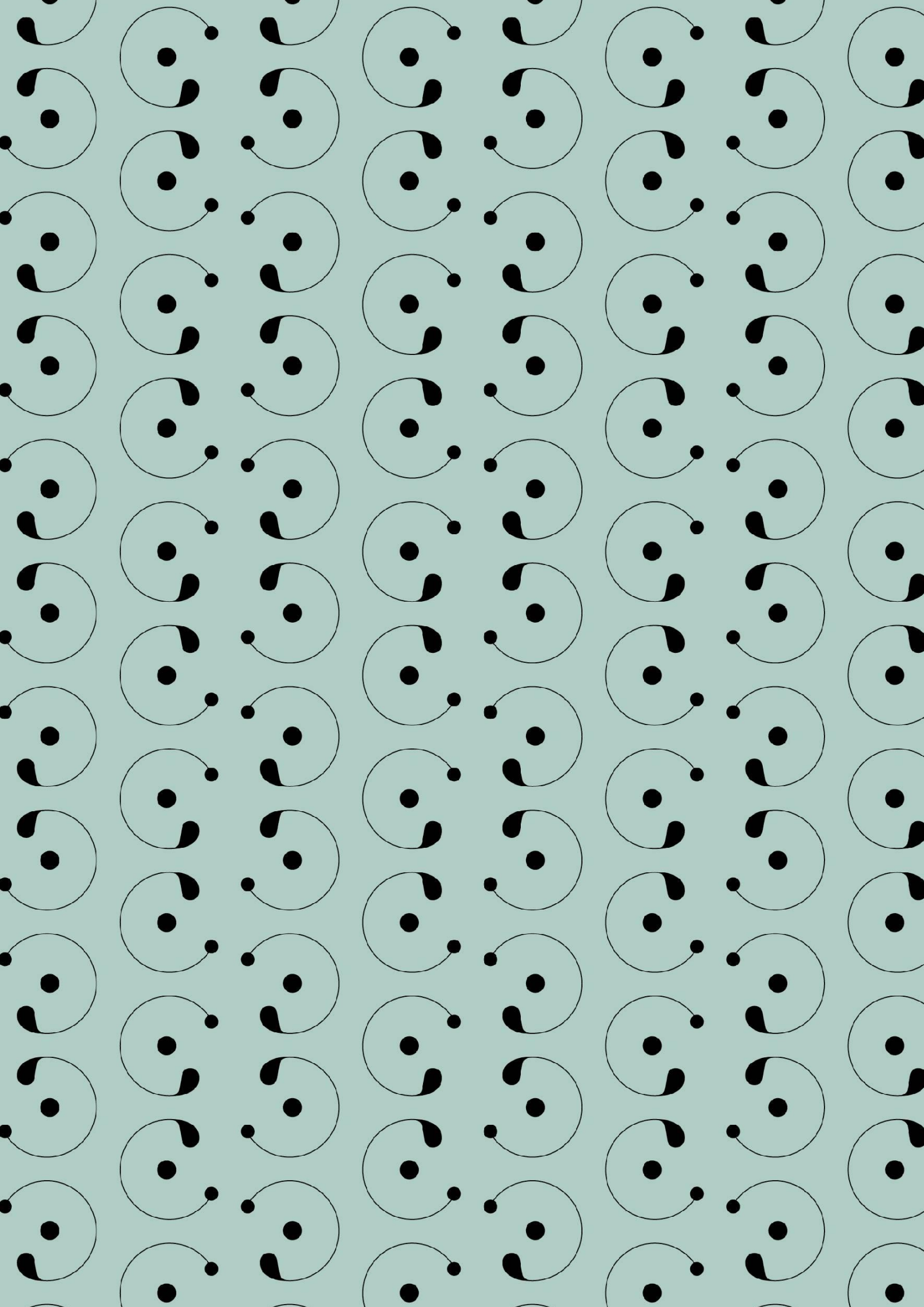


Atelier FormAxion  
*Choisir ses couvertures, mode d'emploi*



Proposition

7/05/2023



## CHOISIR SES COUVERTURES, MODE D'EMPLOI

*Toutes les dimensions d'une couverture réussie*

Si les éditeurs ont bien mesuré les enjeux liés au choix d'une couverture plus ou moins « impactante » – nous préférons dire « pertinente » –, ils sont encore peu nombreux à se servir de notions et d'outils qui pourraient pourtant les aider à prendre cette décision capitale dans la vie d'un livre : choisir la meilleure première ou quatrième de couverture d'un ouvrage.

### OBJECTIFS

- Prendre en compte les dimensions à la fois marketing et graphiques des couvertures pour définir les plus adaptées
- Acquérir une méthodologie pour préparer un brief structuré et mieux évaluer ensuite les propositions
- Connaître les principaux paramètres pour préparer et rédiger la quatrième de couverture

### PUBLIC VISÉ

Dirigeants de maisons d'édition, responsables éditoriaux ou de publications, éditeurs, responsables marketing et communication, graphistes et responsables de fabrication.

Prérequis : AUCUN

### PROGRAMME DE LA FORMATION

#### Élaboration des briefs de couvertures (2 X ½ jours)

##### Le marketing au service de la couverture

- La démarche marketing : enjeux, définition et limites dans l'édition
- Du positionnement de l'éditeur au choix d'une couverture pertinente
- Une étape décisive du lancement d'un livre ou d'une collection

##### La couverture est un *packaging*

- Produit global et rôle de la couverture dans la décision d'achat
- Caractéristiques techniques et commerciales d'un emballage réussi
- Savoir anticiper les déclinaisons d'une gamme ou d'une collection

##### La couverture est un *media*

- Identifier les niveaux de marques : enjeux et implications
- « Trop d'information tue l'information » : exemples et contre-exemples
- Un outil de communication en cohérence avec les autres messages

#### Évaluation des propositions et Rédaction des 4<sup>èmes</sup> de couvertures (2 X ½ jours)

##### Les paramètres graphiques essentiels

- Les trois types de couvertures de livres
- Le traitement « en continu » : applications possibles pour l'éditeur
- Contraintes particulières d'une charte graphique (maison d'édition, collection)

##### Le dialogue éditeur-graphiste

- Rappel sur le brief : synthèse des choix marketing-graphiques-rédactionnels
- Les propositions sur un même projet : comment les évaluer (*check list*)
- Quelques conseils : à faire/à éviter pour un échange plus efficace

### Préparer et rédiger les 4<sup>èmes</sup> de couvertures

- La quatrième de couverture : ce qu'elle est, ce qu'elle n'est pas
- Outils et méthodes utiles pour identifier les messages-clés
- Exemples et contre-exemples : comment éviter les principales erreurs

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne exposés, illustrés de nombreux exemples et contre-exemples avec des mises en application pratiques. Les études de cas permettront la rédaction progressive d'un brief de couverture (et d'une 4<sup>e</sup> de couverture). Un dossier sera remis à l'issue de la formation contenant des fiches méthodologiques ainsi qu'une *check-list* permettant d'évaluer les couvertures.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas et ateliers pratiques puis mise en commun visant à valider les notions acquises. À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage. Un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera aussi rempli par les participants.

### DÉROULEMENT

**Durée** : 4 X ½ jours (14h/17h30 = 3,5 h par ½ journée) soit 2 jours = 14 heures de formation au total

**Effectif** : de 5 à 8 personnes

**Calendrier** : jeudi 5 octobre (14 h/17h30) –mardi 10 octobre (14 h/17h30) – mardi 17 octobre (14h/17h30) et mardi 7 novembre (14 h/17 h 30) 2023

**Lieu** : en distanciel (visioconférence via Zoom)

**Délais d'accès** : jusqu'à 15 jours par rapport aux dates fixées dans le calendrier. **Accessibilité** : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

### TARIF

**Coût global par stagiaire : 480 € HT (= 576 € TTC) pour les 4 X ½ jours (240 € HT/jour/personne)**

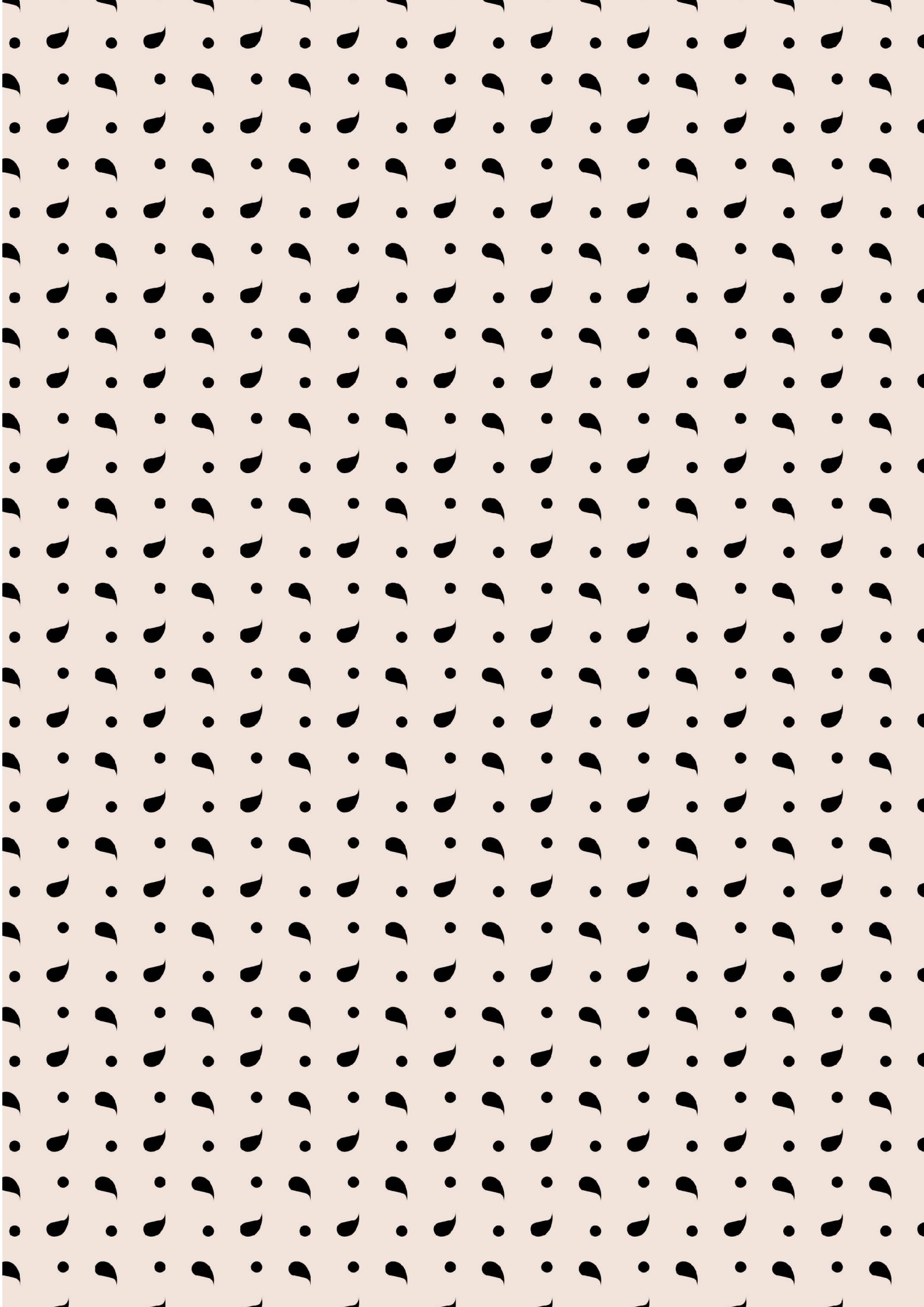
Les frais pédagogiques sont pris en charge par chaque stagiaire directement (via leur OPCO respectif). Une convention de formation sera signée entre chaque éditeur et Axiales. La validation de prise en charge de la formation doit se faire 15 jours minimum avant le début de la formation.

Un minimum de 5 participants est nécessaire à la réalisation de l'Atelier FormAxion.

La formation peut accueillir au maximum 8 stagiaires.

Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant par chaque participant.

Nos CGV sont disponibles [sur notre site internet](#).





## PRÉSENTATION D'AXIALES ET DE LA CONSULTANTE



Axiales est la **seule société de conseil en France spécialisée dans la filière du livre**. Ses consultants sont tous des professionnels expérimentés, ayant exercé des responsabilités opérationnelles dans les **différents métiers** du secteur du livre : édition, achats et cessions de droits, marketing, communication, gestion, diffusion, librairie, système d'information, etc. Ils développent leurs activités **d'étude, de conseil, d'analyse stratégique**, de conduite du changement, de recrutement et de formation dans tous les domaines de la chaîne du livre.

Pour en savoir plus sur les activités d'Axiales et connaître l'ensemble des consultants du réseau : [www.axiales.net](http://www.axiales.net)

Avec près de **630 missions** réalisées auprès de **278 acteurs** de la chaîne du livre **depuis 2014** et la formation « sur mesure » de **890 professionnels**, les consultants d'Axiales ont développé une **expérience unique**. La liste de nos clients inclut aussi bien les plus grands groupes d'édition que des éditeurs indépendants de taille modeste, des organismes et des éditeurs publics, des diffuseurs, des librairies, des bibliothèques et des musées, des structures régionales, nationales et internationales pour le livre et la lecture.

### FRANCOISE GEOFFROY-BERNARD

**Ses domaines de compétences** : marketing stratégique et opérationnel // études de marché // commercialisation // communication

*Spécialiste du marketing appliqué au livre, Françoise Geoffroy-Bernard a développé son expertise grâce à plusieurs postes dans des maisons d'édition (Hachette Education, Jean-Claude Lattès, Magnard) ainsi qu'en accompagnant, depuis 1999, plus de 2 100 éditeurs en tant que formatrice en marketing et communication à l'Asfired/Edinovo auprès de **maisons de toutes tailles et de tous secteurs**, publiques et privées, **y compris en régions** (PACA, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Normandie, Bourgogne-Franche-Comté, Centre- Val de Loire-Limousin, Bretagne) **et à l'international** (Algérie, Belgique, Chine, Colombie, Espagne, Liban, Roumanie, Vietnam).*

*Elle enseigne dans plusieurs **formations initiales aux métiers du livre** (Masters 1 et 2 Métiers du livre, Paris 10 de 1999 à 2009 et depuis 2020 ; Master 2 Commercialisation du livre, Paris 13 de 2009 à 2020 ; Mastère Management de l'édition puis des biens et activités culturels, ESCP Business School depuis 2006. Et aussi à partir de la rentrée 2022 : Master 1 Livre et médiation, Université de Poitiers ; Master 1 et 2 Édition Livre papier et numérique, Université Gustave Eiffel, Marne-la-Vallée). Françoise Geoffroy-Bernard est diplômée d'**HEC** et de Paris-Sorbonne (Licence de lettres modernes, Licence de philosophie). Elle a publié des **articles** et participé à plusieurs **ouvrages professionnels**, notamment Les Professions du livre (Ellipses, 2<sup>e</sup> éd., 2006) Histoire de la librairie française (Cercle de la Librairie, 2008) ; Le Management de l'entreprise d'édition (Cercle de la librairie, 2014) ; Personnaliser la bibliothèque : construire une stratégie de marque et augmenter sa réputation (Presses de l'Enssib, 2018).*

**Parmi ses références :**

- a réalisé des missions d'étude pour des **structures nationales et régionales** (Régions/Drac) du livre : *Les Maisons d'édition professionnelles en Languedoc-Roussillon* (2010) ; *Le Marché du livre en Guyane* (2013) ; *Le Livre en Lorraine* (2014) ; *Structuration et évolution de la filière livre en Grand Est* (2019); Accompagnement stratégique de 15 éditeurs indépendants du Grand Est (3 sessions - 2020 à 2023, en cours) ; *Les Manifestations littéraires en Nouvelle-Aquitaine* (2022-2023); *Panorama des salons et festivals du livre en France* (synthèse réalisée et présentée pour l'ouverture des Etats généraux organisés par la Sofia - mars 2023); *Les Maisons d'édition en Occitanie* (2022-2023, en cours); *Les éditeurs indépendants en Bretagne* (2022-2023, en cours); *Les Maisons d'édition et les librairies indépendantes en Auvergne-Rhône-Alpes* (2022-2023, en cours)
- a conçu et animé des **stages** (formations interentreprises ou sur mesure) depuis 1999 auprès de nombreux **éditeurs publics** (CANOPÉ, CNRS, RMN, La Documentation française, Paris musées, Monum, Presses universitaires de Rennes, de Caen, de Grenoble...) et **privés** (Gallimard jeunesse, Gallimard loisirs, Stock, Hatier, Hachette pratique, Marabout, Fayard, Gautier-Languereau, Hachette Éducation, Solar, First, Univers poche, Dalloz, Larousse, Michelin, Dunod, Belin, La Plage, Bamboo, Rageot, Studyrama, Prisma Media, Ouest-France, Magnard, Flammarion, Albin Michel ...)
- a réalisé, depuis 2012, des **missions de conseil, d'étude de marché** et d'**Ateliers FormAxions** pour des **groupes et maisons d'édition** (Madrigall, Fleurus, Rustica, Mango, Mame, Humensis, Belin Éducation, Place des éditeurs, Nathan jeunesse, Nathan écoles, Retz, revue *Lecture Jeunesse*, Didier Jeunesse, La Table Ronde, Quae, Harper Collins France, Archipoche, Classiques Garnier, Leduc, Gulf Stream, Le Coudrier, Chattycat/Novel, éditions møtus, Locus Solus, La Documentation française, Dunod, Presses de l'Enssib, Gault & Millau, éditions de l'Emmanuel, Salvator éditions, ESF sciences humaines, Univers Poche, éditions 2024, Gorge bleue, L'Atelier contemporain, La Dragonne, La Bouinotte, groupe Elidia : Artège, Le Rocher, Desclée de Brouwer, éditions Warm et revue *Blink Blank* ...) ainsi que pour le panel livres Edistat, ou encore sur la fréquentation des libraires au Salon du livre de Paris (Reed expositions France, 2014) et trois études successives pour l'ADEME, Agence de la transition écologique (2013-2014, 2015, 2017-2018).

**Votre contact :**

Françoise Geoffroy-Bernard/ 06 43 90 71 39 /[francoise.geoffroy-bernard@axiales.net](mailto:francoise.geoffroy-bernard@axiales.net)  
www.axiales.net

Date, signature, suivie du tampon et de la mention « Bon pour accord ».

