

NOTRE OFFRE DE FORMATIONS ÉDITEURS ET ÉDITRICES 2026

-
- | | | |
|----|---|-------------|
| 1. | Notre approche | => p. 2 |
| 2. | Les formations pour les ÉDITEURS et ÉDITRICES | => p. 3-37 |
| 3. | Nos formateurs et formatrices | => p. 38-40 |
-

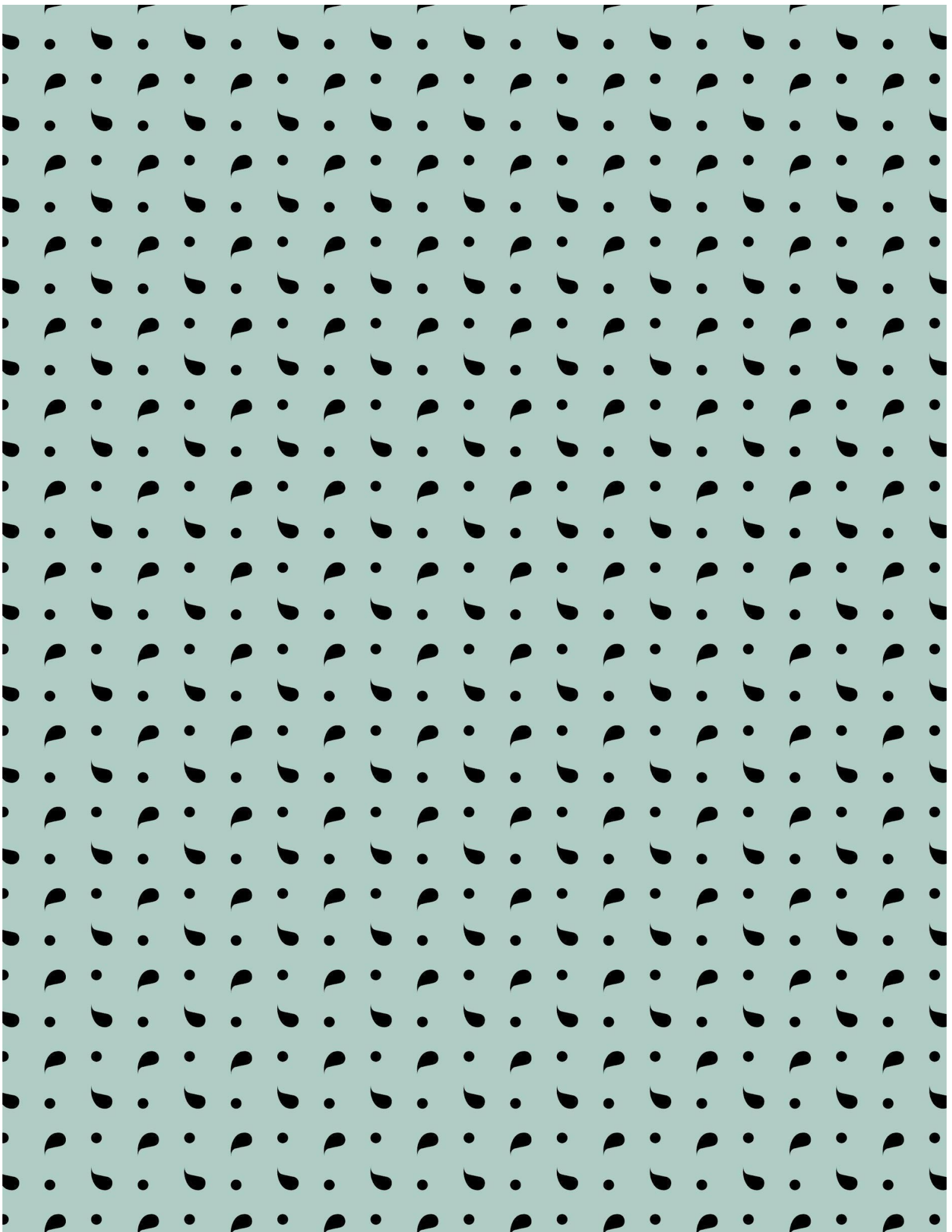
Axiales Conseils

62, rue Tiquetonne • 75002 Paris

SAS à capital variable • Code NAF 7022Z • RCS de Paris 803 581 271

Siret 803 581 271 00035 • 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**
- **Une offre née de notre connaissance des entreprises du livre**

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

Depuis plus de dix 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 formations matérialisent 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 vision de la formation.

Les consultants Axiales formateurs et formateurs partenaires

Mathias Echenay, Claire Hartmann, Christophe Jacquet, Charlotte Parouty et Mathilde Rimaud. Brigitte Eveno, Françoise Geoffroy-Bernard, Caroline Guillemot, Phi-Anh Nguyen, Benoît Moreau, Isabelle Southgate et Stéphanie Vecchione.

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 sont indiqués à chaque formation
- Retrouvez le profil des consultant-es d'Axiales et de nos intervenant-es en **pages 57-60**.

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.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'actions suivante :

ACTIONS DE FORMATION

Les formateurs d'Axiales suivent régulièrement des formations de formateur.



2. Les formations pour les **ÉDITEURS** et **ÉDITRICES**

CESSION DE DROITS

- 1. Vendre les droits de traduction page 4
- 2. Vendre les droits d'adaptation audiovisuelle page 6

COMMERCIAL, DIFFUSION, DISTRIBUTION

- 3. Bien gérer son autodiffusion et sa distribution page 8
- 4. Optimiser ses relations avec ses partenaires de diffusion et de distribution page 10

ÉDITION, FABRICATION

- 5. Dynamiser son catalogue avec le benchmark éditorial et commercial page 12
- 6. Choisir ses couvertures, mode d'emploi page 14
- 7. Produire et fabriquer un livre page 16
- 8. Concevoir et fabriquer un livre écoresponsable page 18

MANAGEMENT DE L'ENTREPRISE

- 9. Maîtriser les fondamentaux de l'édition page 20
- 10. Bien gérer sa maison d'édition page 22
- 11. Décider du tirage ou du prix d'un livre selon son seuil de rentabilité page 24
- 12. Maîtriser les redditions de compte et le droit d'auteur page 26
- 13. Savoir bien dialoguer avec son comptable **[NOUVEAU]** page 28

MARKETING ET COMMUNICATION

- 14. Construire un plan marketing pour l'édition page 30
- 15. Réussir ses présentations commerciales (ou « Pitcher ses livres ») page 32
- 16. Communiquer avec les libraires, les médias, les lecteurs page 34
- 17. Repenser et optimiser la stratégie médias sociaux de sa maison d'édition page 36





VENDE LES DROITS DE TRADUCTION

Créer une offre internationale, prospecter, 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
- Prospecter 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

Phi-Anh Nguyen, agent spécialisé en droits d'auteur et consultant partenaire Axiales

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, 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 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 jours, 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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 Claire Hartmann

Tél. 06 50 41 57 06, claire.hartmann@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

Phi-Anh Nguyen, agent spécialisé en droits d'auteur et consultant partenaire Axiales

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 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 : 2 jours, 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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 Claire Hartmann

Tél. 06 50 41 57 06, claire.hartmann@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 d'un point de vue commercial
- 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 diffusion-distribution

PUBLIC VISÉ

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

INTERVENANT

Mathias Echenay est 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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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



OPTIMISER SES RELATIONS AVEC SES PARTENAIRES DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION

Tous les leviers pour une diffusion-distribution réussie

Confier sa diffusion et sa distribution à une entreprise dédiée, ce n'est pas déléguer sa politique commerciale. Celle-ci doit pouvoir s'appuyer sur les ressources de ses partenaires, ce qui demande au préalable une compréhension approfondie du fonctionnement de ces organisations.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Repérer les leviers d'action chez son diffuseur
- Maîtriser ses coûts de distribution
- S'adapter au marché et à ses partenaires afin d'améliorer ses ventes

PUBLIC VISÉ

Éditeurs ou responsables commerciaux de maisons d'édition diffusées et distribuées par un tiers.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANT

Mathias Echenay est expert en commercialisation du livre et diffusion. Il a été 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 une maison d'édition qu'il a fondée en 2004 : La Volte.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les différents modules de la formation seront illustrés par deux cas de livres, produits par des groupes de travail, puis agrémentés de retour d'expériences ainsi que d'apports théoriques. Les exemples issus des maisons d'édition des participants seront mis en commun.



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Une évaluation des acquis des participants sera effectuée sous la forme d'un QCM.

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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires) ; par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires) ; par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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

Éditeur·rices, responsables éditoriaux, chefs de projets éditoriaux, directeur·rices de collection.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Caroline Guillemot**. Elle a près de trente 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 OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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



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 », ils sont peu nombreux à se servir de notions et d'outils qui pourraient 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 pour définir les plus adaptées
- Acquérir une méthodologie pour préparer un brief structuré et mieux évaluer ensuite les propositions
- Identifier les principaux paramètres pour préparer 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** : chaque participant doit être impliqué dans le *process* de conception et/ou de sélection des couvertures ; il sera invité à choisir un projet de livre pour lequel il préparera un brief au cours de la formation.

INTERVENANTE

Françoise Geoffroy-Bernard est consultante partenaire 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

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 aussi 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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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



PRODUIRE ET FABRIQUER UN LIVRE

Du projet éditorial à l'impression

Cette formation offre toutes les clefs pour l'éditeur pour réaliser son projet d'édition, mettre en place la production éditoriale et piloter la fabrication du livre.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Identifier les étapes nécessaires à la réalisation de son projet d'édition
- Organiser et planifier la production éditoriale
- Identifier les étapes de fabrication et maîtriser le vocabulaire technique
- Faire imprimer son livre
- Évaluer ses priorités tout au long du *process* de production et de fabrication

PUBLIC VISÉ

Gérant·es de maison d'édition, responsables éditoriaux et éditeur·rices en charge de la réalisation des livres.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Brigitte Eveno. Elle a plus de trente années d'expertise en tant que directrice éditoriale et éditrice, et a fondé sa maison d'édition indépendante – BE Éditions – depuis dix ans.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport structuré de connaissances, étude de cas concrets et exercices pratiques. Les participants sont activement sollicités et partent de leurs cas concrets pour des séquences de travaux thématiques en petits groupes.



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil de la journée et de travailler sur son propre projet de production et de fabrication.

À l'issue de la formation, une évaluation sur son déroulement sera réalisée avec les participants sur chacun des points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 1 jour (7 heures).

Effectif : de 4 à 6 personnes.

Calendrier : à voir 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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 78 68 02 50, mathias.echenay@axiales.net



CONCEVOIR ET FABRIQUER UN LIVRE ÉCORESPONSABLE

Les actions à mettre en œuvre pour diminuer l'impact environnemental de son activité d'édition

Diminuer l'impact environnemental de sa production est devenu un enjeu majeur pour les maisons d'édition désireuses de mettre en pratique leurs convictions écologiques. Cette formation vise à donner les clés pour améliorer sa performance environnementale en matière de production et de fabrication, et s'appuie sur des pratiques inspirantes et des cas concrets.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Identifier les impacts environnementaux tout au long de la chaîne de production et de fabrication
- Recenser les sources d'amélioration présentant un intérêt environnemental et économique
- Définir sa feuille de route environnementale et sa propre stratégie de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre
- Construire son rapport environnemental intégrant des indicateurs pertinents

PUBLIC VISÉ

Éditeurs, gérants de maisons d'édition, responsables de production, chefs de fabrication...

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANT

Benoît Moreau. Fondateur de la société Écograf, Benoît travaille depuis 25 ans sur la problématique environnementale de la chaîne graphique.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation s'appuie sur la présentation de données techniques, sur l'expérience du formateur alimentée par de nombreux exemples rencontrés sur le terrain et sur les cas concrets des participants. Avant la formation, les participants seront invités à sélectionner un dossier de fabrication qui sera utilisé comme étude de cas.



MODALITÉS D'ÉVALUATION

À l'issue de la formation, chaque participant aura défini sa propre feuille de route intégrant sa stratégie de réduction de ses émissions de carbone et son tableau de bord environnemental. Ces éléments seront susceptibles d'alimenter la partie environnementale d'un éventuel futur rapport RSE.

Un point d'étape réalisé à un mois d'intervalle, lors d'une demi-journée en distanciel, permettra d'accompagner les stagiaires dans la mise en place de leur feuille de route environnementale et dans leur prise en main.

En outre, un quiz sera proposé aux participants afin d'évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours de la formation. Un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera également rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 1,5 jour, soit 10,5 heures (dont une demi-journée en distanciel).

Effectif : de 4 à 6 personnes.

Calendrier : à voir 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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 2 000 € 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 78 68 02 50, mathias.echenay@axiales.net



MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX DE L'ÉDITION

Toutes les compétences de base pour construire un projet crédible

Ce stage vise à fournir aux porteurs d'un projet éditorial l'information nécessaire pour qu'ils puissent se déterminer en connaissance de cause. Il permet aux éditeurs encore récents de compléter leurs informations pour poursuivre au mieux l'aventure entrepreneuriale dans laquelle ils se sont lancés.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Appréhender le contexte actuel de l'édition
- Identifier les réalités économiques, commerciales et financières d'une maison d'éditions et d'un projet de livres
- Renforcer son projet éditorial sur ces différents aspects

PUBLIC VISÉ

Personnes en phase de réflexion pour mener un projet de création ou de reprise d'une structure d'édition et nouveaux éditeurs. PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANT

Mathilde Rimaud et Christophe Jacquet. 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. Christophe Jacquet a été responsable du contrôle de gestion d'un pôle éditorial d'un groupe d'édition. Il est aujourd'hui consultant et réalise des missions de conseil en management, d'audit financier et de contrôle de gestion.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation combine apports théoriques, exercices pratiques et travail sur les projets réels des stagiaires. À la fin du premier cycle, un document Excel sera remis pour préparer le second cycle et élaborer le business plan et le plan de trésorerie. En amont, les participants préciseront par mail leurs besoins, compétences et l'avancement de leur projet. Le formateur adaptera ainsi les contenus. En clôture, une séance de trois heures permettra de définir les conditions de réussite éditoriale, commerciale et financière de chaque projet. Un livret de formation rassemblera les supports et annexes utiles pour les stagiaires.



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les études de cas, exercices pratiques et l'atelier collectif final permettront de valider les notions acquises. À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 4 jours, soit 28 heures (7 heures par jour). **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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 Christophe Jacquet

Tél. 06 84 81 85 61, christophe.jacquet@axiales.net



BIEN GÉRER SA MAISON D'ÉDITION

Méthodes et outils pour gagner en rentabilité

Ce module vise à transmettre, en théorie et en pratique, les données essentielles de la gestion d'une maison d'édition. L'objectif est à la fois d'être capable de mesurer les enjeux (dans quelles conditions et à quels horizons la maison deviendra-t-elle profitable ?) et de maîtriser les outils décisionnels nécessaires pour piloter l'activité.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

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

PUBLIC VISÉ

Responsables de maisons d'édition et responsables éditoriaux.

PRÉREQUIS : maîtrise des fonctions élémentaires d'Excel.

INTERVENANT

Christophe Jacquet. Durant plus de vingt années, Christophe Jacquet a été responsable du contrôle de gestion d'un pôle éditorial au sein d'un groupe d'édition, en accompagnement des équipes opérationnelles. Il est aujourd'hui consultant et réalise des missions de conseil en management, d'audit financier et de contrôle de gestion.

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.

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 en présentiel collectif (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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 Christophe Jacquet

Tél. 06 84 81 85 61, christophe.jacquet@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

Décider du tirage et du prix d'un livre, deux décisions aussi cruciales que délicates pour lesquelles l'éditeur peut s'appuyer sur des outils et des méthodes. Cette formation, construite autour d'exemples concrets et enrichis des cas apportés par les participants, permet d'en acquérir la maîtrise.

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

Christophe Jacquet. Durant plus de vingt années, Christophe Jacquet a été responsable du contrôle de gestion d'un pôle éditorial au sein d'un groupe d'édition, en accompagnement des équipes opérationnelles. Il est aujourd'hui consultant et réalise des missions de conseil en management, d'audit financier et de contrôle de gestion.

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.

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)

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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 Christophe Jacquet

Tél. 06 84 81 85 61, christophe.jacquet@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

Phi-Anh Nguyen, agent spécialisé et consultant partenaire 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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 Claire Hartmann

Tél. 06 50 41 57 06, claire.hartmann@axiales.net



SAVOIR BIEN DIALOGUER AVEC SON COMPTABLE

Acquérir, en théorie et en pratique, les données essentielles de la gestion d'une maison d'édition.

Ce module vous permettra à la fois de mesurer les enjeux (dans quelles conditions et à quels 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')

- Acquérir les règles et procédures comptables en vigueur
- Citer les particularités de l'entreprise d'édition
- Organiser la répartition des tâches avec le comptable, suivant la bonne périodicité
- Clarifier les échanges et lever les problèmes d'incompréhension
- Appliquer les bonnes pratiques et les outils à mettre en place
- Repérer les chiffres-clés du bilan et du compte de résultat, les interpréter, les exploiter

PUBLIC VISÉ

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

PRÉREQUIS : maîtrise des fonctions élémentaires d'Excel.

INTERVENANT

Christophe Jacquet. Durant plus de vingt années, Christophe Jacquet a été responsable du contrôle de gestion d'un pôle éditorial au sein d'un groupe d'édition, en accompagnement des équipes opérationnelles. Il est aujourd'hui consultant et réalise des missions de conseil en management, d'audit financier et de contrôle de gestion.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Sur chacun des chapitres, la formation propose une alternance entre :

apport théorique/outils, échanges entre participants, résolution de cas concrets.

Les stagiaires seront sollicités par mail avant la formation pour qu'ils communiquent leurs besoins. Chaque stagiaire recevra un livret de formation comprenant l'ensemble des supports de formation ainsi que les annexes utiles.



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les études de cas, des exercices pratiques et un QCM d'évaluation finale permettront de valider les notions acquises.

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)

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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 Christophe Jacquet

Tél. 06 84 81 85 61, christophe.jacquet@axiales.net



CONSTRUIRE UN PLAN MARKETING POUR L'ÉDITION

Du diagnostic aux choix stratégiques et opérationnels de l'éditeur

Cette formation privilégie une approche pragmatique. Après une introduction sur les enjeux et les spécificités du marketing dans l'édition, des outils concrets permettent aux professionnels des maisons d'édition de mettre en œuvre une méthodologie adaptée (à la taille de l'entreprise, à ses missions, à ses publics, à ses publications, à ses moyens) selon les trois étapes clés de la démarche marketing.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Prendre en compte la dimension marketing du métier d'éditeur aux étapes clés d'un projet
- Identifier les principaux outils marketing, du diagnostic à l'élaboration d'un plan structuré
- Utiliser une méthodologie efficace pour le lancement d'une maison d'édition/d'une collection

PUBLIC VISÉ

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

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

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

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposé illustré de nombreux exemples et contre-exemples.

Analyse d'études de marché (du brief aux préconisations) et de plans marketing dans l'édition.

Fiches méthodologiques, bibliographie/sitographie et articles de synthèse remis aux participants.

Exercices de mise en situation, ateliers en sous-groupes et jeux de rôles.



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant sera amené à travailler sur son propre plan marketing au fur et à mesure de la formation (maison d'édition dans son ensemble, partie du catalogue ou projet de collection).

Études de cas au choix des participants visant à appliquer les outils marketing.

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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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



RÉUSSIR SES PRÉSENTATIONS COMMERCIALES ou « PITCHER SES LIVRES »

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')

- Identifier 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 : chaque participant doit être impliqué au sein de la maison d'édition dans le *process* de préparation et/ou d'animation des présentations commerciales ; il sera invité à choisir un projet de livre, réel ou fictif pour lequel il préparera un argumentaire de vente (écrit et oral).

INTERVENANTE

Françoise Geoffroy-Bernard est consultante partenaire 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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 78 68 02 50, mathias.echenay@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

Françoise Geoffroy-Bernard est consultante partenaire 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

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 participant.es 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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 Charlotte Parouty

Tél. 06 62 54 52 70, charlotte.parouty@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.

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 : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € 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 Charlotte Parouty

Tél. 06 62 54 52 70, charlotte.parouty@axiales.net



4. Nos FORMATEURS et FORMATRICES

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 fondées 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. Il est consultant associé du cabinet Axiales.

Brigitte EVENO

Brigitte Eveno est éditrice et a publié des centaines de livres de gastronomie et d'art de vivre depuis plus de trente ans. Elle a travaillé chez de nombreux éditeurs – Robert Laffont, Seghers, Flammarion et Hachette où elle a édité des manuels pratiques et des beaux livres de chefs étoilés ou médiatisés pendant quinze ans. En 2013, elle a créé sa maison d'édition, BE éditions. Elle y offre son expertise aux artisans et aux entreprises avec des livres édités sur mesure afin de transmettre leur savoir-faire et leur histoire. Elle package également des ouvrages culinaires pour différentes maisons d'édition et intervient comme consultante.

Formatrice, elle enseigne la conduite et la présentation du projet éditorial en BTS Édition (Aurlom Paris) ainsi que la gestion prévisionnelle du livre dans le cadre des masters Commercialisation du livre et Politiques éditoriales (université Sorbonne-Paris-Nord).

Françoise GEOFFROY-BERNARD

Spécialiste du marketing appliqué au livre depuis trente ans, 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 2 100 éditeurs en tant que formatrice en marketing et communication à l'Asfoed/Edinovo (Centre de formation du Syndicat national de l'édition), y compris en région et à l'étranger. Diplômée d'HEC et de Paris-Sorbonne (licence de lettres, licence de philosophie), elle enseigne dans plusieurs formations initiales aux métiers du livre (masters 1 et 2 Métiers du livre, Paris 10 ; mastère Management de l'édition puis des biens et activités culturels, ESCP Business School ; masters 1 et 2 Édition Livre papier et numérique, université Gustave-Eiffel, Marne-la-Vallée. Elle 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 partenaire du cabinet Axiales.

Caroline GUILLEMINOT

Caroline Guilleminot a trente 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 partenaire d'Axiales, elle mène depuis 2011, parallèlement à une activité d'éditrice et de traductrice littéraire 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, notamment dans les secteurs du voyage, du livre pratique, de la jeunesse, du scolaire et de l'édition publique.

Elle a développé une activité de formatrice en éditant à l'université Sorbonne-Paris-Nord (master 1 Commercialisation du livre et master 2 Politiques éditoriales) et à l'université de Poitiers (master 1 LiMés). Elle est également co-auteur de l'ouvrage professionnel *Le Management de l'entreprise d'édition* (Éditions du Cercle de la librairie, 2014).

Claire HARTMANN

Claire Hartmann, diplômée d'un mastère en édition, a débuté sa carrière en 2008 en tant que responsable des cessions de droits étrangers et des coéditions (Naïve Livres, Bayard, La Martinière et Seuil jeunesse) et éditrice (Solar). En 2019, elle a rejoint La Petite Agence pour prendre en charge les droits étrangers et/ou audiovisuels de Sarbacane, Bayard-Milan, Les Grandes Personnes et Versant Sud. La Petite Agence représente également des autrices-illustratrices jeunesse.

Depuis 2022, Claire est consultante partenaire d'Axiales et mène des missions autour des questions liées aux droits étrangers et au droit d'auteur. Elle est membre de l'équipe Axiales en tant qu'associée depuis 2024.



Christophe JACQUET

Christophe Jacquet a démarré son parcours professionnel dans des fonctions marketing, puis en tant que chef de projet au sein de petites et moyennes structures d'édition. C'est en accompagnant le déploiement d'un ERP aux Éditions Magnard-Vuibert qu'il a basculé vers le contrôle de gestion.

Il a ensuite évolué vers un environnement plus *corporate* et multi-sociétés au sein du pôle Éducation du groupe Albin Michel, dont il a assuré la direction du contrôle de gestion pendant douze ans.

Fort de ces expériences, il a développé une expertise transversale des différents métiers d'une maison d'édition.

Il est aujourd'hui consultant associé d'Axiales et réalise des missions de conseil en management, d'audit financier et de contrôle de gestion.

Benoît Moreau

Benoît Moreau a été, en 1998, le premier responsable environnement de la Fédération française de l'imprimerie (UNIIC). Il a créé en 2010 la société Ecograf, société de conseil qui accompagne les imprimeurs, les éditeurs (livres et magazines) et autres acheteurs d'imprimés dans l'amélioration de leurs pratiques environnementales, tant en France qu'à l'étranger.

Formé à la méthode Bilan Carbone® en 2006, Benoît MOREAU a participé en tant qu'expert français aux travaux du groupe ISO/TC130 qui ont conduit à la publication de la norme ISO16759:2013 (Technologie graphique – Quantification et Communication relatives au calcul de l'empreinte carbone des produits imprimés). Il a réalisé en 2007 l'une des premières évaluations de l'empreinte carbone d'un livre (*Atlas pour un monde durable*, de Michel Barnier, Éditions Acropole).

Benoît met en place l'outil ClimateCalc, outil européen d'évaluation de l'empreinte carbone des imprimeries. Il est référent Imprim'Vert pour les imprimeurs étrangers. Il participe aussi au comité d'attribution Print'Ethic, référentiel RSE des industries graphiques qu'il a contribué à définir. Enfin, il connaît bien les référentiels FSC®/PEFC pour avoir animé pendant 8 ans deux certifications multisites ayant réuni plus de 70 imprimeries.

Phi-Anh NGUYEN

Après une école de commerce à Tours, Phi-Anh Nguyen a travaillé, à partir de 1996, dans la cession de droits étrangers et audiovisuels chez les éditeurs Dorling Kindersley, Gallimard Jeunesse et Hachette Jeunesse. Il a créé La Petite Agence, en 2006, pour accompagner les éditeurs dans les mêmes domaines de la traduction et de l'adaptation audiovisuelle, mais aussi plus généralement autour du droit d'auteur.

Formateur professionnel et consultant depuis 2007, il a rejoint l'équipe d'Axiales en tant que consultant associé en 2013. Parallèlement, il est concepteur de logiciels dédiés aux éditeurs (suivi des cessions, redditions de droits d'auteur).

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 plus de douze ans, Mathilde Rimaud est 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 par ailleurs professeur associée et coresponsable du master Livre et Médiations à l'université de Poitiers. Elle est également co-autrice 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).

Isabelle SOUTHGATE

Isabelle Southgate est graphiste et directrice artistique. Elle intervient sur des projets très variés : édition, design, mise en espace. Elle crée des vitrines pour des petites boutiques indépendantes. Elle anime également des workshops créatifs sur la communication et l'esthétique visuelle. Elle aime interroger l'espace : ce qui est donné à voir, ce qui est laissé à l'imaginaire. Elle aime jouer avec les mots, les images, les couleurs, la typographie, le papier, le carton, les objets...



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.

