

S'orienter dans le monde de l'édition.

Ecrire et publier

Je cherche à faire publier mon manuscrit mais je ne sais pas comment trouver un éditeur. Qui fait quoi dans l'édition ? Qui décide et comment ? Comment choisir la maison d'édition qui me convient ? Comment présenter mon manuscrit pour lui donner toutes ses chances ?

Objectifs pédagogiques :

- Appréhender l'histoire de l'édition
- Cartographier le monde de l'édition
- Identifier les différents métiers de l'édition

Objectifs opérationnels :

- Mettre en forme son manuscrit et savoir le présenter
- S'adresser aux bons interlocuteurs pour développer ou proposer un projet

Durée : Formation d'une journée (7 heures)

Public : Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant comprendre les mécanismes du monde de l'édition et obtenir des conseils pratiques pour savoir proposer un manuscrit ou un projet à des éditeurs.

Prérequis : Aucun

Modalités et délais d'accès à la formation :

Horaires d'une journée type : 9h30 – 13h ; 14h – 17h40

Inscription par mail ou par téléphone auprès de François NACFER, sgdlformation@sgdl.org – 01 53 10 12 18 - ou via [le site Internet de la SGDL](#).

Ce stage est limité à 12 participants maximum.

Dates : Les dates sont disponibles sur [le site Internet de la SGDL](#) ou auprès de François NACFER, sgdlformation@sgdl.org

Lieu : Siège de la SGDL. Hôtel de Massa, 38 rue du Faubourg Saint Jacques, 75014 Paris.

Tarif : 250 € HT + 50 € (TVA 20%) soit 300 € TTC.

Pour toute demande particulière, nous vous invitons à contacter François NACFER, sgdlformation@sgdl.org

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous vous invitons à nous contacter en cas de besoin d'accessibilité particulier pour un participant : François NACFER, sgdlformation@sgdl.org

Modalités d'évaluation d'atteinte des objectifs de la formation

Un quizz d'évaluation des acquis est à renseigner en fin de formation.

Formalisation à l'issue de la formation

A l'issue de la formation, une attestation de fin de formation sera remise à chaque participant.

Modalités pédagogiques :

Cette formation, qui alterne théorie et exercices pratiques, favorise les échanges d'expériences entre les participants et avec l'intervenant. Elle encourage une démarche active et vise à apporter des réponses concrètes aux auteurs.

Ressources pédagogiques :

- Support de cours élaboré par l'intervenant
- Le baromètre auteurs-éditeurs
- Les chiffres-clés de l'édition

Denis Gombert

Editeur, il a dirigé durant 15 ans le service des manuscrits du groupe Robert Laffont (Nil, Seghers, Julliard, Laffont, Bouquins). Il travaille aujourd'hui en tant qu'éditeur extérieur pour diverses maisons. Par ailleurs, il a écrit deux romans en collaboration avec son frère et un essai sur le journalisme.

Matin

1ère partie : Une histoire générale de l'édition

Avec un chiffre d'affaires de 4 milliards d'euros en 2017, le secteur du livre est la première industrie culturelle en France, devant les jeux vidéo et le cinéma. C'est à la fin du XVIII^{ème} siècle que l'édition, portée par la révolution industrielle et la transformation des rapports sociaux, s'invente véritablement comme pratique professionnelle.

Un retour sur l'histoire passionnante de ce métier qui n'a cessé, jusqu'à nos jours, de muter et d'accompagner les évolutions de son temps.

2ème partie : Cartographier le monde de l'édition

Le monde de l'édition est en constante évolution. Il demeure cependant une industrie culturelle forte et structurée où il convient de savoir se repérer en décryptant la carte de l'édition : les grands groupes d'édition et leur positionnement éditorial, le fonctionnement de maisons importantes et autonomes, la structuration des éditeurs indépendants.

Une connaissance fine de la sectorisation éditoriale permettra à l'auteur de mieux concevoir, finaliser et adresser son projet.

Après-midi

1ère partie : Présentation des métiers de l'édition

Mieux connaître le rôle de chacun dans la chaîne du livre.

- Le temps de la création (l'auteur, les lecteurs, l'éditeur)
- Le temps de la fabrication (le correcteur, le préparateur, le directeur artistique)
- Le temps de la communication (l'attachée de presse, le responsable marketing)
- Le temps de la commercialisation (le directeur commercial, le représentant, les cessionnaires de droits)

2ème partie : Trois exercices pratiques

- Mettre en forme et présenter son manuscrit pour l'adresser aux éditeurs
- Comment disposer des aides publiques ou privées pour développer un projet
- A qui adresser son texte