

TROUVER ET DÉFENDRE UN PROJET DE LIVRE

Livres pratiques, jeunesse et illustrés

NIVEAU : PERFECTIONNEMENT - * Nouveauté

DURÉE : 1 jour - 7 H

Cette formation vous donnera les outils nécessaires pour prospecter dans le secteur du livre pratique, jeunesse ou illustré, et les proposer à vos clients ou supérieurs hiérarchiques.

SESSIONS : Du 02/06/2025 au 02/06/2025

TARIF ENTREPRISE : 500 € HT — TARIF PARTICULIER : 360 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

OBJECTIFS

- Développer sa compréhension des stratégies éditoriales
- Utiliser les bons outils pour trouver de nouvelles idées correspondant à l'identité d'une maison d'édition
- Identifier les réseaux français et les foires internationales
- Appliquer une méthodologie prospective déployable en entreprise
- Expliquer un projet à sa hiérarchie de façon efficace

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Études de cas : création d'un secteur au sein d'une maison, analyse de développement de différentes collections...
- Exercices pratiques de mise en situation (création d'une maison d'édition fictive...) et analyse de documents (tableaux des meilleures ventes)
- Bibliographie, sitographie, institutions utiles

FORMATEUR

Un-e responsable éditorial expérimenté-e dans le secteur du livre pratique, avec une expérience pédagogique confirmée en tant que formateur-riche

PUBLICS

- Directeur-riche de collection, assistant-e éditorial, éditeur-riche free-lance, éditeur-riche qui souhaite acquérir un savoir-faire dans la prospection
- Porteur-euse de projet d'une maison d'édition ou d'un département dans le secteur du livre pratique,

jeunesse ou illustré

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 suivre cette formation.

PROGRAMME

I. L'éditeur-riche de prospection dans le secteur pratique

- Introduction sur l'importance du secteur pratique dans le marché du livre
- Focus sur les modes et les tendances éditoriales
- Les possibilités de coédition

II. Qu'est-ce qu'une bonne idée ?

- Comment définir l'identité d'une maison d'édition ?
- Comprendre une stratégie éditoriale

- Anticiper la commercialisation : les forces et faiblesses de la diffusion distribution

III. La prospection endogène

- Grille pour l'analyse du catalogue : les nouveautés et le fonds
- L'importance des collections et les stratégies pour les développer
- Développer les nouvelles éditions et les rééditions

IV. La prospection exogène

- Méthode de veille de marché
- Achats de droits et foires internationales
- Analyse de la concurrence et stratégies à adopter en cas d'éditeur-riche « suiveur-euse »
- Traduire ou faire écrire : avantages et contraintes selon sa stratégie éditoriale

V. Conception éditoriale

- Présenter un projet à sa hiérarchie
- Défendre le projet auprès du diffuseur et du

libraire

- Conclusion : les ouvrages « de coup » et la prise de risque éditoriale

Vous avez une question concernant cette formation ? Ecrivez à formations@fontaineolivres.com ou appelez le **01 43 14 03 94**.

MODALITES PÉDAGOGIQUES

- En présentiel ou à distance

SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

- Tableaux des meilleures ventes
- Modèles de fiches de projets
- Grilles méthodologiques

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation continue par des quizz, études de cas, travaux pratiques, mises en situation
- Autoévaluation des compétences