

Prix unique du livre numérique et modèles économiques émergents de la lecture en ligne

Par Jean-Philippe MOCHON

Médiateur du livre

Et Estelle AIRAULT

Déléguée du Médiateur du livre

L'émergence en France de plateformes de lecture numérique de mangas et de *webtoons* pose la question de savoir comment s'applique la législation sur le prix unique du livre numérique à ces plateformes lorsqu'elles vendent des livres numériques avec des prix libellés non en euros mais en jetons numériques (souvent dits *coins*), et qui peuvent faire l'objet de distributions gratuites ou être vendus à des prix dégressifs.

Pour répondre à cette question nouvelle, le Médiateur du livre a engagé un vaste travail d'analyse juridique et de consultation des professionnels. Il en tire la conclusion que la loi du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique s'applique à la vente en ligne des mangas numériques, voire éventuellement de certains *webtoons* et que, pour respecter cette loi, les plateformes qui pratiquent des systèmes de jetons doivent assurer la maîtrise du prix par l'éditeur et la transparence de celui-ci. Il détaille en ce sens dix recommandations pour donner plus de sécurité juridique aux nouvelles pratiques et assurer le plein respect de la loi.

Le développement en France des plateformes en ligne de lecture de mangas et *webtoons*, depuis le lancement en 2019 et 2022 des applications Webtoon et Piccoma par les deux groupes coréens Naver et Kakao, apporte une réponse nouvelle aux attentes du public concerné en s'accompagnant de pratiques commerciales innovantes. Non contents d'offrir, à côté des mangas des livres qui existent déjà sous forme papier, des contenus nouveaux (les *webtoons*), ces acteurs ont en effet innové en introduisant une facturation libellée non en euros, mais en jetons numériques propres à chacun d'entre eux, les *coins*.

Dans ce contexte de l'émergence de ces plateformes, le Médiateur du livre a décidé de se saisir des questions que posent ces nouvelles pratiques lorsqu'elles s'appliquent à des livres numériques soumis par la loi du 26 mai 2011 à un régime de prix unique. Après de premières consultations et un travail d'expertise, il a pu en tirer les principaux enseignements présentés dans cet article afin de préserver les grands principes qui inspirent la loi française en trouvant la voie pour assurer une mise en conformité des nouvelles pratiques au droit français.

DE NOUVELLES PRATIQUES DE LECTURE DANS UN MARCHÉ NUMÉRIQUE EN MUTATION

Si le marché des bandes dessinées et des mangas numériques¹ a longtemps peiné à décoller en France, des pratiques issues de plateformes de *webtoons* sont peut-être en train de lui apporter un nouveau souffle. Les *webtoons*² peuvent être présentés comme un genre de bandes dessinées d'origine coréenne conçues pour une lecture par défilement vertical principalement sur téléphone portable. Même s'il est difficile d'en mesurer précisément la portée, il est indéniable que ces plateformes contribuent à une mutation du marché de la lecture numérique, qui conduit à réfléchir à l'impact sur l'écosystème des acteurs français.

Un nouveau marché de la lecture numérique largement animé par les opérateurs coréens

Ces dernières années ont vu le développement de plusieurs plateformes de lecture numérique qui semblent augurer d'une véritable transformation du marché. Après le précurseur Delitoon et le lancement en France de la plateforme Webtoon par le groupe coréen Naver en 2019, largement fondée sur un modèle de gratuité, le groupe coréen Kakao à travers sa filiale japonaise Kakao Piccoma Corporation, a ouvert en France en avril 2022 sa plateforme Piccoma, qui propose 1 000 séries publiées, dont 300 mangas en exclusivité³. Selon *Les Échos*, « Piccoma compte aujourd'hui 1 million d'inscrits, quand Webtoon totalise 2 millions d'utilisateurs actifs mensuels en France. »⁴. Le groupe Média-Participations a lancé en 2023 une application ONO à vocation européenne, diffusant dans un premier temps 150 séries de *webtoons* avec l'ambition d'ajouter ultérieurement des mangas. Quatre mois après son lancement, la plateforme revendiquait 125 000 téléchargements⁵. D'autres modèles sont aussi proposés comme celui de l'abonnement, à l'instar de la plateforme Mangas.io, créée en 2019 par une société française indépendante. Des plateformes se développent aussi dans d'autres genres, à l'instar de celle de *Picsou Magazine* lancée au printemps 2023, ou encore de la plateforme Neovel, diffusant des œuvres purement écrites, lancée par une *start-up* au capital de laquelle est entrée en 2023 Média-Participations. D'autres opérateurs ont en revanche quitté le marché à l'été 2023, comme la plateforme Verytoon du groupe Delcourt et le site Visual Novel.

Ce dynamisme du marché français reflète une tendance internationale. Au Japon, sur un marché de la bande dessinée et des magazines mangas de 677 milliards de yens (4,3 milliards d'euros) en 2022, « les diffusions sur les supports numériques continuent d'augmenter pour représenter les deux tiers du marché, les supports papier continuant de reculer (- 13,4 % en 2022) pour ne plus représenter qu'un tiers du chiffre d'affaires total

¹ Dans l'étude « Panorama de la bande dessinée en France entre 2010 et 2020 », CNL, Xavier Guilbert relevait que 2 % des lecteurs enfants et 9 % des lecteurs adultes étaient considérés comme des lecteurs réguliers de bande dessinées au format numérique et que les plus grands lecteurs en numérique étaient des lecteurs adultes de manga, avec 17 % de lecteurs réguliers.

² Le terme sera ici utilisé, suivant un usage largement répandu, pour désigner tout le genre correspondant, mais il faut relever qu'il fait l'objet en France et en Europe d'une marque déposée par le groupe Naver.

³ FERRARIS S. (2023), « Les ambitions du coréen Piccoma sur le marché du *webtoon* en France », *Le Figaro*, 17 juillet 2023.

⁴ RICHAUD Nicolas (2023), « La guerre des géants coréens du *webtoon* s'exporte en France », *Les Échos*, 13 juillet 2023.

⁵ RICHAUD N. (2023), « Le français ONO veut devenir le numéro trois européen », *Les Échos*, 13 juillet 2023.

du secteur »⁶. En Corée, depuis 2012 le format des *webtoons* adapté aux *smartphones* a connu un véritable essor grâce au modèle gratuit-payant (*freemium*) et à un système de paiement adapté à de micro-transactions. Selon le directeur monde de Piccoma-Kakao, « Plus de 10 millions de Japonais lisent du manga ou du *webtoon* sur l'application et 90 % d'entre eux se connectent chaque mois. Résultat, le chiffre d'affaires mondial de Piccoma est passé de 1 à 6,37 millions d'euros en 5 ans. C'est le quinzième plus gros chiffre d'affaires mondial pour une application et l'application la plus téléchargée au Japon »⁷. Le cabinet de conseil BearingPoint évalue à 1,2 milliards d'euros en 2021 le chiffre d'affaires du secteur *webtoon*, enregistrant une progression de 64,6 % par rapport à 2020⁸.

Quelle place pour les acteurs français dans l'écosystème de la lecture numérique ?

Le dynamisme de ces plateformes pose la question de la place des acteurs français dans l'écosystème de la lecture numérique. Les puissants opérateurs coréens proposent aujourd'hui des *webtoons* qui le plus souvent appartiennent à leur catalogue ou qu'ils se procurent auprès de studios coréens. S'agissant des mangas, proposés par Piccoma, des contrats ont été conclus avec les éditeurs français, eux-mêmes cessionnaires des ayants droit japonais. Même si les habitudes de travail entre éditeurs japonais et français sont anciennes et étroites, et que l'apport des éditeurs français qui connaissent bien le marché national reste un atout, tout développement important de la lecture en ligne poserait la question de la place des éditeurs français, puisque rien n'exclut des cessions directes de droit des mangas par les éditeurs japonais aux plateformes ni même, *a priori*, le lancement de plateformes par les éditeurs japonais⁹.

Au-delà du rôle des éditeurs, ce sont tous les acteurs de l'écosystème de la lecture qui voient leur place interrogée en cas de développement des plateformes numériques. Il en va ainsi des libraires, qui ont connu un remarquable développement dans le domaine des mangas, avec l'apparition d'un réseau spécialisé. Se pose enfin la question de l'avenir de la création française. Des auteurs français commencent à émerger, dans le manga comme dans le *webtoon*, et les plateformes d'origine coréenne implantées en France y contribuent, mais il est évident que plus il subsistera de centres de décisions installés en France, mieux pourra se développer tout l'écosystème de la création.

DE L'INNOVATION DE CONTENUS À L'INNOVATION COMMERCIALE : LES JETONS NUMÉRIQUES

Les grandes plateformes numériques évoquées construisent leur dynamisme non seulement sur l'attrait des mangas et des *webtoons*, mais aussi sur un système de paiement innovant qui n'est pas sans soulever des questions.

⁶ ROUSSEAU Y. (2023), « Pointant le *soft power* de la Corée, le Japon compte pousser ses mangas à l'international », *Les Échos*, 13 juillet 2023.

⁷ FERRARIS S. (2023), « Les ambitions du coréen Piccoma sur le marché du *webtoon* en France », *Le Figaro*, 17 juillet 2023.

⁸ BEARINGPOINT (2023), « Notes d'opportunité sur les industries culturelles et créatives en Corée du Sud », Secteur *webtoon*.

⁹ Le site Manga plus by Shueisha lancé par l'éditeur du célèbre manga *One Piece* (28 millions d'exemplaires vendus en France) propose déjà l'accès à des contenus en français.

Un modèle innovant de micro-paiement : l'achat par jeton numérique

Qu'est-ce qu'un jeton numérique utilisé comme moyen de paiement sur une plateforme de mangas ou de *webtoons* ? Il s'agit d'une unité de compte stockée sur un support électronique. Le jeton est émis par la plateforme ou par un autre opérateur pour son compte afin de se procurer sur celle-ci des biens et des services, le plus souvent correspondant à de micro-transactions. Il ne peut faire l'objet d'un remboursement, ni être transféré. Il peut donc être qualifié de monnaie virtuelle fermée obéissant à un flux unidirectionnel. Ce jeton n'a alors rien à voir ni avec la notion de jeton numérique non fongible (NFT) ni avec la notion voisine de cryptomonnaie (par exemple *bitcoin*).

Après un usage dans le domaine du jeu vidéo, le paiement par jeton numérique a été introduit dans le secteur du livre par les plateformes de mangas et de *webtoons*. L'affichage des prix dans une valeur exprimée en jetons et le paiement de micro-transactions en jeton doublé d'un certain investissement permettent aux plateformes de mener des stratégies *marketing* dynamiques et finement articulées suivant un modèle gratuit/payant (*freemium*). Ainsi, elles offrent des réductions en fonction des quantités achetées, octroient des jetons gratuits à l'occasion d'opérations promotionnelles ou en récompense de certains comportements. Ces stratégies sont destinées à capter une clientèle en particulier un public jeune, moins bien doté que les adultes en moyen de paiement, habitué à la consommation de contenus gratuits, y compris de source illicite (*scan trades*), sensible à la dimension ludique et perméable aux mécanismes de frustration, qui caractérisent les stratégies commerciales mises en œuvre.

L'exemple du recours aux jetons sur Piccoma

La plateforme fonctionne sur un modèle de gratuit/payant (*freemium*) mettant en œuvre une pluralité de techniques *marketing* sophistiquées. Elle propose au public l'accès gratuit à une petite partie de son catalogue, suivant une logique d'amorçage (1 à 2 chapitres gratuits pour les mangas et 3 ou un peu plus pour les *webtoons*, dits *smartoons*), de déblocage progressif des contenus (1 épisode de *smartoon* ou 1 chapitre de manga toutes les 23 heures en « prêt à lire » dit également *wait until free*), ou encore d'opérations promotionnelles (dites *gift ticket* pour un accès temporaire gratuit à certains contenus).

En dehors de cette partie gratuite, la plateforme propose l'achat des contenus en contrepartie d'une monnaie virtuelle propre au site, les coins. La valeur de la conversion est de 100 coins = 0,99 €. En fonction des séries, la valeur d'un chapitre varie entre 20 et 50 coins. Le prix des coins est dégressif en fonction de la quantité achetée.

Enfin, l'utilisateur bénéficie de distributions gratuites de coins dans le cadre d'opérations promotionnelles prenant la forme de jeux ou de "Daily rewards", qui récompensent la participation à des « événements de présence » ou à des « marathons » pendant la durée de l'opération.

La question nouvelle posée à la loi française sur le prix du livre numérique

Ce nouveau mode de commercialisation de livre numérique pose une question inédite et délicate au regard de la loi française. La loi du 26 mai 2011 qui a soumis le livre numérique à un régime de prix fixe a été écrite en contemplation d'une réalité bien diffé-

rente, focalisée sur le téléchargement de livres numériques entiers, mais n'en reste pas moins pleinement d'actualité. Elle s'applique à tous les livres numériques qui existent également sous forme de livre papier ou qui pourraient exister sous cette forme sans adaptation importante. Suivant ce critère dit du « livre numérique homothétique », la loi s'applique donc très certainement aux mangas voire éventuellement à certains *webtoons*, même si le point reste à clarifier au regard des pratiques des acteurs¹⁰.

Les objectifs de la loi du 26 mai 2011 demeurent pleinement pertinents pour répondre aux défis posés par les plateformes actuelles de lecture numérique. L'ambition de la loi, selon les termes du rapporteur à l'Assemblée nationale, est en effet « de permettre aux éditeurs de maîtriser la fixation du prix du fichier numérique, afin d'éviter que les distributeurs numériques ne leur imposent leurs prix, dans une course au moins-disant culturel et à la captation de la marge à leur profit, ce qui tuerait la rémunération de la création »¹¹. Diversité des canaux de distribution, rémunération de la création, information correcte du public et coexistence harmonieuse du livre numérique et du livre papier sont des objectifs qui conservent toute leur pertinence lorsqu'ils sont appliqués au commerce de mangas, voire de *webtoons* lorsqu'ils répondent à la qualification d'un livre. Or, les plateformes qui distribuent des jetons gratuits ou proposent des tarifs dégressifs peuvent être regardées comme investissant dans la constitution de leur clientèle, en lui proposant des conditions tarifaires attractives dans un esprit assez éloigné de celui du prix unique du livre.

La loi du 26 mai 2011 est par ailleurs assortie de sanctions, précisées par un décret du 30 janvier 2012. Des peines d'amende contraventionnelle de la troisième classe (2 250 euros au maximum pour une personne morale) sont prévues pour défaut de fixation d'un prix de vente au public, à l'exception de certains cas de licences d'utilisation, par un éditeur établi en France qui édite un livre numérique dans le but de sa diffusion commerciale en France. Le fait de proposer une offre de livre numérique aux acheteurs situés en France sans respecter le prix fixé par l'éditeur susvisé est sanctionné de la même manière.

COMMENT LA PRATIQUE DES JETONS NUMÉRIQUES PEUT-ELLE RESPECTER LA LOI SUR LE PRIX UNIQUE ?

Si la régulation du prix du livre numérique¹² s'applique aux plateformes de lecture en ligne recourant aux jetons numériques, il importe d'analyser les défis posés par ce nouveau mode de paiement, avant de signaler les points de vigilance qu'appelle l'examen de sa conformité et d'énoncer les recommandations qui permettront d'accompagner les acteurs.

Les questions que posent les jetons numériques au regard de la loi sur le prix du livre numérique

La première question qui se pose, si la loi est applicable, est de savoir si un prix de vente fixé en jetons propres à une plateforme peut être regardé comme un prix de vente fixé par

¹⁰ Les *webtoons* qui ont fait l'objet d'adaptations pour être publiés sous forme papier, à l'instar du grand succès qu'a connu *Solo leveling*, publié par Delcourt (autour d'un million d'exemplaires papier au total), pourraient devoir être regardés comme des livres numériques homothétiques. Pour le reste, la qualification comme livres numériques homothétiques ou non dépendra de l'ampleur du travail d'adaptation requis pour l'impression.

¹¹ Rapport n°3318 enregistré le 6 avril 2011, <http://www.assemblee-nationale.fr/13/pdf/rapports/r3318.pdf>

¹² Il faut signaler que, si la présente analyse se concentre sur le respect de la législation relative au prix du livre, il ne faut pas exclure que les plateformes numériques puissent, comme tout opérateur, poser d'autres questions en termes par exemple de protection des consommateurs.

l'éditeur conforme à l'article 2 de la loi du 26 mai 2011. La question se pose lorsque le prix en euros du livre tel qu'acquitté par le lecteur est déterminé par les choix commerciaux de la plateforme en matière de prix du jeton et d'attributions gratuites de jetons.

La deuxième question posée porte sur la notion même de prix unique, telle qu'elle résulte de l'article 3 de la loi, notion qui renvoie à la fois à un prix identique pour tous les clients et à une identité de prix sur toutes les plateformes. Or, le fait que les plateformes recourent à un système de jetons de valeur variable ou gratuite et utilisent leur propre système de jetons avec des prix d'achat en euros distincts interroge sur leur faculté de respecter un prix unique de vente pour la commercialisation d'une même offre de livre.

Enfin, une troisième question porte sur les exigences d'information du public sur le prix énoncées par l'article 2 de la loi. Dans les modèles prédominants du marché, l'acheteur n'a la connaissance que du prix en jetons.

Si toutes ces questions sont délicates, une voie étroite n'en est pas moins envisageable pour assurer la conformité du recours aux jetons à la loi sur le prix unique. Cette loi prévoit en effet qu'il revient à l'éditeur de fixer le prix en prévoyant une certaine souplesse dans l'exercice de cette prérogative, qui peut s'exercer, plutôt que sur un livre à l'unité, sur une offre de livres numériques¹³. C'est cette souplesse qui avait permis à la médiatrice du livre¹⁴ de dessiner plusieurs modèles pour assurer la conformité à la loi des modèles d'abonnement illimité. Dans le même esprit, la conformité des jetons numériques à la loi peut être envisagée au prix de l'ajustement de certaines des pratiques actuelles.

Les conditions à respecter : une maîtrise du prix par l'éditeur et une information transparente

La conformité de l'usage des jetons à la loi du 26 mai 2011 dépend largement des termes du contrat entre éditeur et plateforme, qui doit encadrer suffisamment non seulement le prix du jeton, mais également les pratiques de jetons gratuits, car celles-ci déterminent le prix effectif de vente au public en euros. Si l'éditeur a une maîtrise suffisante de ces pratiques de jetons gratuits, il peut être regardé comme ayant fixé le prix applicable. Du même coup, il se donne la possibilité de proposer des offres identiques aux autres plateformes, comme le lui impose la loi, qui prévoit qu'il doit faire figurer dans une base de données accessible aux détaillants la description de ses offres et de leur prix. Cette transparence pour les professionnels (les différentes plateformes) doit se doubler d'une transparence pour les lecteurs qui doivent être mis en mesure de connaître le prix de vente en euros auquel correspond (eu égard aux jetons gratuits dont ils ont bénéficié) le prix de vente qu'ils ont acquitté en jetons.

Dix recommandations

Afin de réduire l'état d'insécurité juridique dans laquelle se trouvent les acteurs du secteur et de traduire concrètement les objectifs retenus par la loi du 26 mai 2011, le Médiateur du livre propose dix recommandations.

1. Veiller à ce que les contrats conclus par les éditeurs préservent leur maîtrise du prix des offres de livres numériques, les offres à l'unité comme groupées. La détermination d'un prix du jeton en euros, et d'un prix de l'offre de livres en jetons

¹³ La loi du 26 mai 2011 prévoit que le prix de vente d'un livre numérique peut « différer en fonction du contenu de l'offre et de ses modalités d'accès ou d'usage ».

¹⁴ Cf. l'avis du 9 février 2015 de la médiatrice du livre relatif à la conformité des offres d'abonnement avec accès illimité à la loi du 26 mai 2011.

est un minimum qui doit être complété par des éléments sur les pratiques de la plateforme en matière d'attribution de jetons.

2. Encadrer dans les contrats la distribution des jetons gratuits, afin de préserver l'exercice de la prérogative des éditeurs de fixation du prix.
3. Prohiber l'exclusivité sur une seule plateforme de la commercialisation de livres numériques édités en France.
4. Encadrer par les contrats les offres de lecture gratuite et payante des livres numériques.
5. Assurer la transparence des prix pour le public, en indiquant au-delà de la seule mention d'un prix en jetons, le prix effectif payé en euros par le lecteur par exemple dans la page relative au compte du lecteur.
6. Veiller à assurer la transparence des offres et des prix ou barèmes pour les détaillants, à travers la base de données.
7. Préciser les pratiques en matière de webtoons et des autres contenus, dont la qualification de livres homothétiques pose question.
8. Clarifier le cas échéant les règles en matière de TVA.
9. Préciser une compréhension partagée du champ d'application et de la portée de la loi sur le prix du livre numérique.
10. Inscrire cette régulation dans la durée.

EN CONCLUSION

La loi sur le prix unique du livre numérique a rencontré avec les plateformes de mangas et *webtoons* et la nouvelle pratique des jetons un défi important. Au terme d'une première analyse, et sous réserve d'une clarification du statut des *webtoons*, la loi semble cependant rester pleinement d'actualité et receler les souplesses qui permettent d'appréhender les pratiques innovantes.