

# LA BD ESSAYE DE FAIRE SON BUSINESS SUR LE WEB

LE 9 MARS 2010 SABINE BLANC

Comment développer une plate-forme de bande dessinée en ligne ? Benjamin-Samuel Ewencyk, qui a lancé en 2009 digiBiDi, a expliqué sa stratégie dans le cadre du salon Dem@ain le livre. Reste au business model à faire ses preuves.



“

**Benjamin-Samuel Ewencyk, qui a lancé en 2009 digiBiDi, une plate-forme de bande dessinée en ligne, a expliqué sa stratégie de développement dans le cadre du salon Dem@ain le livre.**

”

Comment développer un business dans le jeune marché de la bande dessinée numérique ? Benjamin-Samuel Ewencyk, **qui a lancé en 2009 digiBiDi, une plate-forme de lecture de BD en ligne**, a expliqué sa stratégie dans le cadre du salon **Dem@ain le livre**, organisé aujourd'hui et demain à la Maison de la chimie à Paris.

**DigiBiDi propose d'acheter ou de louer des œuvres** -BD, comics, mangas et romans graphiques- et aussi de feuilleter gratuitement les premières planches de titres à venir ou déjà parus, via un navigateur web, sur le modèle de la VOD. **Des partenariats ont été conclus avec des éditeurs** à cet effet, avec partage des revenus. À titre d'exemple, louer soixante-douze heures un Lanfeust (édition Soleil) revient à 2,90 euros, l'acheter à 4,90 euros, contre 13,50 euros en version papier. Le jeune entrepreneur base son développement sur trois points.

D'abord, il a opté pour le **système de player** qui évite la manipulation, selon lui contraignante, du téléchargement. De plus, lorsqu'un internaute lit les premières planches en libre, il entre dans un **“tunnel de lecture”** au terme duquel il est invité à payer pour lire la suite. “L'acte d'achat doit être intégré de manière très intime”, a-t-il expliqué. Un système de recommandation suggère aussi des idées d'achat.

Le player (avec juste quelques planches gratuites bien sûr) est exportable, **“un moyen de toucher à la fois amateurs et professionnels”**, en jouant sur la viralité dans un contexte

de forte volatilité des internautes. Les entrées vers la plate-forme sont ainsi multipliées : blogueurs et chroniqueurs peuvent intégrer le player ad libitum.

**Les contenus additionnels** constitueraient aussi un vrai bonus susceptible de décider le chaland à déboursier. "Nous nous différencions ainsi des contenus pirates, c'est avec ce type de valeur ajoutée que les internautes prendront l'habitude de payer pour des contenus dématérialisés", espère Benjamin-Samuel Ewencyk. Le lecteur peut bénéficier de commentaires audio du contenu, insérés au fil des pages sous forme de zones actives.

## PAS DE FLASH

Vu le **potentiel des supports mobiles**, iPhone et iPad entre autres, **digiBiDi** développe des versions adaptées. Pour éviter des problèmes de lecture sur les deux appareils d'Apple, qui ne lisent pas le flash, cette technologie a été écartée.

On en vient ensuite à **la question qui fâche : le téléchargement illégal**. La homepage affiche un fort explicite "digiBiDi VS les pirates". "Beaucoup de contenus sont déjà disponibles, c'est un fait, on ne va pas revenir dessus, la BD est d'ailleurs **le premier type de livre piraté**, pose Benjamin-Samuel Ewencyk. Il faut maintenant éviter que les plates-formes légales soient un levier supplémentaire de piratage. Nous avons donc opté pour la **solution du water-marking**. Chaque contenu possède un tatouage numérique lié à un utilisateur, ce qui permet de retrouver le client fautif." Il faudra surveiller vos ados...

## OK, MAIS EST-CE QUE LE BUSINESS MODEL FONCTIONNE ?

Théoriquement, tout cela est bien joli mais est-ce efficace ? C'est alors qu'intervient le bottage en touche : "**On ne peut pas vous donner de chiffres**, le marché ne s'est mis en place que l'année dernière. Les chiffres ne sont donc pas significatifs, je peux vous dire qu'ils sont en croissance." Partant de zéro, c'est la moindre des choses... Une certitude : **le report du numérique vers le papier est très faible**, une donnée "décevante, nous n'y voyons pas une source de revenus".

Conclusion : la suite au prochain volume.