

# 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

(Papier ou électronique ; Multimédia et musique non-abordés directement)

# 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  
(exemple : dépôt d'empreinte numérique auprès de l'IDDN : <http://iddn.org/>)
- 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.

# 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 CreateSpace...). 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.

**Attention : écueil de l'impression en couleurs !**

# 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...)
- 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, 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 CreateSpace.

# 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) et les frais logistiques.
- ›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 CreateSpace (<http://www.createspace.com>) : filiale d'Amazon. Permet la mise en vente sur Amazon d'exemplaires papier dans le monde entier. Lien automatique avec la boutique Kindle (livres électroniques e-pub avec DRM) via le Kindle Direct Publishing. 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).

**Pour la musique** : il existe un équivalent, Zimbalam.



# 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.
- **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 !**