonnement, par sa promesse d'illimité, exige la mise à disposition d'un catalogue très large, ce qui n'est pas



à l'ordre du jour pour ce marché émergent. Cependant, il s'inscrit plus dans les modèles classiques des opérateurs télécoms et pourrait devenir un modèle mis en avant. Mais pour cela, il faudra convertir les utilisateurs à l'abonnement et non à l'achat « one shot », ce qui est antinomique au mode de consommation de BD aujourd'hui. Dans cet objectif, des services originaux pourront être proposés. Par exemple, un service d'alerting sur la sortie d'un nouveau numéro. Ou alors la remise au goût du jour d'une formule hebdomadaire type « Le journal de Spirou » ou le « Lanfeust Mag ».

■ A l'opposé, il y a l'achat one-shot ou BD On Demand, avec un prix tournant autour des 4,99€ l'album, qui présente un cadre de lecture restreint à une plateforme unique : la BD achetée ne peut être lue que sur l'ordinateur ou elle a été téléchargée. Ce modèle semble être le choix des acteurs spécialisés mais présente un inconvénient majeur : le marché de la BD électronique ne risque-t-il pas de phagocyter le marché de la bande dessinée papier ?

■ La location, parce qu'elle propose un service d'accès (et non de conservation), ne présente donc pas le problème de cannibalisation d'un support vers l'autre. De nouveaux acteurs, comme DigiBiDi, ont décidé de s'orienter vers une logique de

licence d'accès avec un prix bien inférieur à 4,99€. Benjamin-Samuel Ewencyk, fondateur de cette plateforme dédiée à la lecture de BD via internet a donc décidé de proposer la lecture de previews et la location d'albums pour un temps donné. L'avantage de cette approche navigateur 100% en ligne est l'affranchissement des problèmes de plateformes : on pourra lire sa BD depuis son mobile ou n'importe quel ordinateur. L'acte de consultation sur mobile devient alors complémentaire de l'achat papier, pour la plus grande joie des auteurs.

■ Au-delà des auteurs et maisons d'édition, ce sont les opérateurs télécoms qui peuvent voir en la BD un axe significatif de diversification. D'une part cette nature de contenu peut permettre de toucher facilement la cible privilégiée des adolescents, primo-accédants convoités par les opérateurs télécoms. De plus, la BD est un contenu qui, par sa richesse, touche aussi d'autres générations de consommateurs plus âgés et avec d'autres références culturelles. Après la musique et la vidéo, quoi de plus logique en effet que de s'orienter vers les contenus littéraires actuellement sous-exploités ?

**Emmanuel de Gastines, Jean-Michel Huet, Ouassim Driouchi,  
Jennifer Roubaud**

La BD, futur eldorado des Télécoms ?