

CONCEVOIR ET PRODUIRE UN LIVRE OU UNE REVUE

NIVEAU : TOUS - ♥ Coups de coeur * Nouveauté

DURÉE : 4 jours - 28 H

De son élaboration à sa fabrication, cette formation vous donnera tous les outils nécessaires pour mener à bien votre projet éditorial.

SESSIONS : Session à la demande

TARIF ENTREPRISE : 1700 € HT — TARIF PARTICULIER : 1200 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

OBJECTIFS

- Identifier les étapes de la conception d'un produit imprimé
- Concevoir un cahier des charges éditorial
- Planifier la production d'un livre ou d'une revue
- Choisir les solutions budgétaires, commerciales et juridiques adaptées à son projet
- Organiser la promotion du livre après sa publication

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et pratiques
- Études de cas à partir des expériences des participant·es
- Travail individuel et travail de groupe
- Mises en situation
- Echanges personnalisés avec le formateur ou la formatrice

FORMATEUR

Des professionnel·les de l'édition en activité, également formateur·rices expérimenté·es

PUBLICS

- Éditeur·rice ou assistant·e d'édition
- Auteur·rice, porteur·euse de projet éditorial
- Responsable ou chargé·e de communication
- Toute personne amenée à concevoir un livre ou un projet imprimé

Si vous vous identifiez comme une Personne en Situation de Handicap : afin de bien vous recevoir, contactez notre équipe à l'adresse formations@fontaineolivres.com pour évaluer

ensemble les adaptations et accessibilités nécessaires pour participer à notre formation.

PRE-REQUIS

- Il n'y a pas de prérequis particulier pour cette formation.

PROGRAMME

Jour 1

Introduction

- Comprendre le marché du livre
- Connaître la chaîne de production et ses acteur·rices

I. Construire un projet éditorial

- Définir le positionnement du projet éditorial de chaque apprenant·e
 - > Atelier : pitcher son projet éditorial aux formateur·ices et aux autres participant·es
- Élaborer le cahier des charges de son projet
 - La ligne éditoriale
 - Les modalités techniques de réalisation

Jour 2

II. Designer l'objet et le deviser

- Choisir les intervenant·es et les prestataires
- Définir une charte graphique et une maquette
- Faire des choix de fabrication (papiers, techniques d'impression, façonnage...)
- Évaluer le coût de l'ouvrage
- Construire un compte d'exploitation prévisionnel
- Envisager des partenariats et des coéditions

Jour 3

III. Planifier et coordonner la production du livre

- Établir le rétroplanning
- Définir le cadre juridique (contrats...)
- Relire le manuscrit et échanger avec les auteur·ices
- Faire des choix iconographiques
- Organiser la préparation de copie
- Suivre la fabrication

Jour 4

IV. Promouvoir et commercialiser

- Élaborer une stratégie marketing
- Savoir pitcher son projet éditorial

- Concevoir des supports de communication (print et digitaux)
- Établir des argumentaires de vente
- Connaître les réseaux de diffusion et de distribution
- Définir une stratégie de sur-diffusion (événements de lancement, relations libraires...)
- > Atelier : pitcher son projet éditorial aux formateur·ices et aux autres participant·es

MODALITES PÉDAGOGIQUES

- En présentiel

SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

- Supports théoriques
- Documents de travail issus d'exemples concrets
- Bibliographie, sitographie, institutions utiles
- Base de données des principaux prestataires
- Mise à disposition d'outils de référence (CEP, rétroplanning...)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Quizz, études de cas, travaux pratiques, mises en situation
- Autoévaluation des compétences