

NOTRE OFFRE DE FORMATIONS

2021

-
- | | | |
|----|--|-------------|
| 1. | Notre approche | => p. 2 |
| 2. | « LES FORMATIONS » | => p. 3 |
| 3. | Les formations pour les ÉDITEURS | => p. 4-28 |
| 4. | Les formations pour les LIBRAIRES | => p. 30-34 |
| 5. | Nos formateurs | => p. 35-36 |
-

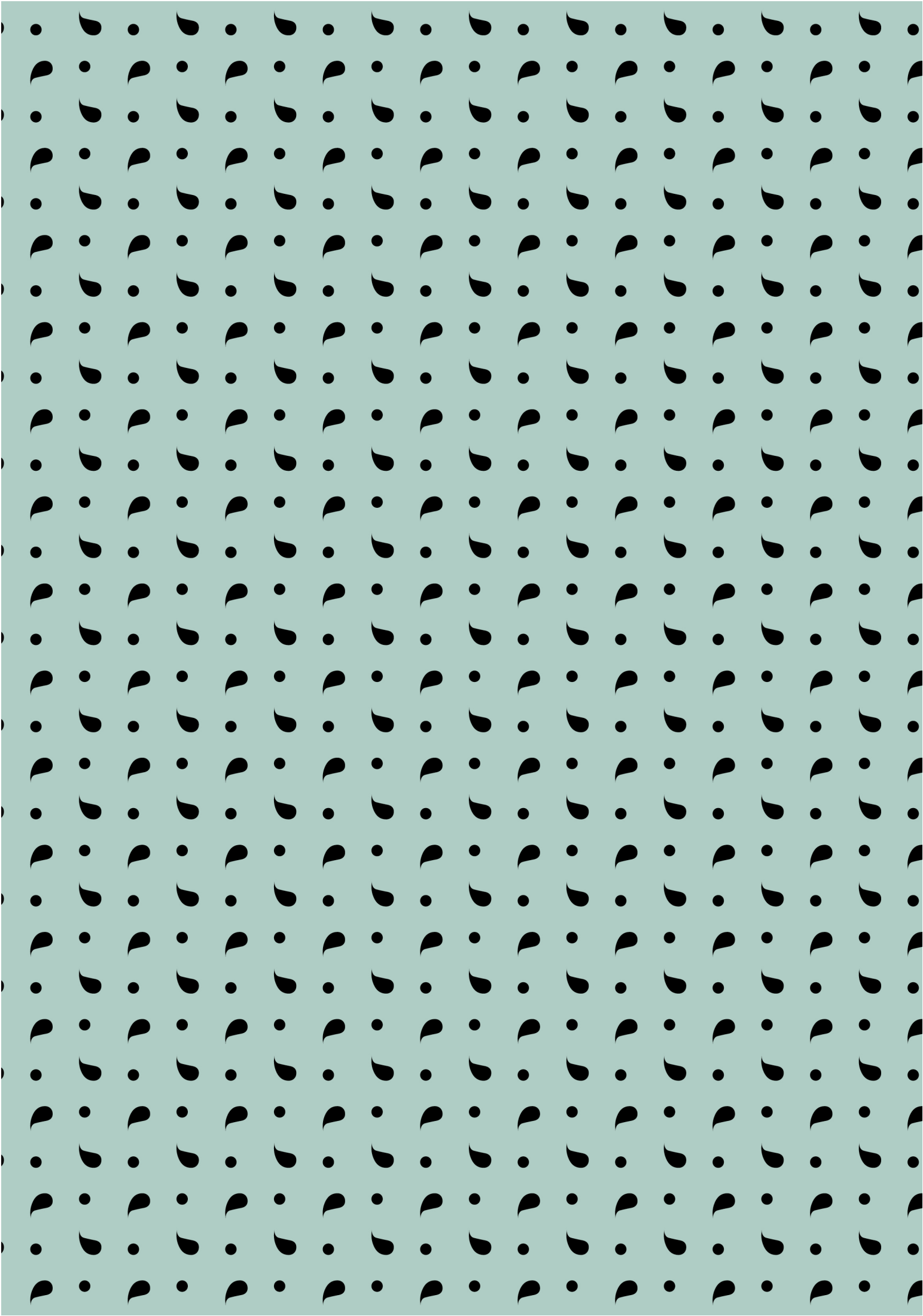
Axiales Conseils

62, rue Tiquetonne • 75002 Paris

SAS au capital de 40 000 euros • Code NAF 7022Z • RCS de Versailles 803 581 271

Siret 803 581 271 00019 • n° TVA intracommunautaire FR 12 803 581 271

contact@axiales.net • www.axiales.net





1. Notre approche

- **Une offre née de vos demandes**, de vos problématiques spécifiques, que nous avons construite dans un esprit pragmatique et modulable
- **Une offre née de notre expérience de consultants experts** qui vous accompagnent au quotidien dans vos décisions stratégiques
- **Une offre née de notre connaissance des entreprises du livre**

qu'elle que soit leur taille, de la plus petite structure indépendante aux grands groupes d'édition

Depuis plus de sept ans, nous concevons et mettons en œuvre des formations à destination de l'ensemble de nos clients – éditeurs, libraires, diffuseurs ou institutions... Cet éventail de formations correspond à un *work in progress* puisque, au fur et à mesure des différents besoins exprimés, nous continuons à bâtir, pour vous et avec vous, de nouvelles propositions de formations. Nos convictions en matière de formation :

- Directement au service de la stratégie de l'entreprise, la formation est un vecteur de performance et de motivation
- Le transfert de connaissances doit s'accompagner d'une démarche d'appropriation progressive favorisant l'autonomie
- L'expérience, la mise en pratique sont les corollaires indispensables de l'apport théorique

En ce sens, nos « FormaXions » (cf. **page 3**) sont emblématiques de notre approche : elles se veulent évolutives et facilement adaptables à vos besoins pour répondre au plus près. Sur certains sujets, nous nous sommes entourés d'experts extérieurs, qui partagent notre approche.

Les consultants Axiales formateurs

Mathias Echenay, Françoise Geoffroy-Bernard, Caroline Guilleminot, Hervé de Langre, Phi-Anh Nguyen, Mathilde Rimaud.

En pratique

- Nos formations peuvent se dérouler sur site ou dans nos propres locaux parisiens
- Chaque formation peut être adaptée selon vos besoins (durée, contenus)
- Les consultants à contacter pour une demande de devis vous sont indiqués pour chaque formation
- Retrouvez le profil des consultants d'Axiales et de nos intervenants en **pages 35-36**.

Nous espérons que cette présentation suscitera envies, idées et motivation !

Consultez-nous pour toute information supplémentaire ou tout projet de formation qui n'est pas encore référencé dans notre offre et que nous pourrions développer ensemble.

Axiales est référencé en tant qu'organisme de formation par l'Afdas.
Les formateurs d'Axiales suivent régulièrement des formations de formateur.



2. Les ateliers « FORMAXIONS »

Agir en se formant, se former en agissant

Vous avez besoin de savoir réaliser des études marketing spécifiques ? Vous cherchez à vous initier aux ventes de droits, à mieux comprendre le marché, à lancer ou à repositionner une collection, à entreprendre dans l'édition numérique ? Vous recherchez des solutions pour pérenniser votre entreprise en difficulté ? Vous souhaitez redynamiser votre équipe commerciale ou votre point de vente ?

Conjuguant la formation et l'action, les « ateliers FormaXions » vous accompagnent dans votre stratégie et dans votre développement.

**Vos problématiques d'entreprise deviennent cas pratiques,
véritables fils conducteurs de la formation**

L'alternance entre séances de travail et phases intermédiaires d'accompagnement, y compris sur le terrain, facilite l'appropriation et le caractère directement opérationnel de la FormaXion.

Une formule souple

Durée déterminée en fonction des objectifs opérationnels à atteindre
selon un calendrier établi avec vous et pouvant intégrer
des déplacements extérieurs (en librairie par exemple).
Tarif étudié pour chaque demande¹

MAÎTRISE DES OUTILS DE GESTION

Formation-accompagnement organisée pour un éditeur de mangas en vue de la mise en place des outils de gestion et méthodes adaptés aux problématiques particulières du secteur :

- Un **travail documentaire** préparatoire important sur l'existant, les problèmes rencontrés, les risques ;
- **4 journées dans les locaux de la maison d'édition**, réparties sur deux mois, en lien avec la clôture comptable. Travail avec la gérante et le directeur éditorial : ateliers d'analyse de données comptables, tests et adaptations des outils préparés en amont, études de cas pratiques réels, conférence téléphonique avec l'expert comptable ;
- Des **phases intermédiaires d'application** et des **points d'étape** effectués par téléphone sur une période de trois mois : les outils « Compte d'exploitation prévisionnel » de collection et « Business Plan » réalisés sous Google Sheet sont adaptés et maintenus à distance, en dialogue avec les utilisateurs.

Renseignements et inscriptions auprès d'Hervé de Langre

Tél. 06 78 68 02 50, herve.de-langre@axiales.net

¹ Hors frais de déplacement pour des formations en région



3. Les formations pour les ÉDITEURS

CESSION DE DROITS

- | | |
|---|--------|
| 1. Vendre les droits de traduction | page 5 |
| 2. Vendre les droits d'adaptation audiovisuelle | page 7 |

COMMERCIAL, DIFFUSION, DISTRIBUTION

- | | |
|--|--------|
| 3. Bien gérer son autodiffusion et sa distribution | page 9 |
|--|--------|

ÉDITION

- | | |
|--|---------|
| 4. Dynamiser son catalogue avec le benchmark éditorial et commercial | page 11 |
| 5. Appréhender le code typographique anglais | page 13 |
| 6. Choisir ses couvertures, mode d'emploi | page 15 |

MANAGEMENT DE L'ENTREPRISE

- | | |
|---|---------|
| 7. Bien gérer sa maison d'édition | page 17 |
| 8. Décider du tirage ou du prix d'un livre selon son seuil de rentabilité | page 19 |
| 9. Maîtriser les redditions de compte et le droit d'auteur | page 21 |

MARKETING ET COMMUNICATION

- | | |
|--|---------|
| 10. Réussir ses présentations commerciales | page 23 |
| 11. Communiquer avec les libraires, les médias, les lecteurs | page 25 |
| 12. Repenser et optimiser la stratégie médias sociaux de sa maison d'édition | page 27 |
- [NOUVEAU]**

Voir aussi Dynamiser son catalogue avec le benchmark éditorial et commercial page 11





VENDRE LES DROITS DE TRADUCTION

Créer une offre internationale, prospector, négocier, contractualiser

Dans un contexte économique tendu pour les ventes sur le marché local des éditeurs, notamment en librairies, les droits seconds peuvent devenir une source importante de rentabilité. En particulier, la cession des droits de traduction peut participer au développement du chiffre d'affaires, tout en consolidant la construction d'un catalogue, par une ouverture à l'international mais également en favorisant un rayonnement cher aux auteurs.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Acquérir les connaissances théoriques liées à la cession de droits de traduction
- Sélectionner les titres du catalogue susceptibles d'être traduits
- Prospector les éditeurs à l'étranger (pendant et en dehors des foires internationales)
- Négocier les conditions, rédiger les contrats, et suivre leur développement
- Utiliser les agents littéraires à bon escient

PUBLIC VISÉ

Dirigeants de maison d'édition, éditeurs, responsables administratifs, responsables de droits et commerciaux.

PRÉREQUIS : notions juridiques.

INTERVENANT

Formation animée par **Phi-Anh Nguyen**, agent spécialisé et consultant Axiales en droits de traduction.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport de connaissances théoriques précises mêlées à l'exercice de pratiques concrètes, et un atelier collectif.

➡ Atelier collectif

Les stagiaires ayant précédemment à la formation répondu à un questionnaire et fourni au formateur leur catalogue, des informations sur leurs titres à potentiel et, éventuellement, des cas réels de questions en suspens autour de la cession de droits de traduction, le formateur anime en fin de formation une session (d'environ 2-3 heures) d'études de cas collectives :

- Comment présenter sa maison d'édition ?
- Comment sélectionner les titres à potentiel et les présenter individuellement ?
- Comment identifier les éditeurs proches de son catalogue et les contacter ?
- Préparer une foire internationale
- Questions spécifiques (négociations, contrats, etc.)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, exercices pratiques, atelier collectif final visant à valider les notions acquises, QCM d'évaluation final. À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.



DÉROULEMENT

Durée : 2 jour(s), soit 14 heures (7 heures par jour). **Effectif** : de 5 à 10 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Phi-Anh Nguyen

Tél. 06 87 36 81 74, phi-anh.nguyen@axiales.net



VENDRE LES DROITS D'ADAPTATION AUDIOVISUELLE

Prospecter, négocier, contractualiser les adaptations cinéma et télévision

Parmi les droits d'exploitation seconds exploitables par les éditeurs, les droits d'adaptation audiovisuelle sont en plein essor, les producteurs cinéma et télévision étant à la recherche d'ouvrages adaptables. Afin d'améliorer la rentabilité des titres publiés et donner une nouvelle forme à ses œuvres en s'adressant à un public élargi, développer des droits d'adaptation audiovisuelle devient une nécessité pour les éditeurs quelle que soit leur taille.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Acquérir les connaissances théoriques liées à la cession de droits d'adaptation audiovisuelle
- Sélectionner les titres du catalogue susceptibles d'être adaptés
- Prospecter les producteurs audiovisuels
- Négocier les conditions, rédiger les contrats et suivre leur développement

PUBLIC VISÉ

Dirigeants de maison d'édition, éditeurs, responsables administratifs, responsables de droits et commerciaux.
PRÉREQUIS : notions juridiques.

INTERVENANT

Formation animée par **Phi-Anh Nguyen**, agent spécialisé et consultant Axiales en droits d'adaptation audiovisuelle.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport de connaissances théoriques/juridiques précises mêlées à l'exercice de pratiques concrètes, et atelier collectif.

► **Atelier collectif** : les stagiaires ayant préalablement à la formation répondu à un questionnaire et fourni au formateur leur catalogue, des informations sur leurs titres à potentiel et éventuellement des cas réels de questions en suspens autour de la cession de droits audiovisuels, le formateur anime en fin de formation une session (d'environ 2-3 heures) d'études de cas collectives : comment présenter sa maison d'édition, sélectionner les titres et les présenter, identifier les cibles, etc.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, exercices pratiques, atelier collectif final visant à valider les notions acquises. QCM d'évaluation final. À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jour(s), soit 14 heures (7 heures par jour)

Effectif : de 5 à 10 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCA : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Phi-Anh Nguyen

Tél. 06 87 36 81 74, phi-anh.nguyen@axiales.net



BIEN GÉRER SON AUTODIFFUSION ET SA DISTRIBUTION

*Accroître sa présence sur le marché par une politique commerciale adaptée
et des coûts de distribution maîtrisés*

À partir d'un cas concret, fil rouge de la formation, la formation apportera les réponses pour la mise en place d'une politique commerciale dynamique.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Appréhender le marché du livre en matière commerciale
- Identifier les fondamentaux du marché en matière de distribution
- Acquérir des réflexes pour une diffusion réussie de la production éditoriale
- Permettre aux participants de faire des choix en matière de distribution

PUBLIC VISÉ

Éditeurs et responsables commerciaux de petites et moyennes maisons d'édition.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANT

Formation animée par **Mathias Echenay**, ancien représentant, chef des ventes, directeur des ventes et plus récemment directeur général du CDE et de FED (filiales de diffusion du groupe Gallimard). Il anime également les éditions La Volte, qu'il a fondées en 2004.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Sur la base d'une formation soucieuse d'un apport structuré de connaissances, le programme est bâti sur des exemples concrets vécus, des exercices pratiques et un cas traité par les participants tout au long de la formation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil de la journée. Outre des études de cas synthétisant les acquis, des exercices pratiques seront réalisés sur la détermination des potentiels par circuit de projets éditoriaux. À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures)

Effectif : de 6 à 10 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathias Echenay

Tél. 06 45 50 53 08, mathias.echenay@axiales.net



DYNAMISER SON CATALOGUE AVEC LE BENCHMARK ÉDITORIAL ET COMMERCIAL

Méthodologie d'une analyse concurrentielle

La réalisation d'un benchmark éditorial et commercial consiste à analyser un segment de marché en le comparant à ses propres produits. Dans le contexte actuel du monde de l'édition lié à la révolution numérique et aux défis toujours croissants de la concurrence, cette approche permet aux éditeurs de se démarquer en faisant émerger de nouvelles opportunités stratégiques d'innovation ou de rénovation de leur ligne éditoriale. Cette formation est particulièrement adaptée dans le cas de création ou de rénovation de collections.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Définir la démarche de benchmarking permettant d'identifier les points forts et les spécificités d'un segment éditorial concurrentiel
- Identifier les critères d'analyse et d'évaluation propres à son segment de marché
- Réaliser une étude concurrentielle d'un segment éditorial
- Identifier les pistes d'amélioration et de développement visant à faire évoluer son catalogue éditorial (création de nouveaux produits et/ou lancement de nouvelles collections)

PUBLIC VISÉ

Éditeurs, responsables éditoriaux, chefs de projets éditoriaux, directeurs de collection. PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Caroline Guilleminot**. Elle a plus de vingt années d'expertise dans l'édition et a réalisé plusieurs études de benchmark sur divers segments de marché.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ces deux journées sont bâties comme un atelier pratique d'élaboration d'un benchmark à l'échelle des segments éditoriaux à analyser. Il repose sur des apports théoriques, ponctués d'une participation des participants à travers des mises en situation et des cas concrets. À partir de l'identification en amont du segment de marché à analyser, l'atelier permet une mise en perspective directe et concrète avec le domaine d'investigation recherché.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant définira ses propres critères d'analyse adaptés à son étude de benchmark et réalisera une ébauche de son analyse concurrentielle. Un quiz administré aux participants clôturera la séance.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures).

Effectif : de 4 à 8 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCA : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Caroline Guilleminot

Tél. 06 12 89 50 52, caroline.guilleminot@axiales.net



APPRÉHENDER LE CODE TYPOGRAPHIQUE ANGLAIS

Difficultés et particularités orthographiques de l'anglais

Éditer un texte en anglais requiert la maîtrise des règles de base propres à son code typographique. Cette formation permet d'améliorer la cohérence et la lisibilité des textes anglais que vous devez mettre au point en transposant vos connaissances éditoriales à cette autre langue.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Identifier les usages typographiques traditionnels en langue anglaise
- Comparer les usages courants en anglais à ceux en français
- Maîtriser les principales difficultés et particularités orthographiques de l'anglais
- Appliquer des choix typographiques en vue d'améliorer la lisibilité des supports édités et/ou numérisés en anglais

PUBLIC VISÉ

Rédacteurs, correcteurs, éditeurs, chargés d'édition et toute personne devant éditer des textes en anglais ou des textes bilingues (français-anglais).

PRÉREQUIS : notions en anglais.

INTERVENANTE

Formation animée par **Caroline Guillemot**. Elle a plus de vingt-cinq années d'expertise dans l'édition, notamment au sein d'une maison internationale.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

L'apport théorique s'appuie sur des comparaisons concrètes avec le code typographique français. Ce parallèle permet ainsi aux participants une meilleure compréhension et facilite la mémorisation des enseignements. Des exercices thématiques sont également proposés.

Chaque participant est invité à présenter au groupe des cas concrets rencontrés en situation professionnelle. Ils seront traités en groupe.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil de la journée. Un quiz administré aux participants clôturera la séance.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 1 jour (7 heures)

Effectif : de 4 à 8 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCA : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Caroline Guilleminot

Tél. 06 12 89 50 52, caroline.guilleminot@axiales.net



CHOISIR SES COUVERTURES, MODE D'EMPLOI

Toutes les dimensions d'une couverture réussie

Si les éditeurs ont bien mesuré les enjeux liés au choix d'une couverture plus ou moins « impactante » – nous préférons dire « pertinente » –, ils sont encore peu nombreux à se servir de notions et d'outils qui pourraient pourtant les aider à prendre cette décision capitale dans la vie d'un livre : choisir la meilleure première ou quatrième de couverture d'un ouvrage.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Prendre en compte les dimensions à la fois marketing et graphiques des couvertures ou des chartes de collection pour définir les plus adaptées
- Acquérir une méthodologie pour préparer un brief structuré et mieux évaluer ensuite les propositions
- Connaître les principaux paramètres d'une communication efficace pour choisir le titre et rédiger la quatrième de couverture

PUBLIC VISÉ

Dirigeants de maisons d'édition, responsables éditoriaux, éditeurs, responsables marketing et communication, graphistes et responsables de fabrication.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Françoise Geoffroy-Bernard**, consultante-formatrice et spécialiste du marketing et de la communication appliqués au livre.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne exposés, illustrés de nombreux exemples et contre-exemples avec des mises en application pratiques. Les études de cas permettront la rédaction progressive d'un brief de couverture (et d'une 4^e de couverture). Un dossier sera remis à l'issue de la formation contenant des fiches méthodologiques ainsi qu'une *check-list* permettant d'évaluer les couvertures.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas et ateliers en sous-groupes puis mise en commun visant à valider les notions acquises. À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage. Un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera également rempli par les participants.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures) + 1 jour en option (7 heures)

Effectif : de 5 à 8 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Françoise Geoffroy-Bernard

Tél. 06 43 90 71 39, francoise.geoffroy-bernard@axiales.net



BIEN GÉRER SA MAISON D'ÉDITION

Méthodes et outils pour gagner en rentabilité

Ce module a pour objectif de faire acquérir, en théorie et en pratique les données essentielles de la gestion d'une maison d'édition. Il vous permettra à la fois de mesurer les enjeux (dans quelles conditions et à quelles horizons mon entreprise deviendra-t-elle profitable ?) et de maîtriser les outils décisionnels nécessaires pour piloter économiquement l'activité vers le succès.

La formation sera précédée par une phase de diagnostics individuels des compétences, des outils et des problématiques rencontrées dans le domaine de la gestion, afin d'adapter le contenu aux besoins et au temps disponible.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Connaître les notions clés de l'économie d'un livre et d'une maison d'édition
- Maîtriser les outils d'anticipation, d'analyse et d'aides à la décision

PUBLIC VISÉ

Responsables de maisons d'édition et responsables éditoriaux.

PRÉREQUIS : maîtrise des fonctions élémentaires d'Excel.

INTERVENANT

Formation animée par **Hervé de Langre**. Au cours de sa carrière de plus de trente années, Hervé de Langre a dirigé des maisons d'édition traversant des mutations importantes, en France comme à l'étranger. Actuellement consultant auprès de dirigeants de maisons de toutes tailles, il les accompagne dans leur gestion, notamment lors de phases de transition. Il est également formateur auprès de professionnels de l'édition sur les problématiques de gestion, de stratégie et de transmission d'entreprises.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport structuré de connaissances, étude de cas concrets et exercices pratiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques et pratiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil des deux journées.

Le formateur évaluera également avec chaque participant, au regard du diagnostic individuel fait au préalable, la réalisation des objectifs fixés.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours consécutifs (14 heures)

Effectif : de 6 à 10 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements auprès d'Hervé de Langre

Tél. 06 78 68 02 50, herve.de-langre@axiales.net



DÉCIDER DU TIRAGE ET DU PRIX D'UN LIVRE EN FONCTION DE SON SEUIL DE RENTABILITÉ

Outils et règles de gestion pour optimiser les tirages

Cette formation d'une journée s'assortit de deux séances de travail individualisées et à distance, d'une heure chacune, permettant à chaque stagiaire d'adapter l'apport théorique au contexte d'utilisation et de faire le point sur l'acquisition concrète des outils et des pratiques. Ces séances se dérouleront dans le mois suivant la formation, puis deux mois après.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Comprendre les paramètres et la logique du calcul de seuil de rentabilité
- Savoir utiliser un tableur adapté à son contexte pour prendre des décisions de prix et de tirage

PUBLIC VISÉ

Responsables de maisons d'édition et responsables éditoriaux souhaitant approfondir le calcul du seuil de rentabilité de leurs ouvrages et l'intégrer concrètement de la manière la plus adaptée à leur contexte.

PRÉREQUIS : maîtrise des fonctions élémentaires d'Excel.

INTERVENANT

Formation animée par **Hervé de Langre**. Au cours de sa carrière de plus de trente années, Hervé de Langre a dirigé des maisons d'édition traversant des mutations importantes, en France comme à l'étranger. Actuellement consultant auprès de dirigeants de maisons de toutes tailles, il les accompagne dans leur gestion, notamment lors de phases de transition. Il est également formateur auprès de professionnels de l'édition sur les problématiques de gestion, de stratégie et de transmission d'entreprises, et enseignant à l'université Sorbonne-Paris-Nord dans le cadre du Master 2 Commercialisation du livre.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport structuré de connaissances, étude de cas concrets et exercices pratiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques et pratiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil des deux journées.

Le formateur évaluera également avec chaque participant, au regard du diagnostic individuel fait au préalable, la réalisation des objectifs fixés.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 1 jour en présentiel collectif (7 heures) + 2 séances de travail d'1 heure chacune à distance

Effectif : de 6 à 10 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements auprès d'Hervé de Langre

Tél. 06 78 68 02 50, herve.de-langre@axiales.net



MAÎTRISER LES REDDITIONS DE COMPTE ET LE DROIT D'AUTEUR

Intégrer les modifications du Code de la propriété intellectuelle pour une exploitation sereine des contrats et des relations fluides avec les auteurs

S'appuyant dans un premier temps sur une mise à niveau des connaissances essentielles en matière de droit d'auteur, dans le contexte de la réforme du Code de la propriété intellectuelle (CPI) de 2014, la formation aborde les obligations des redditions de compte (relevés de droits d'auteurs), avec une approche à la fois légale et pratique.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Acquérir les notions essentielles juridiques en droit d'auteur
- Maîtriser les obligations légales des redditions de compte
- Mettre en place des processus afin de faciliter les redditions de comptes annuelles

PUBLIC VISÉ

Dirigeants de maison d'édition, éditeurs, responsables administratifs, comptables.

PRÉREQUIS : notions juridiques.

INTERVENANT

Formation animée par **Phi-Anh Nguyen**, agent spécialisé et consultant associé Axiales en droits d'auteur.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport de connaissances théoriques précises mêlées à l'exercice de pratiques concrètes, dont des mises en situation et études collectives de documents.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, exercices pratiques, atelier collectif final visant à valider les notions acquises. QCM d'évaluation finale.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 1 jour (7 heures)

Cette formation peut être complétée par une seconde journée, permettant des rendez-vous individuels entre formateur et participants, afin de répondre aux demandes spécifiques de ces derniers.

Effectif : de 5 à 10 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Phi-Anh Nguyen

Tél. 06 87 36 81 74, phi-anh.nguyen@axiales.net



RÉUSSIR SES PRÉSENTATIONS COMMERCIALES

Des outils de communication pour assurer une meilleure diffusion

La priorité pour chaque éditeur est d'abord de convaincre et de mobiliser ceux qui seront les premiers « médiateurs » des nouveautés comme du catalogue dans son ensemble : les représentants – si la diffusion est déléguée –, puis les libraires. Cette formation vous donnera les clés pour renforcer la relation commerciale avec les points de vente et pour repérer les leviers permettant de construire un plan de lancement efficace comme d'animer le fonds existant.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Connaître les principaux outils marketing pour construire des argumentaires pertinents
- S'entraîner aux présentations commerciales efficaces
- Mieux dialoguer et coopérer avec les représentants, les diffuseurs et les points de vente
- Mettre en œuvre les paramètres d'une communication orale réussie

PUBLIC VISÉ

Dirigeants, responsables éditoriaux, éditeurs, responsables marketing, responsables commerciaux, responsables des cessions de droits.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Françoise Geoffroy-Bernard est consultante associée d'Axiales. Elle est depuis vingt-cinq ans spécialiste du marketing et de la communication appliqués au livre dans tous les secteurs de l'édition.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Fiches méthodologiques remises aux participants.

Exercices de mise en situation avec études de cas au choix des participants.

Jeux de rôle personnalisés et adaptés aux différents domaines éditoriaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant pourra travailler sur ses propres outils et supports de communication commerciale.

Études de cas, jeux de rôle et ateliers en sous-groupes visant à clarifier les différentes notions.

À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage. Un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera également rempli par les participants.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures)

Effectif : de 4 à 8 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Françoise Geoffroy-Bernard

Tél. 06 43 90 71 39, francoise.geoffroy-bernard@axiales.net



COMMUNIQUER AVEC LES LIBRAIRES, LES MÉDIAS, LES LECTEURS

Marketing opérationnel et plan de communication pour l'éditeur

L'éditeur doit articuler son plan de promotion avec sa stratégie éditoriale et marketing, qu'il s'agisse de la maison d'édition dans son ensemble et de la communication dite institutionnelle, ou des actions et des messages à utiliser pour le lancement (ou d'autres étapes de développement) de ses collections ou titres. Il s'agira également à partir d'arguments-clés identiques de décliner les outils et supports en fonction des trois cibles principales : libraires, médias et lecteurs.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Prendre en compte la dimension marketing du métier d'éditeur et définir des plans d'action pour une mise en marché efficace
- Mieux dialoguer avec le diffuseur et les représentants et/ou les libraires, avec les professionnels de la communication
- Connaître les principaux outils du marketing opérationnel (en particulier, dans le domaine des techniques de commercialisation et des moyens publi-promotionnels) pour utiliser dans chaque cas les plus pertinents

PUBLIC VISÉ

Responsables d'édition, éditeurs, responsables marketing et communication, attaché(e)s de presse.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Françoise Geoffroy-Bernard**, consultante-formatrice et spécialiste du marketing et de la communication appliqués au livre.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne exposés théoriques et mises en application pratiques. Les études de cas seront personnalisées : rédaction d'un argumentaire de vente (3 à 4 titres au choix des participants) avec mise en situation (présentation orale avec jeu de rôles et, le cas échéant, participation d'un libraire). Le cas de synthèse portera sur la préparation d'un plan de communication pour le lancement ou l'anniversaire d'une collection/d'une maison d'édition. Un dossier sera remis après la formation contenant des fiches méthodologiques et un plan type de communication globale. Chaque participant pourra travailler pendant le stage sur l'élaboration et l'amélioration de ses propres outils de communication.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Échanges et réflexions en commun autour de situations concrètes et d'exercices pratiques (étude des documents des participants : argumentaires de vente, communiqués de presse, mailings...)

Études de cas, jeux de rôle et ateliers en sous-groupes visant à clarifier les différentes notions.

À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage. Un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera également rempli par les participants.



DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures)

Effectif : de 5 à 8 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Françoise Geoffroy-Bernard

Tél. 06 43 90 71 39, francoise.geoffroy-bernard@axiales.net



REPENSER ET OPTIMISER LA STRATÉGIE MÉDIAS SOCIAUX DE SA MAISON D'ÉDITION

Communication digitale opérationnelle et stratégique

Les médias sociaux donnent la possibilité d'un dialogue direct et renforcé avec son lectorat cible et ses partenaires professionnels. Afin d'y déployer une communication efficace, nous partirons de l'étude et de la compréhension de vos cibles pour parvenir à construire des contenus qui les engagent durablement.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Construire une stratégie de communication orientée vers des cibles et des objectifs précis sur les médias sociaux
- Analyser les pratiques des lecteurs déjà fédérés et des lecteurs cibles
- Maîtriser les logiques de publication et de rédaction sur Facebook et Instagram

PUBLIC VISÉ

Éditeurs, community managers, responsables communication et/ou marketing. Toute personne animant des réseaux sociaux professionnels dans le secteur du livre. PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Stéphanie Vecchione**, consultante et formatrice. Spécialiste depuis dix ans de la promotion digitale du livre, elle intervient auprès de tous les acteurs de la chaîne (libraires, diffuseurs, bibliothèques, éditeurs).

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposé et présentation de cas concrets, études de cas et travaux en sous-groupes sur les exemples des participants.

Boîte à outils pour faciliter l'animation quotidienne sur les médias sociaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant pourra travailler sur son propre plan de communication digitale : objectifs, cibles, contenus, espaces pertinents adaptés à chaque segment éditorial. À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage.

Un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera également rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures)

Effectif : de 4 à 8 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

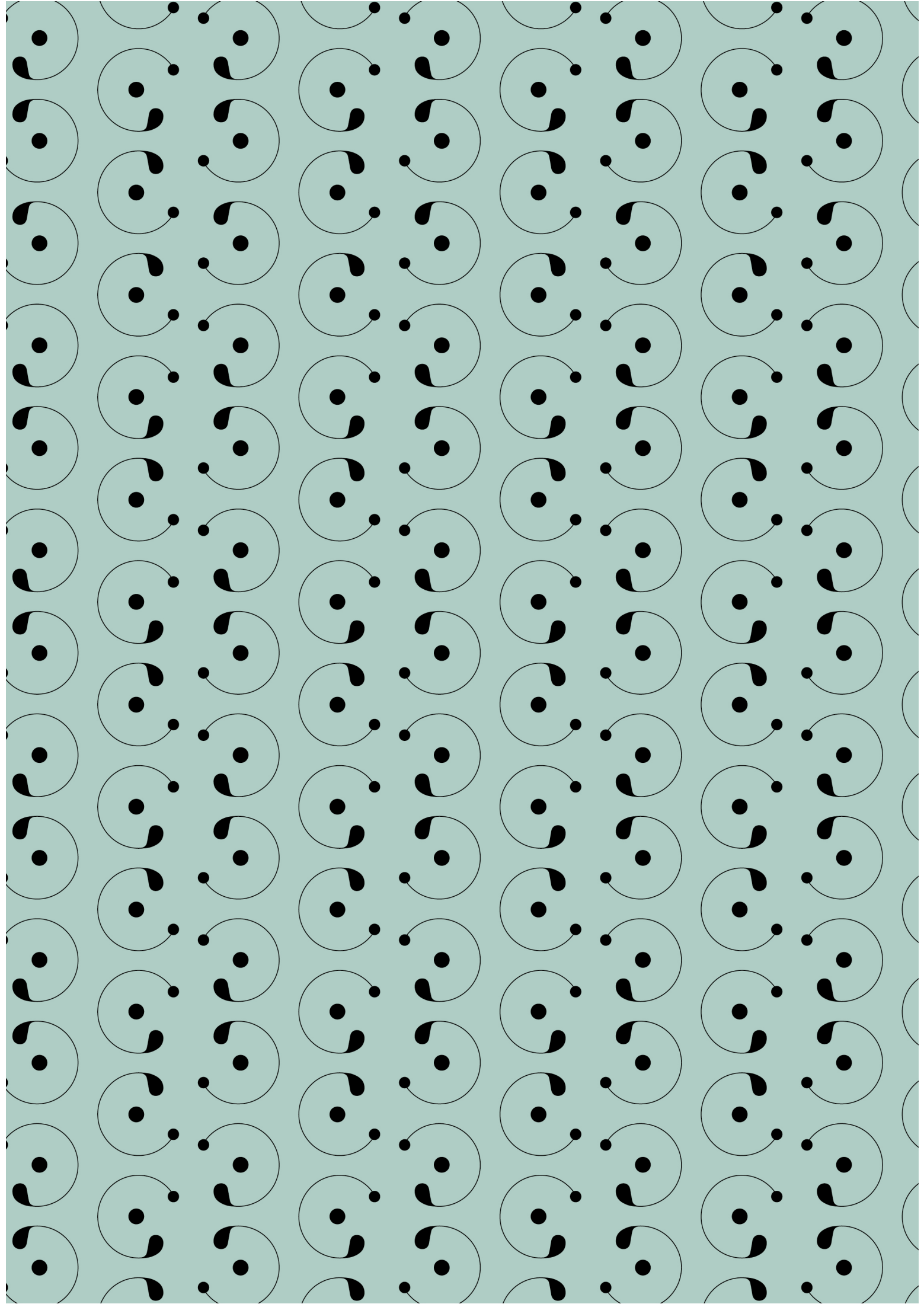
Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net





4. Les formations pour les **LIBRAIRES**

COMMERCIAL ET PROMOTION

15. Monter des animations en librairie

page 31

16. Dynamiser son magasin

page 33





MONTER DES ANIMATIONS EN LIBRAIRIE

Réinventer la relation client

Oser questionner sa conception des animations, ouvrir les portes larges à la « récréation » de cet outil de fidélisation essentiel... Voilà la gageure de ces deux journées conçues comme un temps d'exploration et de construction à plusieurs.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Analyser ses relations clients et ses animations
- Repenser son programme d'animation en inventant de nouvelles formes
- Structurer son offre d'animations et la rentabiliser
- Renforcer l'identité du magasin à travers la politique d'animations

PUBLIC VISÉ

Libraires et gérants de librairie, chargés de communication en librairie.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTS

Formation animée par **Mathilde Rimaud**.

Depuis quinze ans dans les métiers du livre, Mathilde Rimaud a mis en œuvre des actions d'animation, de promotion, de rencontres publiques, de présence dans les salons et d'organisation de journées interprofessionnelles. Elle a, par ailleurs, pratiqué l'improvisation théâtrale et vocale.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ces deux journées sont bâties comme un atelier pratique d'élaboration d'un plan d'action à l'échelle de chaque librairie. En partant de l'existant, nous ouvrirons les possibles, fixerons avec le groupe des objectifs atteignables et définirons la méthodologie de mise en œuvre.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant réalise l'autodiagnostic de ses actions.

Un atelier permet au groupe d'effectuer un véritable brainstorming.

Chacun esquissera son plan d'action à six mois et à un an, en prenant appui sur les éléments abordés pendant la session.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures)

Effectif : de 4 à 12 personnes

Calendrier : à déterminer avec vous

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net



DYNAMISER SON MAGASIN

Identité commerciale et animation

À travers ces deux jours de formation, le libraire revisite l'organisation de son magasin et sa politique d'animation, afin de poser une stratégie en cohérence avec son positionnement et l'identité de son magasin.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Comprendre les leviers d'amélioration de la rotation du stock
- Revisiter sa politique de merchandising pour dynamiser ses ventes
- Renforcer l'identité du magasin à travers son positionnement et sa politique d'animation

PUBLIC VISÉ

Responsables de rayons et gérants de librairie.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Mathilde Rimaud**.

Depuis quinze ans dans les métiers du livre, Mathilde Rimaud a été en charge pendant plusieurs années de la politique commerciale d'un éditeur jeunesse. Elle accompagne depuis les éditeurs et libraires dans leur stratégie de développement commercial.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les deux journées alterneront des temps d'échanges guidés (brainstorming) et d'analyse individuelle à partir d'apports théoriques.

Chaque participant réalise l'autodiagnostic de ses actions et esquisse un plan d'action à six mois et un an.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les grilles d'analyse et le plan d'action travaillés en atelier permettront de vérifier l'appropriation des notions abordées lors des journées. Les études de cas se feront à partir des espaces de vente de chaque participant, qui apporte en préalable plan au sol et rotation par rayon.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 2 journées (14 heures)

Effectif : de 4 à 10 personnes

Matériel nécessaire : vidéo-projecteur

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCA : 240 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 200 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 400 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net



6. Nos FORMATEURS

Mathias ECHENAY

Après une école de commerce à Toulouse, Mathias Echenay a commencé sa carrière comme représentant à la diffusion Seuil, avant d'y être nommé chef de ventes. Passé par Flammarion et Interforum comme directeur de ventes, il a ensuite été directeur général du CDE et pdg de FED (groupe Gallimard/Madrigall) pendant plus de huit ans. Avec son activité d'éditeur aux Éditions la Volte, qu'il a fondée en 2004, son expérience de vingt-cinq ans au service de nombreux éditeurs lui a apporté une expertise dans la commercialisation du livre, aussi bien pour les éditeurs que pour les diffuseurs.

Françoise GEOFFROY-BERNARD

Spécialiste du marketing appliqué au livre, Françoise Geoffroy-Bernard a développé son expertise grâce à plusieurs postes dans des maisons d'édition (Hachette éducation, Jean-Claude Lattès, Magnard) ainsi qu'en accompagnant, depuis 1999, plus de 1 800 éditeurs en tant que formatrice en marketing et communication à l'Asford/Edinovo (Centre de formation du Syndicat national de l'édition), y compris en région et à l'étranger (Chine, Vietnam, Belgique, Liban, Algérie).

Diplômée d'HEC et de Paris-Sorbonne (Licence de lettres, Licence de philosophie), elle enseigne dans plusieurs formations initiales aux métiers du livre (Master 2 Métiers du livre Paris-Nanterre et Mastère Management de l'édition ESCP Europe) et a contribué à plusieurs ouvrages professionnels sur le livre (*Les Professions du livre*, *Histoire de la librairie française*, *Le Management de l'entreprise d'édition* et *Personnaliser la bibliothèque*). Elle est consultante associée du cabinet Axiales.

Caroline GUILLEMINOT

Caroline Guilleminot a plus de vingt-cinq années d'expertise éditoriale. Elle a été successivement directrice éditoriale France, puis Europe de Lonely Planet et responsable de la production éditoriale de la FFRandonnée.

Consultante associée et co-présidente du cabinet Axiales, elle mène depuis 2011, parallèlement à une activité d'éditrice et de traductrice freelance, des missions de conseil auprès de maisons d'édition. Elle a réalisé, dans ce cadre, différentes études de benchmarking et d'accompagnement aux problématiques éditoriales dans les secteurs du voyage, du livre pratique, de la jeunesse, du scolaire et de l'édition publique.

Formatrice en correction de copie et code typographique dans le cadre du Master 1 Commercialisation du livre de l'université Sorbonne-Paris-Nord et du Master 1 Livre et Médiations de l'université de Poitiers, elle est également co-auteur de l'ouvrage professionnel *Le Management de l'entreprise d'édition* (Éditions du Cercle de la librairie, 2014).

Hervé DE LANGRE

Hervé de Langre a passé une bonne partie de ses trente ans de carrière à diriger des maisons d'édition (de livres ou de presse) traversant des mutations fortes (Bayard, Fleurus Presse, Berlitz, Blay-Foldex) en France et à l'étranger (Royaume-Uni, Chine). Au sein d'Axiales, il accompagne les éditeurs qui relèvent des défis importants dans des domaines parfois éloignés de leur cœur de métier : gestion, finances, organisation, développement commercial. Ses interventions sont inspirées par deux partis pris. La complémentarité des talents d'abord : il n'est pas éditeur, mais a une longue expérience de direction d'entreprises d'édition et de presse pendant laquelle il a toujours travaillé aux côtés des éditeurs. Et également l'optimisme et la ténacité : c'est une question de tempérament et de réalisme aussi. Il est co-président et associé d'Axiales, dont il est également co-fondateur.



Mathilde RIMAUD

Assistante d'édition dans différentes structures à Paris (Albin Michel Jeunesse, Edifa (presse), CNDP...), puis responsable commerciale chez Didier Jeunesse pendant cinq ans, Mathilde Rimaud a acquis une vision globale des métiers au sein d'une maison d'édition et sur l'ensemble de la chaîne du livre.

Au sein de l'agence du livre Ecla (Aquitaine), association financée et administrée par la Région et la Drac, Mathilde Rimaud a ensuite accompagné pendant cinq ans les libraires et éditeurs sur le territoire, pour les aider à se professionnaliser, à analyser leur activité et à mutualiser leurs forces.

Depuis Limoges, Mathilde Rimaud est aujourd'hui consultante associée du cabinet Axiales autour des questions de développement commercial des libraires et des éditeurs, mettant l'interprofession au cœur de sa démarche. Elle est également co-auteur de l'ouvrage professionnel *Le Management de l'entreprise d'édition* (Éditions du Cercle de la librairie, 2014) et *Des tweets et des likes en bibliothèque* (Presses de l'Enssib, 2018).

Stéphanie VECCHIONE

Après une formation en finance puis en sociologie des organisations à Paris-Dauphine, Stéphanie Vecchione a débuté sa carrière en tant que consultante en stratégie. Formée plus tard en lettres et histoire de l'art, elle est d'abord devenue enseignante avant d'accompagner à partir de 2010 des start-ups du livre autour de la construction de leurs communautés sur le Web et les réseaux sociaux. Depuis dix ans, elle accompagne des acteurs de l'édition sur leurs problématiques de promotion digitale du livre et leur stratégie digitale. Elle intervient également auprès de libraires, de diffuseurs-distributeurs et de bibliothécaires pour les aider à déployer leur communication sur les médias sociaux.

