

L'auto-édition : pourquoi, comment ?

Ecrire un chef d'oeuvre, c'est bien. Le diffuser de manière autonome, c'est mieux.

Conférence de présentation des problématiques
liées à l'auto-édition d'ouvrages

Pré-requis

Avant de poursuivre, nous admettrons les choses suivantes :

- 1) Vous avez écrit votre chef d'oeuvre qui est achevé. Il est actuellement sur votre ordinateur dans un format numérique (et bien entendu, sauvegardé).
- 2) Vous avez décidé de le diffuser autrement que sous la forme d'un fichier électronique mis à disposition gratuitement sur le web.
- 3) Vous ne pouvez pas ou ne souhaitez pas avoir recours à un éditeur traditionnel (éventuellement, vous avez été rejeté et c'est trop injuste).
- 4) Bien entendu, vous ne voulez pas être escroqué par un éditeur à compte d'auteur.
- 5) Vous voulez rester libre, indépendant de quiconque, notamment dans votre ligne éditoriale.

Qui publie ?

Sous quel nom ?

- L'ouvrage est en appui de votre démarche professionnelle => sous votre vrai nom
- L'ouvrage peut avoir une interaction non-désirée avec votre démarche professionnelle, votre vie familiale, etc.
 - => pseudonyme (votre vrai nom sera requis pour des démarches officielles comme le dépôt légal ou les impôts). VERIFIER SA DISPONIBILITE.

Avec quelle structure ou statut juridique ?

- En indépendant (cas général : en utilisant la fiscalité des bénéfices non-commerciaux)
- En utilisant une structure de portage quelconque pour utiliser le régime du droit d'auteur (Maison des Artistes, association ad hoc, association d'auteurs, etc.)

NE PAS OUBLIER QUE LES REVENUS SERONT FAIBLES

Avant de publier

- 1) Avant toute diffusion, protéger sa paternité sur son œuvre
(exemples : par un dépôt d'empreinte numérique auprès d'un service dédié comme l'IDDN ou MaPreuve.com, par un dépôt chez un huissier ou un notaire, par enveloppe Soleau...)
- 2) Disposer d'un site web pour promouvoir son œuvre et avoir réservé son nom de domaine.
Avoir également prévu les fans pages et les comptes sur les réseaux sociaux.
=> *connaître est un préalable à acheter, un livre comme le reste.*
- 3) Eventuellement : déposer sa « marque » (son pseudonyme) auprès de l'INPI.
- 4) Faire une demande d'ISBN auprès de l'AFNIL (<http://www.afnil.org/> - gratuit et obligatoire – Certains services de publication fournissent ou imposent leur ISBN). L'ISBN est le numéro unique de chaque livre dans le monde (*NE JAMAIS REUTILISER UN ISBN pour des éditions différentes ou des œuvres différentes. Par contre, un même ISBN peut être gardé pour des tirages successifs identiques d'une même oeuvre*).

Comment publier ?

2 grandes manières de procéder :

1) Recourir à un service « tout en un » qui gérera l'impression, la diffusion, le paiement des acheteurs, etc. (exemples : The Book Edition, Lulu, Amazon Kindle Direct Publishing...). Bien vérifier que le service ne demande pas de transfert de propriété intellectuelle.

2) Recourir à un imprimeur pour commander x exemplaires et ensuite commercialiser de manière autonome ce stock.

Il existe des services d'impression à la demande qui permettent de limiter le stock tout en conservant ce modèle (exemple : SoBook)

Bien sûr, on peut mixer les deux en recourant au « tout en un » tout en disposant d'un stock, par exemple pour des salons (les plates-formes tout-en-un accordent en général des remises sur les commandes en quantité par l'auteur).

Attention : écueil de l'impression en couleurs !

L'impression à la demande s'effectue sur des imprimantes laser. Ce mode d'impression est très adapté pour le texte ou le dessin au trait mais pas à des impressions d'art. Faire des tests techniques pour les situations intermédiaires.

Comment préparer la publication ?

- 1) Choisir les plates-formes de diffusion.
1bis) Si la plate-forme n'impose pas son ISBN, faire la demande d'un ISBN auprès de l'AFNIL (c'est gratuit !).
- 2) En fonction de la plate-forme et de ses pré-requis, créer un fichier au bon format (bonne taille des pages, bonne maquette, normalement fichier PDF...)
- 3) Disposer de la couverture ou d'une image de couverture dont on dispose des droits (selon les modalités de chaque plate-forme). La couverture doit comporter le prix et l'ISBN.
- 4) Posséder tous les textes et attributs de présentation requis (exemple : texte de présentation « 4ème de couverture », liste de mots clés...)
- 5) Avoir décidé d'une politique marketing (Produit, Prix, Place, Promotion)

Au moment de se connecter à la plate-forme de publication, il faudra avoir tous les éléments prêts. Pour quelqu'un d'expérimenté, la publication se fait en moins d'une heure sur une plate-forme de type The Book Edition ou Amazon Kindle Direct Publishing.

La politique marketing

Le livre est un produit !

- ›Produit : quel livre ? Quelle maquette ? Quels supports (papier, électronique...) ?
- ›Prix : ne pas oublier en France la Loi Lang et le prix unique du livre.
=> Prévoir la marge du distributeur (30% à 40% au moins si l'on veut une diffusion en librairie) et les frais logistiques (pouvant être facturés en sus).
- ›Place : où le consommateur trouvera-t-il le livre ?
- ›Promotion : comment le consommateur apprendra-t-il l'existence de ce livre ?

Quelques plates-formes de publication

« Tout en un »

The Book Edition (<http://www.thebookedition.com>) : leader français, basé à Lille, filiale de l'imprimeur Reprocolor. Permet la publication sous forme de livres de différents formats et sous forme de PDF sans DRM. Gère l'impression, la logistique et la vente.

Amazon Kindle Publishing (<https://kdp.amazon.com/self-publishing>) : service d'Amazon. Permet la mise en vente sur Amazon d'exemplaires papier dans le monde entier et de livres électroniques sur la boutique Kindle. Attention : formats de papier américains. Il va falloir montrer pattes blanches pour le fisc américain. ISBN fourni.

Lulu.com : historiquement, le premier service « tout en un », créé par Bob Young, le fondateur de Red Hat.

Kobo Writing Life (<http://fr.kobo.com/writinglife>) : plate-forme dédiée aux liseuses Kobo (celles distribuées en France par la FNAC).

Après la publication

OBLIGATOIRE : le dépôt légal

Prévoir de un (impression à la demande) à trois exemplaires (si stock de plus de 300 exemplaires) à déposer à la Bibliothèque Nationale de France (<http://www.bnf.fr>). Le dépôt et l'envoi postal sont gratuits.

L'ISBN est obligatoire à ce stade. Protection absolue et incontestable de la paternité et pérennité garantie.

Le formulaire à joindre au livre distingue le pseudonyme du vrai nom de l'auteur.

CONSEILLE : l'inscription au FEL (Fichier Exhaustif du Livre) via Cyberscribe (<http://www.cyber-scribe.fr>) => libraires, bibliothèques, protection du titre...

ISBN obligatoire pour l'inscription.

NECESSAIRE : avoir une présence en ligne (site web, fans pages, etc.)

Ensuite, il reste à promouvoir, vendre... et avoir du courage !

Quelques écueils

- **Croire que l'arrivée sur le marché signera votre fortune.** Un livre qui se vend bien, c'est 300 exemplaires en moyenne ! Vendre des dizaines de milliers d'exemplaires, c'est très rare (même si ça arrive).
- **Oublier de protéger son œuvre.** Et se retrouver face à un petit malin qui l'aura piratée et vous assignera en justice pour plagia (Oui, ça arrive !).
- **Négliger la promotion.** Un bon produit que personne ne connaît ne se vend pas. C'est vrai aussi pour les livres.
- **Avoir une politique marketing inadéquate.** Vendre trop cher, ne pas cibler correctement les lecteurs, etc.
- **Négliger les problèmes techniques.** Si publier du texte pur ou des dessins en noir et blanc ne pose pas vraiment de soucis, il en est tout de suite autrement dès que l'on publie en couleurs ! Les contraintes techniques de la publication de livres de photographies sont importantes et imposent de ne pas recourir à de l'impression à la demande sur imprimante laser.
- Etc.

Bon courage !