

**PETIT GUIDE SANS PRÉTENTION À  
L'USAGE DES AUTEURS QUI HÉSITENT  
À AUTOÉDITER LEUR OUVRAGE, À CEUX  
QUI SONT UN PEU PERDUS, ET AUX  
GENS CURIEUX.**

**C. ROMENGAS**

Octobre 2019

**L' objectif de cet ebook :**

**Avoir toutes les informations pour prendre la décision de se lancer  
dans l'autoédition...ou non !**

Ce guide gratuit est là pour que vous puissiez vous auto-éditer, ou non, en connaissance de cause.

**Au cours de la lecture de ce guide, vous pourrez répondre à ces questions :**

- **Quelle est la différence entre édition à compte d'auteur, édition à compte d'éditeur, et autoédition ?**
- **Quels sont leurs avantages et leurs inconvénients ?**
- **L'autoédition est-elle faite pour moi, pour mon projet ?**
- **Quelles sont les différentes méthodes d'autoédition, et quelle est celle qui correspond le mieux à mon projet ?**
- **Quelle charge de travail est-ce que l'autoédition représente ?**
- **A quoi faut-il penser, lorsque l'on décide d'autoéditer son projet ?**
- **Quelles sont les erreurs communes faites par les auteurs autoédités ?**

Ce guide m'a demandé beaucoup de travail, mais je tenais vraiment à ce qu'il soit gratuit afin qu'un auteur qui s'intéresse à l'autoédition puisse le lire sans crainte avant de prendre la décision de se lancer.

A la fin de la lecture de ce guide, vous aurez toutes les informations sur l'édition et l'autoédition. Vous saurez alors quelle méthode correspond le mieux à votre projet, et vous pourrez décider si oui ou non vous vous lancez dans la merveilleuse aventure de l'autoédition. Et si vous décidez de vous lancer dans cette aventure, pas de panique, la version professionnelle du guide sera là pour vous aider, pas à pas, étape par étape, de la création jusqu'aux retombées, en passant par la production et la distribution !

# Introduction

J'ai toujours écrit. Toujours dessiné. Mais je n'avais jamais pensé, un jour, publier un livre. Et puis, début 2016, j'ai été contrainte de quitter mon travail en entreprise pour des raisons de santé (un travail à base de chiffres, d'analyse, de stratégie et de powerpoint), et je me suis dit que j'allais profiter de ma convalescence pour écrire un peu plus, et dessiner un peu plus. J'ai lancé un blog illustré, Rayures et Ratures, et de multiples petits projets. Mais il fallait trouver un revenu. Alors, je me suis lancée dans l'illustration *freelance* et l'entrepreneuriat. J'ai enchaîné les contrats d'illustration, et lancé une petite marque de papeterie qui ne fonctionnait pas si mal mais n'était pas rentable compte tenu du temps passé à travailler dessus. J'avais un revenu correct, mais plus du tout le temps de travailler sur mon blog, sur les projets que j'avais en tête, mes propres projets, pas ceux des entreprises pour lesquelles je n'étais qu'une petite main. A ce moment-là, j'ai beaucoup douté. J'avais vraiment envie de sensibiliser par l'écriture et le dessin sur des sujets qui me tenaient à coeur, mais en devenant illustratrice *freelance*, je n'avais plus le temps de dessiner pour mes projets destinés à aider les gens. C'était un peu le comble.

De manière assez inattendue, l'autoédition m'a permis de sortir de cette période compliquée.

En 2018, grâce aux lecteurs de mon blog Rayures et Ratures, j'ai pu sortir mon premier livre. Pour le publier, après avoir longuement réfléchi et étudié les différentes options, j'ai choisi l'autoédition. Autoéditer le livre m'a demandé énormément de travail, mais me permet aujourd'hui de me dégager du temps pour continuer à écrire du contenu gratuit pour le blog, et lancer d'autres projets de sensibilisation, puisque je peux vivre des ventes du livre. Je n'ai plus besoin de prendre tous les contrats d'illustration que je peux réussir à obtenir, j'en fais encore, bien sûr, mais pour le plaisir, je ne choisis que ceux qui sont en adéquation avec mes valeurs et mon objectif : aider les gens, et sensibiliser.

L'autoédition était un choix, et je vous expliquerai dans ce guide pourquoi. Mais attention, cela ne veut pas dire que l'autoédition est le meilleur choix pour tous les livres, et tous les auteurs. Pour d'éventuels prochains ouvrages, d'ailleurs, je ne pense pas toujours passer par l'autoédition. Et lorsque je travaille sur des projets de vulgarisation scientifique en tant qu'illustratrice, je passe par l'édition traditionnelle.

**Ce guide n'est pas là pour vous dire de préférer l'autoédition à l'édition traditionnelle. Il est là pour vous donner toutes les informations que j'ai cherchées durant des mois avant de me lancer, toutes les informations pour prendre la décision d'autoéditer votre projet ou non, de comprendre le travail qu'il y a derrière, de savoir si l'autoédition est faite pour vous ou si l'édition traditionnelle vous correspond mieux.**

Depuis la publication de mon livre, beaucoup d'auteurs et futurs auteurs me demandent des conseils pour autoéditer leur projet. Ou me parlent d'un projet qu'ils ont en tête mais qui ne verra sûrement jamais le jour, faute de temps, faute d'argent, faute d'éditeur, faute de confiance en soi, faute de motivation. Et moi, j'ai vraiment hâte de voir tous ces beaux projets émerger. Alors, comme le temps me manque pour appeler chacun d'entre vous, répondre à vos questions et vous raconter mon expérience de l'autoédition et du *crowdfunding*, je l'ai fait sur ce guide, qui reprend les questions que vous m'avez posées et celles que je me suis posées, qui est un mélange de retour d'expérience et de recherches.

*Avant d'entrer dans le vif du sujet, laissez-moi vous présenter le livre que j'ai publié en autoédition, car vous verrez que selon le type de projet, les démarches ne sont pas les mêmes. Ces informations vous permettront de mieux comprendre mes choix d'édition, de distribution, de promotion, et mon processus de création :*

*Rayures et Ratures est un livre illustré de 184 pages, toutes en couleurs.*

*C'est un livre de vulgarisation sur un sujet très précis qui est le haut potentiel (les enfants et adultes surdoués/zèbres), ce n'est pas de la fiction.*

*C'est un livre adapté d'un blog, avec des lecteurs qui ont déjà pu se faire un avis sur le contenu, et qui connaissent mon travail.*

# I. ÉTAT DES LIEUX

## A. Qu'est ce que l'autoédition ?

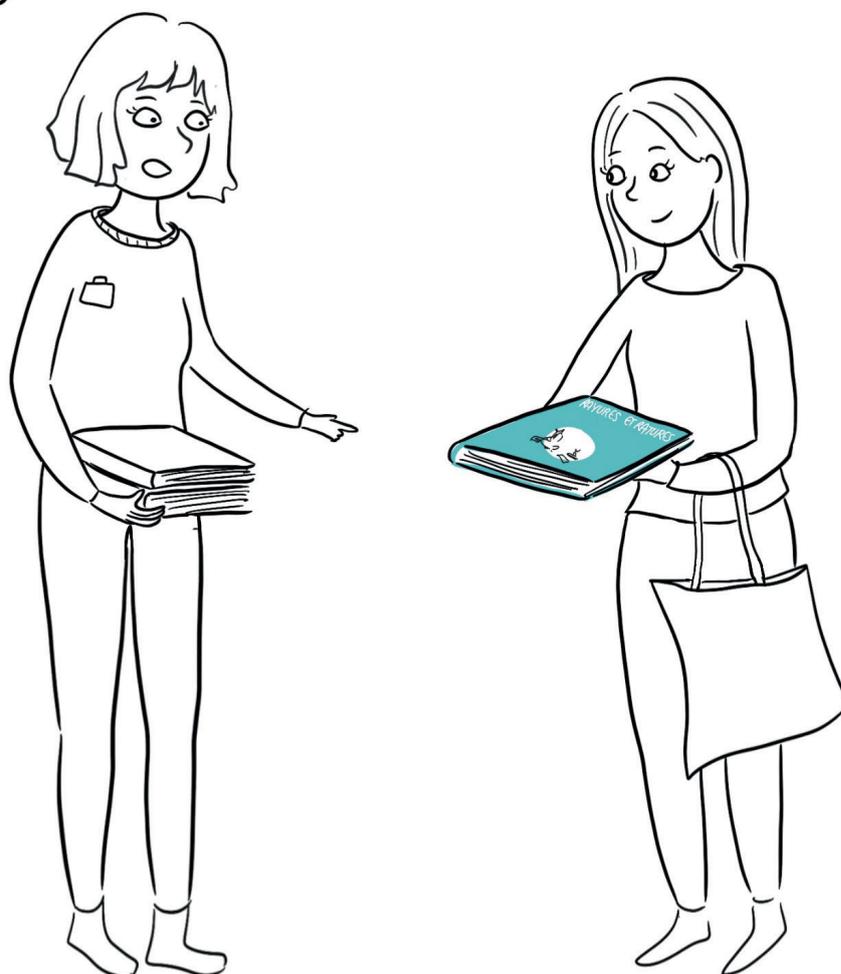
L'autoédition, c'est quand l'auteur se charge lui-même de l'édition de son livre, sans passer par une maison d'édition. Longtemps, l'autoédition était perçue comme un choix par défaut, lorsque l'auteur avait vu son ouvrage refusé des maisons d'édition. Même aujourd'hui, lorsque je discute avec des libraires et que je mentionne que mon livre a été auto-édité, je peux observer sur leur visage ce petit rictus qui semble dire *"ça ne doit pas être de la qualité alors, s'il n'a pas passé les sélections des maisons d'édition"*.



Pourtant, aujourd'hui, l'autoédition devient de plus en plus un choix. **Un vrai choix.** Dans un contexte où le statut d'auteur est de plus en plus précaire (hausse des cotisations, baisse des garanties, très faible pourcentage sur les ventes de leurs livres, etc), et où le numérique offre la possibilité de faire connaître son livre, d'imprimer à la demande ou de faire valoir ses droits numériques, l'autoédition se démocratise. Elle n'est plus réservée aux auteurs refusés des maisons d'édition, mais à ceux qui souhaitent conserver leurs droits, avoir une liberté totale de création, et qui ont du temps à y consacrer.

Alors évidemment, s'il est facile d'autoéditer son livre sur internet, il y en a forcément qui sont faits n'importe comment, remplis de fautes d'orthographe et avec une couverture en comic sans ms. Mais il est aussi possible de le faire bien, d'être dans une démarche sérieuse et professionnelle et qu'à la fin personne ne sache distinguer un livre autoédité d'un livre édité.

*Ah bon, mais SA c'est de l'auto-édition ?*



**Parce qu'en fait, autoéditer un livre, cela ne veut pas dire fonctionner sans éditeur. Cela veut simplement dire que l'éditeur, c'est vous.** Vous endossez ce rôle, et tout ce qui en découle. C'est un métier, alors le but est de le faire de la manière la plus professionnelle possible. Et si vous souhaitez, à la fin de la lecture de ce guide, vous lancer dans la merveilleuse aventure de l'autoédition, une version professionnelle du guide sera là pour vous aider à être un vrai bon professionnel, même si vous n'avez pas de connaissances particulières en gestion d'entreprise, en édition ou en communication.

## B. Édition, autoédition, compte d'auteur, les différences.

L'édition et l'autoédition sont deux expériences différentes. Il n'y en a pas une meilleure que l'autre. Tout dépend de votre projet, de votre objectif, de votre ambition, de votre situation... Voici un petit récapitulatif des différentes méthodes d'édition.

### ***1. L'édition à compte d'éditeur***

L'édition à compte d'éditeur, c'est l'édition que l'on appelle "traditionnelle".

L'auteur soumet son manuscrit à une maison d'édition. Si l'éditeur le trouve intéressant, et qu'il décide de le publier, il s'occupera, à ses frais, de toute la partie technique de l'édition : la correction, la mise en page, l'impression, la distribution, la livraison, etc. L'auteur ne paye rien. L'éditeur prend un risque financier, car il ne sait pas si le livre va se vendre, et donc s'il pourra rembourser les frais engagés.

Ils établissent donc un contrat d'édition qui établit qu'en échange de cette prise de risque et d'un pourcentage sur le prix de vente, l'auteur cède les droits d'exploitation de son oeuvre à l'éditeur.

L'auteur étant rémunéré en pourcentage sur le prix de vente du livre, son revenu dépendra du nombre de livres vendus, toutes plateformes confondues. Généralement, l'éditeur verse à l'auteur un à-valoir, une avance sur droits, au démarrage du contrat d'édition. Ensuite, lorsque l'à valoir est remboursé par les ventes du livre, l'éditeur verse à l'auteur ses droits d'auteur une fois par an selon le volume de livres vendus durant l'année passée.



### Avantages :

- Le prestige lié au processus de sélection (ça fait bien de dire qu'on est édité).
- Etre édité permet d'accéder à des subventions, à des programmes de mentorat, à des résidences d'auteur, ou de remporter les prix littéraires connus.
- Aucun risque financier pour l'auteur.
- Présence dans la base de référencement des librairies, et souvent en rayon pour les grosses maisons d'édition.
- Généralement, l'éditeur offre un gage de qualité éditoriale (mais j'ai déjà vu des ouvrages édités par de petites maisons d'édition remplis de fautes).

## **Inconvénients :**

- Les livres n'ont pas une très longue vie (environ 3 mois en librairie) et si vous n'êtes pas un best seller ou un auteur connu, ce sera quand même à vous de vous occuper de votre promotion
- La rémunération de l'auteur est vraiment dérisoire, 90% des auteurs édités vivent avec moins du SMIC. L'auteur touche généralement entre 7 et 10% du prix de vente du livre. A moins d'être un best seller, il vous faudra donc un autre revenu/métier, vous ne pourrez pas vous consacrer à l'écriture à 100%.
- Il y a moins de liberté sur le contenu, l'éditeur peut vous faire modifier certaines parties.

## ***2. L'édition à compte d'auteur***

L'édition à compte d'auteur, c'est un titre abusif. Ce n'est pas de l'édition. On parle d'édition à compte d'auteur lorsque la "maison d'édition" ne prend pas de risque financier pour la publication du livre, et demande à l'auteur de payer sa fabrication (l'impression, la mise en page, la correction, etc). C'est en fait un prestataire de service.

L'auteur paye le prestataire de service pour la fabrication de son livre, et est rémunéré ensuite en commission sur le prix de vente du livre.

*Attention : si cette société qui se veut "éditeur" demande à l'auteur de lui céder ses droits alors qu'il paye de sa poche la création du livre, sachez que c'est illégal.*

Je vous conseille vivement de ne jamais faire d'édition à compte d'auteur. Quitte à payer soi-même, autant faire de l'autoédition. Je ne ferai donc pas de comparatif avantages/inconvénients, car globalement, l'édition à compte d'auteur comporte tous les inconvénients de l'édition traditionnelle, tous les inconvénients de l'autoédition, sans aucun de leurs bénéfices.

### 3. L'autoédition

L'autoédition, c'est quand l'auteur publie lui-même son livre. Il ne cède ses droits à personne, il reste propriétaire des droits d'exploitation de son oeuvre, est libre sur le contenu ou le format, et est responsable de chacune des étapes de publication du livre : l'écriture, la correction, la mise en page, la production, la distribution, la promotion, etc.

L'auteur n'est pas rémunéré en pourcentage sur le prix de vente, mais avec les bénéfices des ventes du livre (ou en redevances lorsqu'il fait de l'autoédition numérique via certaines plateformes).



#### Avantages :

- Les redevances de l'autoédition numérique et le bénéfice réalisé sur les ventes de livre papier sont nettement supérieurs à l'édition traditionnelle (entre 35 et 70% contre maximum 10% en édition traditionnelle).
- L'auteur conserve ses droits.
- Il contrôle le livre de A à Z
- La liberté totale de contenu, de format, de méthodes de diffusion...

## **Inconvénients :**

- L'auteur peut souffrir de la mauvaise réputation de l'autoédition pour vendre son livre, de nombreuses personnes étant encore persuadées que les livres autoédités ont été refusés par les éditeurs traditionnels, et donc que la qualité n'est pas au rendez-vous.
- Il y a beaucoup de travail et il faut un esprit entrepreneurial ou du moins aimer s'occuper des aspects marketing et commercial.
- Problématique majeure : visibilité
- Un livre autoédité est refusé des bases logicielles qu'utilisent les libraires pour commander les livres, la présence en librairie ne sera donc pas automatique (mais elle est possible)

## C. Les différentes options d'autoédition



On pense souvent à tort que dès lors que l'on fait le choix de l'autoédition, on sacrifie le livre papier pour un livre entièrement numérique. C'est faux. Alors, oui, l'autoédition numérique est plus facile, mais il est totalement possible de faire un livre papier autoédité de qualité, de trouver ses lecteurs, et de le distribuer.

*Erreur fréquente : choisir une méthode d'autoédition qui ne soit pas adaptée au projet ni aux préférences des lecteurs potentiels.*

*Dans la version professionnelle du guide, vous trouverez un comparatif détaillé des différentes méthodes, afin que vous puissiez choisir celle qui correspond à VOTRE projet.*

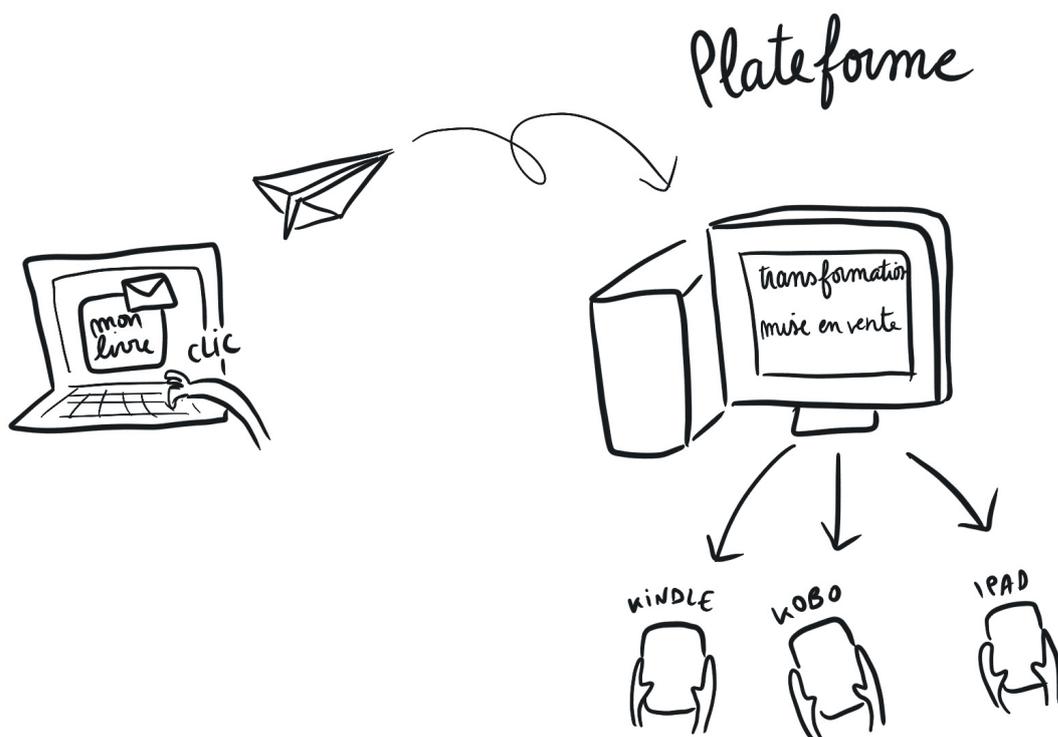
## 1. L'autoédition numérique

L'autoédition numérique, c'est simple et rapide à mettre en place. Les plateformes d'autoédition en ligne proposent aux auteurs de créer, publier et distribuer leur livre via leur plateforme.

Pour cela, il suffit que l'auteur envoie le fichier de son livre sous format Word, tout simple, à la plateforme d'autoédition numérique de son choix, ainsi que le fichier de la couverture (qu'il est parfois possible de créer directement sur la plateforme à partir d'un modèle). La plateforme crée le ebook et le mettra en vente sur son site. Le travail de l'auteur, une fois l'écriture et la correction/relecture terminée, consiste seulement à faire la promotion de son ouvrage afin qu'il ait de la visibilité.

Généralement, ces plateformes proposent également des options payantes pour aider les auteurs dans la correction, la réalisation de la couverture ou la promotion du livre, ainsi qu'un service de référencement chez les e-librairies (parfois inclus dans l'offre, parfois payant).

L'auteur touchera une redevance en fonction des ventes du livre, qui peut aller jusqu'à 70% du prix de vente selon les plateformes.



## **Avantages :**

- Très rapide, et très facile d'utilisation.
- Redevances bien plus importantes que pour l'édition traditionnelle.
- Complètement gratuit pour l'auteur s'il ne choisit pas de service complémentaire.

## **Inconvénients :**

- Il est difficile d'avoir de la visibilité car le livre risque d'être noyé dans la masse sur la boutique en ligne de la plateforme.
- La mise en page varie selon les liseuses des lecteurs (kobo, kindle, etc). Le livre numérique n'est donc pas adapté à un livre qui a une mise en page bien particulière comme un livre illustré par exemple, ou un livre pratique avec des encarts à différents endroits.
- L'auteur n'a pas de version papier pour participer à des événements.

## **Un exemple de plateformes :**

Amazon KDP

Kobo

Lulu.com

iBook

Google Play

YouScribe

## **Pour qui ?**

- Les auteurs de romans.
- Les auteurs qui ont pour objectif d'acquérir de la notoriété afin d'être repéré par un éditeur ensuite.
- Les auteurs de petits livrets pratiques à mettre à jour régulièrement.

## ***2. L'autoédition via des plateformes d'impression à la demande (POD, pour Print on Demand)***

Il est également possible d'autoéditer son livre en version brochée (papier), simplement, sans cartons de livres à stocker sans savoir si on va les écouler, grâce à l'impression à la demande. La plupart des plateformes d'autoédition numérique proposent aujourd'hui un service d'impression à la demande.

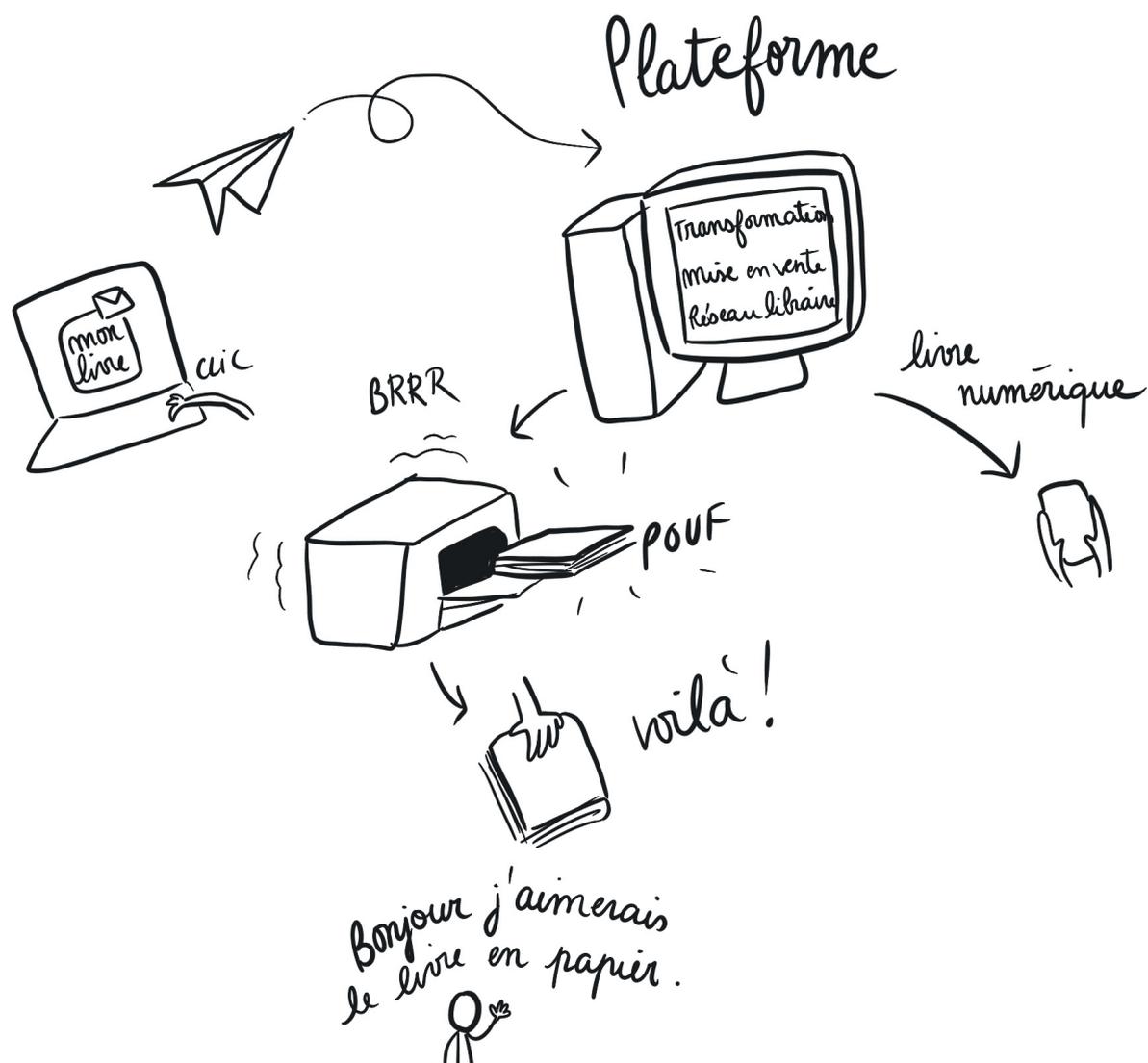
Comme pour l'autoédition numérique, l'auteur n'a qu'à télécharger sur la plateforme un fichier de son livre, ainsi que la couverture. Il garde la maîtrise de son ouvrage, il choisit, parmi les propositions, le format, la couverture, le papier, et fixe le prix de vente.

Le livre sera disponible à la vente sur la boutique de la plateforme, les lecteurs pourront ainsi le commander en ligne, et, même pour un seul exemplaire, la plateforme se chargera de l'imprimer et de l'envoyer au lecteur.

La rémunération diffère selon les plateformes. Certaines demandent à l'auteur de payer un abonnement et ne prennent pas de commission sur les ventes, d'autres proposent de rémunérer l'auteur avec un montant fixe sur les ventes qui correspond à un pourcentage du bénéfice réalisé sur la vente du livre. Dans ce cas, la plateforme prend elle aussi un pourcentage du bénéfice. En impression à la demande, la redevance versée à l'auteur est moins élevée qu'en autoédition numérique (environ 20% pour un livre papier contre 35 à 70% pour un livre numérique).

Si l'auteur souhaite commander des exemplaires pour les vendre lors d'événements comme des salons ou séances de dédicace, la plupart des plateformes proposent à l'auteur d'acheter des exemplaires à un tarif préférentiel, proche du coût de fabrication.

Au niveau de la distribution, de nombreuses plateformes proposent un référencement en librairie (service payant) en plus de la vente sur leur boutique. Ce référencement ne veut pas dire que le livre sera en rayon en librairie, mais cela veut dire qu'il apparaîtra dans le catalogue des libraires, qui pourront donc le commander s'ils le souhaitent (généralement, si un lecteur leur demande de le commander). Les démarches administratives (ISBN, EAN, dépôt légal) peuvent également faire partie des services payants proposés par les plateformes.



### Avantages :

- Pas de gestion de stock mais possibilité d'avoir tout de même des exemplaires papier pour les événements/dédicaces.
- Simple d'utilisation.
- Référencement dans le catalogue des libraires possible.

### Inconvénients :

- L'impression à la demande n'est pas toujours de très bonne qualité notamment au niveau des images. Il est fréquent que les images de couverture soient un peu décalées. C'est une bonne solution tant qu'il n'y a pas de subtilité à l'impression.
- L'impression à la demande est plus chère que l'impression normale, et généralement hors de prix lorsque toutes les pages sont en couleurs et qu'il s'agit d'un livre de plus de 50 pages.

## **Un exemple de plateformes :**

Amazon

Bookelis

Books on Demand

Librinova

Lulu.com

Publishroom

## **Pour qui ?**

- Les auteurs qui souhaitent publier un roman ou livre en noir et blanc
- Les auteurs qui souhaitent publier un album illustré avec peu de pages
- Les petits tirages (si l'auteur pense en vendre moins de 500 exemplaires)
- Les auteurs qui vendent principalement en numérique mais souhaitent quelques exemplaires papier.

**Erreur fréquente : choisir une plateforme d'autoédition numérique ou d'impression à la demande qui ne soit pas adaptée au projet, et procurerait donc un rendu moins qualitatif que le choix d'une autre plateforme.**

*Dans la version professionnelle du guide, les offres de différentes plateformes seront détaillées et un comparatif sera effectué afin de vous aider à choisir la plateforme la plus appropriée à votre projet, pour un rendu optimal de votre livre.*

### 3. L'autoédition indépendante

L'autoédition que j'appelle « indépendante », c'est ce que j'ai fait. C'est l'autoédition sans intermédiaire, sans plateforme. C'est la liberté totale, mais c'est aussi la responsabilité totale.



Pour publier un livre en autoédition « indépendante », l'auteur va devoir être responsable de chacune des étapes de fabrication puis de distribution du livre :

- La **création** (écriture/illustration, relecture, correction, maquette, couverture)
- La **production** (trouver un imprimeur, définir le tirage soit combien d'exemplaires vous faites imprimer, valider le bon à tirer, choisir les paramètres techniques, stocker les cartons de livres)
  - La **distribution** (mettre le livre en vente sur une marketplace ou sur votre site internet, démarcher les librairies car vous ne serez pas dans leur base de référencement, préparer les commandes, assurer le service client)
  - La **promotion** (communiqués et dossiers de presse, marketing digital, salons, événements)

- La **gestion** (créer son statut, déclarer ses revenus, suivre son activité)

C'est du travail. Et cela peut faire peur. Mais attention, si vous choisissez cette méthode, **cela ne veut pas dire que vous ferez tout tout seul**. Ce n'est d'ailleurs pas très conseillé, car à moins d'être vraiment bon partout, la qualité du livre ou sa visibilité en pâtiraient. Il existe des correcteurs professionnels indépendants, des maquettistes, des graphistes, des attachés de presse, des experts en marketing digital, des logisticiens... En fonction de vos compétences, vous pourrez déléguer certaines tâches à un prestataire ou un freelance, en tout cas à un professionnel du domaine.



Pour mon livre *Rayures et Ratures*, j'ai par exemple fait appel à des correcteurs, à une attachée de presse/rédactrice pour écrire la 4ème de couverture ainsi que mon profil « auteure », et à un expert en marketing digital pour le lancement.

C'est un budget mais vous n'avez pas besoin d'avancer ce budget. En choisissant l'autoédition indépendante, je vous conseille vraiment de passer par une **campagne de financement participatif**, comme un système de pré-commandes, qui vous permettra d'avoir le budget en amont pour finaliser le livre (les corrections ou la

maquette par exemple) et lancer les impressions du livre. C'est aujourd'hui, je crois, la seule option fiable et viable pour autoéditer son livre de manière indépendante sans risque financier. Ce système de financement participatif a d'autres avantages et vous sera détaillé dans la partie 3 de ce guide consacrée à la production.

En choisissant l'autoédition indépendante, l'auteur est rémunéré non pas en redevance mais avec le bénéfice des ventes de ses livres. La totalité des bénéfices lui reviendra, ce qui, selon la méthode de distribution choisie, peut s'élever à plus de 80% (mais qui se situe plutôt, après charges sociales et commission du distributeur entre 40 et 70%).

### **Avantages :**

- Le livre est moins cher à produire qu'en impression à la demande donc il peut être plus abordable pour le lecteur et permet de mieux rémunérer l'auteur pour son travail.
- Maîtrise de A à Z, notamment sur l'impression, donc meilleure qualité à l'arrivée par rapport aux attentes, moins de risque de mauvaise surprise.
- Liberté totale (du choix des prestataires, de la méthode de distribution, etc)

### **Inconvénients :**

- Pas de référencement automatique dans la base des libraires, si on veut être distribué en librairie il faut les démarcher.
- Charge de travail très conséquente ou nécessité d'avoir un esprit entrepreneurial pour déléguer et manager les différents prestataires.
- Espace de stockage nécessaire.

### **Pour qui ?**

- Les tirages supérieurs à 500/1000 exemplaires.
- Les auteurs qui sont un peu *control freak* ou émotionnellement impliqués dans leur ouvrage.
- Les auteurs-entrepreneurs.
- Les auteurs de livres entièrement en couleurs.
- Les auteurs qui souhaitent vendre principalement des exemplaires papier du livre.

### Erreurs fréquentes :

Choisir cette méthode les yeux fermés, pour avoir davantage de revenus, mais sans savoir à quoi s'attendre.

Sous-estimer le travail demandé, oublier un aspect, et donc ne pas donner toutes ses chances à son livre de trouver ses lecteurs.

*Dans la version professionnelle du guide, vous trouverez un récapitulatif de tous les aspects à ne pas oublier, ainsi qu'une liste de tâches, dans l'ordre, pour vous guider dans la réalisation de votre projet.*

## 4. Mon expérience

*Je vais vous raconter mon expérience.*



L'autoédition indépendante, c'est ce que j'ai choisi pour Rayures et Ratures, et ce qui me permet de vivre à plein temps de ce travail d'auteure/illustratrice/éditrice.

### **Les raisons pour lesquelles j'ai choisi l'autoédition :**

- Les propositions des éditeurs ne me permettaient pas de rémunérer mon travail, j'aurais été obligée de prendre un autre travail à plein temps, et donc de limiter mon temps passé à travailler sur les projets de livre et de contenu sur les blogs pour aider les gens.
- Le sujet de mon livre est un sujet de niche sur lequel j'avais déjà une communauté puisque je partageais du contenu sur le blog.
- Je connaissais déjà mes lecteurs via le blog et j'avais envie de faire le livre avec eux.
- J'étais très investie émotionnellement dans ce projet et je ne souhaitais pas faire les modifications demandées par un des éditeurs afin de rendre le livre « plus vendeur ».

### **Les raisons pour lesquelles j'ai choisi l'autoédition indépendante parmi les différentes méthodes d'autoédition :**

- C'était un livre en couleurs de 184 pages donc beaucoup trop cher en impression à la demande (25€ l'impression d'un exemplaire, donc après charges, commission de la plateforme, marge pour la commission du libraire et rémunération de l'auteur il aurait fallu le vendre minimum 35€, et il était impensable pour moi de le mettre à ce prix-là.)
- C'était un « gros » tirage pour de l'autoédition donc j'avais la possibilité d'avoir un tarif intéressant chez l'imprimeur : 2000 exemplaires pour le premier tirage, 3000 pour le second tirage.
- Ce projet était vraiment mon petit bébé, je voulais être certaine de sa qualité, et j'avais besoin de pouvoir toucher et sentir le papier avant d'imprimer le livre dessus (véridique :))
- Au départ, j'ai fait une école de commerce, donc m'occuper du marketing ou de la logistique ne me faisait pas peur, ce n'était pas totalement inconnu pour moi.

## Et pour un autre livre, quelle méthode je choisirais ?

Cela dépend !

Pour mon projet sur les maladies invisibles, dans lequel je suis également très investie émotionnellement, je passerais très certainement par la même méthode d'autoédition.

En revanche, pour publier ce guide de l'autoédition, illustré mais en noir et blanc, j'opterais probablement pour l'autoédition en numérique et via une plateforme d'impression à la demande. En effet, ce guide est là pour vous apporter de l'information mais ce n'est pas intime, personnel, ce n'est pas mon petit bébé sur lequel je planche depuis des années, et je n'ai pas non plus pour objectif de vivre des ventes de ce guide. Je préfère donc passer du temps sur mes projets plus personnels, et laisser la plateforme d'autoédition s'occuper de la production, de l'envoi et du suivi client.

Enfin, si un jour j'avais un projet de livre sur un thème qui m'intéresse mais pour lequel je suis moins impliquée émotionnellement, et qui serait relativement rapide à écrire et/ou illustrer (quelques mois), je pense que je le soumettrais à des éditeurs.



## II. LE PROCESSUS DE CRÉATION

On m'a souvent demandé quel était mon processus créatif. Il est très différent d'une personne à l'autre. Voici le mien, comment je crée mes projets, comment j'écris mes livres. Je ne le partage pas pour vous guider, il ne vous correspondra sûrement pas car nos projets sont différents, mais il vous inspirera peut-être pour trouver votre propre processus créatif.

Avant toute chose, je tiens à rappeler que j'écris des ouvrages de vulgarisation que j'illustre également, des projets de sensibilisation, je n'écris pas de fiction, pas de roman.

### A. L'idée

Au démarrage d'un projet de livre, il y a une idée. Eh oui, on ne va pas faire un livre pour dire qu'on a fait un livre. Un bon livre part d'une idée. D'un message à transmettre. D'une histoire bien précise à raconter.

Quand on lit un livre, on ressent beaucoup de choses. Et on ressent généralement la motivation de l'auteur. S'il a écrit ce livre pour le prestige, pour gagner de l'argent car le précédent a bien marché pour lui et il essaye d'en sortir un par an, pour se libérer d'un poids, pour le message qui lui tenait à cœur de transmettre...

Pour ma part, mes projets de livres sont toujours motivés par un besoin urgent de sensibiliser sur un sujet bien précis car je ressens une forte injustice. C'est cette forte injustice ressentie qui est le point de départ de mes livres. Par exemple, pour le premier livre sur les personnes surdouées, le point de départ a été un ensemble de réflexions entendues, basées sur des clichés, et la prise de conscience que ces clichés véhiculés portaient préjudice aux personnes concernées. Pour mon projet de livre en cours sur les maladies invisibles, le point de départ a été la prise de conscience de l'impact de ma maladie dans ma vie sociale, et les réflexions de mon entourage qui ne comprennent pas mon quotidien. Ce n'est pas juste de subir ces réflexions, basées sur des clichés, alors j'ai ressenti le besoin urgent de sensibiliser sur ces sujets.

Ensuite, je définis plus précisément le message que je veux transmettre, le ton que je veux adopter, pour qui je fais ce livre, dans quel but, etc. Je définis l'objectif de mon livre, puisqu'il se veut didactique et que je souhaite donc que le message transmis soit clair.

- Feuille de route -

**QUOI**: livre attrayant, coloré,  
gai

**POUR QUI**: personnes concernées,  
entourage, plutôt adultes.

**DANS QUEL BUT**: que les gens se  
comprennent, comprennent leurs  
enfants, le lisent avec eux,  
l'utilisent pour dialoguer sur  
ce sujet un peu tabou.

## B. Les recherches

Après avoir défini le thème et le message que je souhaite faire passer, je me plonge dans les recherches. Lectures sur le sujet de manière générale, rencontres, conférences, je fais une première analyse de ce qui existe, pour voir si ce que je souhaite faire apporte vraiment quelque chose de nouveau. Parce que bon, le but n'est pas de faire un énième livre sur un sujet traité déjà 10 000 fois sans rien apporter de neuf. Cette phase de recherches me permet soit d'abandonner mon projet s'il n'apporte rien, soit de le préciser en déterminant l'angle, le ton à adopter.

## C. Le squelette

Une fois que j'ai précisé tout cela, je réfléchis à la structure du livre afin de ne pas partir dans tous les sens comme je sais si bien le faire. Je pose sur papier tous les sujets que j'ai envie d'aborder. Je dresse le squelette du livre : les différentes parties et leur logique d'articulation, ce dont je souhaite parler dans l'introduction, les idées principales que j'aimerais que les gens retiennent après la lecture, etc. Comme une trame, qui pourra être modifiée par la suite. C'est ma feuille de route.

## D. L'enquête

J'ai précisé mes idées, j'ai la structure du livre en tête, maintenant je peux passer à ma partie préférée : l'enquête !

Puisque j'écris des ouvrages de vulgarisation sur des sujets de société, la phase d'enquête est une des phases les plus importantes de mon projet. Elle dure de longs mois (mais que je ne vois pas passer). Durant cette période, je fais des recherches sur des points bien précis, j'assiste à des conférences, je récolte des témoignages, je réalise beaucoup d'entretiens avec des personnes concernées par mon sujet (par exemple, je suis en ce moment même en train de rencontrer les associations de patients de différentes pathologies afin d'échanger avec les malades sur leur ressenti au quotidien pour mon prochain livre sur les maladies invisibles) qu'ils soient particuliers ou professionnels.

Je prends des notes, beaucoup de notes, je griffonne, je fais des croquis, je passe du temps au téléphone à interviewer ou sur le terrain. Et j'adore ça.

## E. L'écriture

Au bout d'un moment, bien que l'enquête me passionne, j'ai quand même envie de partager les fruits de mes recherches, de transmettre mon message, et je me lance dans l'écriture. Chapitre après chapitre, pas forcément dans l'ordre, j'écris, j'efface, je réécris, puis j'efface encore. Parfois, je laisse un chapitre de côté pour le reprendre plusieurs semaines plus tard, ce qui me permet d'avoir un peu de recul et de pouvoir le corriger. Quand une idée est plus compréhensible en illustration, j'écris une petite note dans la marge. Je relis plusieurs fois mon texte, et lorsque j'en suis relativement satisfaite (car je ne serais jamais complètement satisfaite, je me connais), je passe à l'étape suivante : les illustrations.

## F. Les illustrations

Cette étape est relativement rapide, car en écrivant le texte, j'ai déjà eu et noté presque toutes mes idées d'illustrations. Je numérote chacune des illustrations à faire avec l'endroit où elles s'insèrent dans le texte, je fais mes croquis au stylo bille sur une feuille de papier volante (parfois je les perds alors je les refais, mais j'essaye de mieux m'organiser), puis je scanne mes croquis et je réalise les illustrations digitales sur le logiciel Procreate de l'Ipad Pro.

Je les crée avec le mode colorimétrique CMJN, pour l'impression, ou je les enregistre directement avec le profil colorimétrique de mon imprimeur si j'ai déjà choisi qui allait imprimer le livre. Dans la version professionnelle du guide, vous trouverez toutes les informations techniques à connaître un rendu couleur optimal.

## G. Les bêta-lecteurs

Cette phase est une des phases cruciales du processus de création, et peut-être la plus stressante : l'envoi de la première version du livre aux bêta-lecteurs.

En ayant opté pour l'autoédition, il n'y a pas d'accompagnement de l'éditeur tout au long de la création, qui commenterait et proposerait des modifications. Pour être à la hauteur d'un professionnel, s'assurer que notre ouvrage est clair, cohérent et fluide, je trouve cela important de confronter son livre à des bêta-lecteurs. Ils ne s'occupent pas de la correction des fautes de syntaxe ou d'orthographe, ce sera dans un second temps, ils s'occupent du contenu, du fond. Ils lisent le livre, commentent, disent ce qu'ils ont aimé, moins aimé, s'il y a des passages où ils n'ont rien compris,

une logique maladroite, si le livre leur apporte quelque chose, ou s'il s'agit d'une lecture quelconque. Leur avis est précieux.

La partie 2 n'est pas très claire je trouve.



Peut-être qu'il faut plus synthétiser à cet endroit : ...



Le ton c'est mickel!



*Mais comment trouver des bêta-lecteurs ?*

Pour ma part, avant d'être un livre, Rayures et Ratures est un blog, sur lequel je diffuse du contenu gratuit. J'ai sélectionné des bêta-lecteurs parmi les lecteurs du blog, non pas au hasard, mais parce qu'ils m'envoyaient des messages constructifs à propos de mon travail, que ce soit à propos du blog ou du livre. Par exemple, un lecteur du blog m'a un jour envoyé un email me disant que mon dernier article était bien, mais que cela se voyait que j'essayais de ne vexer personne, que j'affirmais moins mon point de vue, que je nuançais beaucoup trop mes propos pour plaire à tout le monde. Ce lecteur avait raison, j'avais fait très attention pour ne vexer personne car j'avais reçu une critique violente quelques semaines auparavant. Son avis était constructif et honnête, je ne connaissais pas ce lecteur, alors je lui ai demandé s'il acceptait de devenir bêta-lecteur. Je conseille fortement de trouver des bêta-lecteurs qui ne sont pas des membres de votre famille ou des ami(e)s proches. Il existe des freelances qui proposent leurs services en bêta-lecture/relecture.

## H. La correction

Une fois que le manuscrit est passé entre les mains de mes bêta-lecteurs, s'ils ont validé le fait que ce livre sert à quelque chose et aidera les gens, j'effectue les modifications suite à leurs remarques, puis je passe à l'étape de la correction. Syntaxe, orthographe, typographie (car il y a des règles typographiques à respecter), les correcteurs vérifient tout le livre, et corrigent. Je vous recommande vivement de ne pas faire l'impasse sur cette étape. Pour mon livre *Rayures et Ratures*, j'ai choisi d'avoir plusieurs correcteurs car ils étaient non professionnels mais j'avais totalement confiance en eux. Même avec plusieurs correcteurs, il peut rester des coquilles, même dans les livres de grands éditeurs, mais vous les réduirez au maximum.

**Erreur fréquente : avoir un manuscrit avec beaucoup de fautes, ce qui donne une image d'amateurisme et peut freiner la distribution de votre livre.**

## I. Couverture et 4ème de couverture

Une fois que l'intérieur du livre est terminé, place à la couverture. Etant illustratrice et ayant travaillé dans le marketing auparavant, créer la couverture de mon livre était dans mes cordes. J'ai créé plusieurs versions, puis j'ai fait voter la communauté de lecteurs qui suit le projet sur Instagram. Le livre, je le fais pour eux, alors je voulais qu'ils se l'approprient.

Pour la 4ème de couverture, j'ai fait appel à une rédactrice/attachée de presse pour écrire un texte, et je le referai je pense pour les suivants. Car sur la 4ème de couverture, il y a généralement un texte qui résume le livre en donnant envie de le lire, mais également quelques lignes sur l'auteur. Et je ne me voyais pas écrire à la 3ème personne sur moi. Je ne suis pas à l'aise.

Quand on m'envoie le texte de la 4ème de couverture, il ne me reste plus qu'à mettre en page tout le fichier de la couverture... et la phase de création est terminée !

**Erreur fréquente :  
Avoir une jolie couverture, mais qui ne parle pas aux lecteurs.**

*Dans la version professionnelle du guide, vous trouverez davantage d'informations sur la réalisation d'une couverture, qui ne doit pas être seulement jolie, qui doit surtout parler à vos lecteurs potentiels.*

## J. Quel délai pour ce processus de création ?

Le délai dépendra de vous ! Certains écriront rapidement et pourront publier plusieurs livres par an. Ce n'est pas mon cas, je passe beaucoup de temps à enquêter, je ne suis jamais satisfaite et très exigeante, je peux modifier mon projet de livre 10 fois pour trouver le ton qui me va bien et le faire relire et corriger 20 fois avant d'être persuadée qu'il va aider quelqu'un, et penser à sa publication. Le livre dont je vous parle sur les maladies invisibles et sur lequel je travaille, mettra probablement plusieurs années à être terminé et publié. En revanche, le petit frère de Rayures et Ratures, sur lequel je travaille en parallèle, verra le jour beaucoup plus rapidement, en 8/9 mois peut-être, si j'en suis satisfaite à la fin, pour la simple et bonne raison que j'ai déjà le ton, je connais les lecteurs, je sais ce qu'ils ont aimé dans le premier tome, je ne pars pas en terre inconnue.

## III. LA PRODUCTION

Maintenant que le livre est presque terminé et que la couverture est créée, place à la nouvelle étape, celle qui donne vie au livre : la production. Si vous vous intéressez plutôt à l'autoédition numérique ou à l'impression à la demande, seulement la fin de cette partie vous intéressera, car l'impression est prise en charge par la plateforme d'autoédition. En revanche, si l'autoédition indépendante vous titille, lisez-bien ce qui va suivre.

### A. La campagne de financement

Pour auto-éditer son livre de façon professionnelle et l'aider à avoir une bonne visibilité, il est indispensable d'avoir un petit budget. Si vous décidez d'auto-éditer votre livre vous-même, sans passer par une plateforme, le budget sera conséquent puisqu'il faudra, entre autres, imprimer un stock de livres. **Mais vous n'avez pas forcément à avancer ce budget, et je vous conseille même de ne pas le faire, même si vous avez des économies.** En effet, je vous conseille plutôt de faire une campagne de financement participatif (*crowdfunding*) avant de lancer les impressions.

#### ***Qu'est-ce que c'est ?***

Le financement participatif pour un livre, c'est comme une campagne de pré-commandes. Vous créez une page sur une plateforme de financement participatif sur laquelle vous présentez votre projet, et si les lecteurs sont intéressés, ils peuvent contribuer financièrement. En échange, lorsque le projet aura pu se concrétiser et que le livre aura vu le jour, ils recevront un exemplaire.

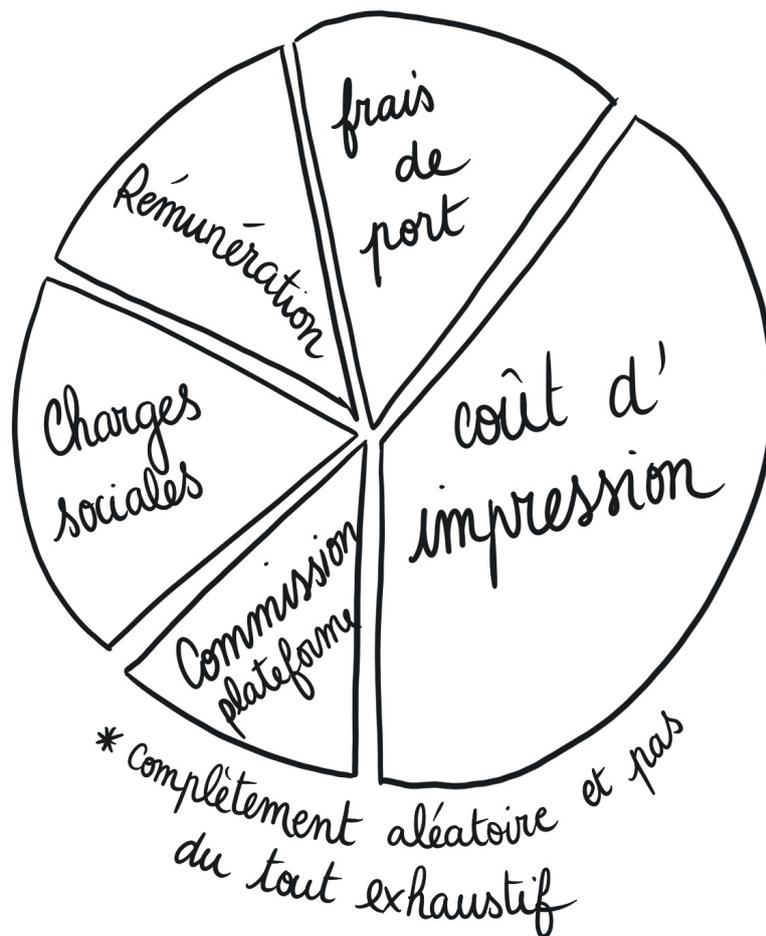
C'est sans risque pour les contributeurs, car le porteur du projet fixe un objectif à atteindre pour la fin de la campagne qui a une durée limitée (par exemple, 5000€). Si l'objectif est atteint, le contributeur est débité du montant qu'il a souhaité donner, et recevra sa contrepartie (le livre, ou plein de goodies). Si l'objectif n'est pas atteint, le contributeur est remboursé, le porteur de projet ne touchera rien et le livre ne verra pas le jour, mais à part du temps, personne n'aura perdu d'argent.

## Quel intérêt ?

Il y a de nombreux intérêts à passer par une campagne de financement participatif. L'intérêt principal, c'est **d'avoir les fonds en amont pour pouvoir lancer les impressions**. Imprimer un stock de livres coûte cher, mais imprimer un stock de livre permet d'avoir un tarif unitaire beaucoup plus intéressant qu'en impression à la demande, donc de rendre le livre plus accessible, et de mieux rémunérer le travail de l'auteur.

*Vous découvrirez, dans la version professionnelle du guide, les autres raisons pour lesquelles passer par une campagne de financement participatif peut être très intéressant pour la publication de votre ouvrage.*

## Comment définir le budget de la campagne ?



Le budget de la campagne de financement, l'objectif à atteindre, dépendra de vos charges pour concrétiser le livre. Elles sont différentes selon les projets, il faudra par exemple tenir compte :

- du coût de production des contreparties (le livre, les goodies...)
- des frais de port et d'emballage si vous livrez les contreparties chez les contributeurs
- des charges sociales selon votre statut juridique
- de la commission de la plateforme de financement participatif
- des coûts de communication si vous décidez de faire de la publicité pour faire parler du projet
- de la rémunération des personnes ayant travaillé sur le livre (auteur, illustrateur... etc.)
- Etc.

#### Erreurs fréquentes :

Mal estimer l'objectif de la campagne, oublier une charge, et avoir une mauvaise surprise à l'arrivée.

Lancer la campagne trop tôt, ou communiquer trop tard.

Proposer trop de contreparties.

*Si vous souhaitez lancer une campagne de financement participatif pour auto-éditer votre projet (de livre, de jeu, ou autre), vous retrouverez dans la version pro du guide tout le déroulement de la campagne, les facteurs clés de succès des campagnes de financement participatif de livres, des conseils pour la phase de lancement qui est le moment crucial pour le succès de la campagne, les différents intérêts d'une telle campagne, un template pour calculer votre budget sans rien oublier (quand on oublie les taxes et charges sociales, ça fait mal à la fin) ainsi que des conseils sur les contreparties proposées (j'ai fait beaucoup d'erreurs là-dessus, et j'ai appris de mes erreurs).*

## ***Mon expérience :***

Je suis passée par une campagne de financement pour lancer les impressions de Rayures et Ratures. J'avais pour objectif d'imprimer 500 exemplaires au total, et j'avais calculé mes prix par rapport au tarif d'impression de 500 exemplaires. L'objectif a été atteint en quelques heures, j'étais stressée, j'étais surprise, aussi, mais avec du recul et l'avis d'un professionnel j'ai pu analyser ce qui avait fait le succès de cette campagne.

Le projet a plu, et au terme de la campagne ce sont plus de 800 livres qui ont été pré-commandés, et certains contributeurs ont donné des montants plus élevés que le prix d'un livre, ce qui m'a permis d'en imprimer 2000 au total, sans trop de risque : j'avais le budget en amont, et je savais que le livre intéressait déjà plus de 800 personnes, donc que vendre 2000 exemplaires serait probablement réalisable en une année.

Je ne m'attendais pas à tant de pré-commandes, alors je n'avais pas anticipé l'organisation.

## B. Préparation des fichiers

Lorsque vous avez confirmation que votre livre plaît, que vous commencez à trouver des lecteurs et que vous allez pouvoir l'imprimer, il faut préparer les fichiers pour l'impression.

Il faudra d'abord réaliser la maquette du livre, en tenant compte des marges pour que le texte ne soit pas trop près des bords, en respectant les quelques règles de base selon votre genre de livre (par exemple, sachez que les chapitres de romans ou d'essais commencent toujours sur une page de droite, soit une page impaire), en intégrant des fonds perdus, en respectant le profil colorimétrique demandé par l'imprimeur. Toutes les informations techniques sur la création du livre seront dans la version pro du guide. Sans compétences graphiques ou maîtrise des logiciels de mise en page, vous pouvez déléguer cette tâche à un maquettiste free-lance par exemple.

**Erreur fréquente :**

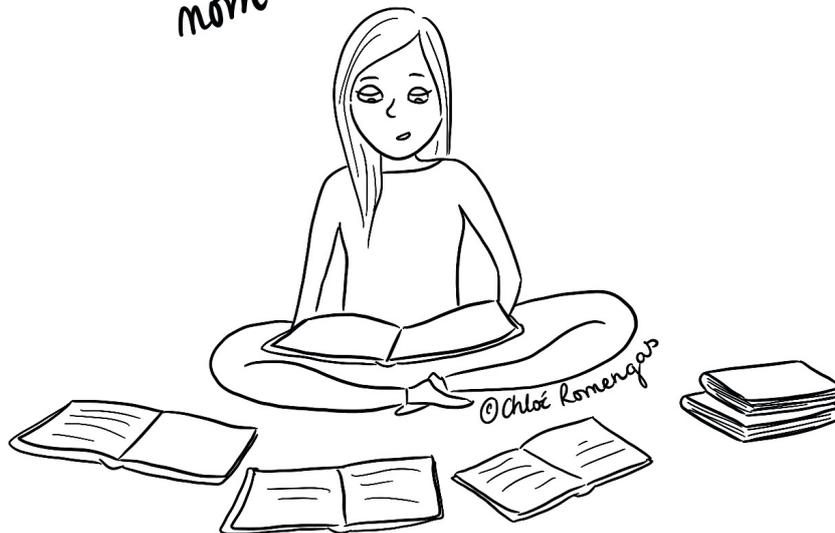
**Négliger la mise en page, et avoir un livre qui paraît – à tort – amateur.**

*Pas de panique, les règles de mise en page vous seront détaillées dans la version professionnelle du guide, avec les spécificités pour les livres brochés et pour les ebooks. Lorsque l'on maîtrise les règles de base, la mise en page fait tout de suite plus professionnelle !*

## C. L'impression

Plutôt que de chercher comme moi de longs mois sur Google un imprimeur de livres qui accepte les petits tirages (<10000 exemplaires) et qui réalise des impressions en couleurs, voici une petite astuce qui vous fera gagner du temps : le nom de l'imprimeur est une mention légale à indiquer sur le livre. Donc, ouvrez les livres de votre bibliothèque dont vous aimez la qualité, regardez sur la première ou la dernière page, vous verrez probablement le nom de l'imprimeur, et sa localisation, et il ne vous reste plus qu'à l'appeler pour voir s'il peut vous aider dans votre projet !

Et dire que ça fait des  
mois que je cherche un  
nom d'imprimeur...



Pour mon livre, je voulais travailler avec un imprimeur local afin de pouvoir aller voir toutes les étapes de fabrication du livre, et parce que j'aurais aimé soutenir l'activité locale, malheureusement les imprimeurs près de chez moi n'acceptaient pas les petits tirages de livres de plus de 180 pages. Tant pis ! J'ai opté pour un formidable imprimeur en Europe, avec une équipe très sympa, et qui m'a envoyé les différents types de papier et de couvertures possibles afin que je puisse faire mon choix. Il m'a même envoyé un livre tout blanc avec le nombre de pages et le type de couverture que j'avais choisi, ce qui m'a permis de connaître le poids du livre en amont (très important pour estimer les frais de port). Aujourd'hui j'en suis très satisfaite, j'ai effectué le nouveau tirage du livre chez eux, et je travaillerai à nouveau avec eux pour mes futurs ouvrages auto-édités.

## D. Fixer le prix de vente du livre

En France, le prix d'un livre, qu'il soit papier ou numérique, est soumis à la loi Lang du 10 août 1981. Cette loi stipule que **le prix du livre est unique**. Que le lecteur achète le livre dans une librairie en ligne, dans une grande surface, dans une petite librairie indépendante ou directement de la main de l'auteur, le prix doit être le même. Un rabais maximum de 5% est autorisé, mais il est interdit de proposer des frais de port gratuit. C'est pour cela que sur des sites comme Amazon, par exemple, la livraison du livre est à 1 centime et non gratuite comme ils le font pour les autres

produits.

Le prix du livre est déclaré à la Bibliothèque Nationale de France lors du dépôt légal et n'est plus modifiable ensuite. Il doit même figurer sur le livre lui-même (souvent en 4ème de couverture).

L'auteur auto-édité est libre de fixer le prix de son livre. Mais comment le fixer ? En fonction du travail, de la stratégie mais aussi et surtout des habitudes des lecteurs.

Pour un livre numérique, le prix moyen, en France, est généralement inférieur à 8€. Comme il n'y a pas de coût d'impression à supporter, fixez le prix en fonction de votre stratégie : si vous souhaitez développer rapidement votre notoriété pour ensuite être édité, vous pouvez opter pour un prix attractif (car plus le livre sera téléchargé, plus les éditeurs vous repèreront), en revanche si vous avez déjà votre lectorat (car vous avez d'autres ouvrages à votre actif, un blog, ou une communauté par exemple), privilégiez un prix « juste » compte tenu du travail fourni.

Pour un livre papier, le prix dépendra du coût de revient du livre, de la méthode de distribution (pensez à inclure le pourcentage de commission des libraires si vous souhaitez vendre en librairie par exemple), de vos cotisations sociales donc de votre statut juridique, etc.

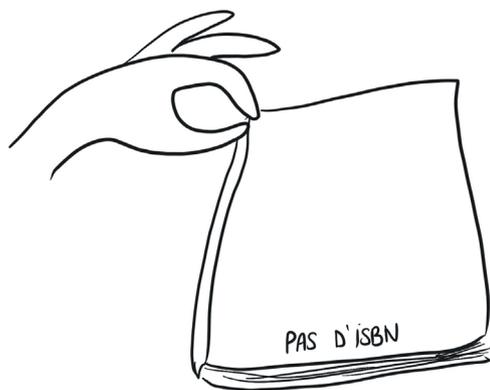
**Erreur fréquente : oublier de tenir compte de certaines charges lorsque vous définissez le prix de votre livre, et avoir une mauvaise surprise à la fin puisque vous ne pourrez pas modifier son prix.**

*Si à la fin de la lecture de ce guide vous décidez de vous lancer dans la merveilleuse aventure de l'autoédition indépendante, vous trouverez dans la version pro du guide des templates pour vous aider à calculer le coût de revient de votre livre et son prix de vente sans oublier de charge et ainsi éviter les mauvaises surprises.*

## E. Mentions légales et démarches juridiques

Un livre, c'est un produit, et il y a des règles à respecter lors de sa création pour le commercialiser : les mentions légales.

*Ça, c'est pas un livre commercialisable.*



Parmi les mentions légales, on trouve par exemple le prix du livre TTC, le mois et l'année du dépôt légal qui s'effectue à la Bibliothèque Nationale de France, la date d'achèvement du tirage, les informations concernant l'imprimeur, l'ISBN ainsi que le code EAN en 4ème de couverture...

Les mentions légales seront détaillées dans la version pro du guide. Ce n'est pas compliqué lorsque l'on connaît les démarches, mais il faut y penser afin de ne pas lancer l'impression d'un stock de livres qui ne pourraient pas être distribués, d'autant qu'il y a des petites spécificités selon la nature de l'ouvrage.

**Erreur fréquente :**

**Oublier de faire le dépôt, et mettre le livre en circulation sans protection.**

**Après toutes ces étapes, votre livre est enfin prêt à être mis en vente. Mais où et comment le distribuer ?**

# IV. Distribution

## A. Vente en ligne

### 1. Impression à la demande

Si vous avez opté pour l'impression à la demande, le livre sera en vente sur les boutiques en ligne des plateformes, et généralement disponibles à la commande par les librairies si vous avez choisi cette option.

### 2. *Les places de marché (marketplaces) comme Amazon ou Etsy*

Si vous avez opté pour l'autoédition indépendante, et que vous avez un stock de livres chez vous à vendre, vous pouvez choisir de le distribuer sur des marketplaces comme Amazon ou Etsy par exemple. Il vous suffit d'ouvrir un compte vendeur, de renseigner les informations du livre (les informations légales, une photo et un descriptif) et votre livre sera disponible à la vente sur la marketplace. Les commandes arrivent sur le compte vendeur, le paiement s'effectue directement sur la plateforme, et vous n'aurez qu'à préparer et envoyer les commandes. La plateforme prend une commission sur vos ventes, et parfois vous facture la mise en ligne d'un produit ou un abonnement. Certaines plateformes comme Amazon proposent un service « expédié par Amazon » si vous ne souhaitez pas vous occuper de la préparation et de l'envoi des commandes.

### 3. *Boutique en ligne sur son site/blog*

Vendre sur une *marketplace*, c'est bien pour débiter, quand on ne sait pas comment créer un site marchand, qu'on ne veut pas investir car on ne sait pas si le livre va plaire, ou que l'on n'a pas de communauté. En revanche, si le livre est adapté d'un blog ou touche une cible très particulière à qui l'on peut s'adresser facilement via un site internet, autant proposer le livre à la vente sur son propre site/blog. De cette manière, on évite les mastodontes de la distribution en ligne et les abus fréquents de leurs clients (je vous en parlerai dans la version pro) et on évite leur commission. C'est du circuit court, et moi j'adore ça ! Mais cela ne se prête pas à tous les projets, car il faut que le site/blog sur lequel on vend le livre soit visible et fréquenté.

## B. Vente en librairie



La librairie est une belle vitrine pour le livre et souvent un doux rêve pour l'auteur. Mais peut-on vendre en librairie lorsque l'on est auto-édité ? Comment les livres arrivent-ils en librairie ?

Les libraires disposent d'une base de référencement à partir de laquelle ils peuvent commander un livre. Les grandes librairies ont leur propre base comme la FNAC ou Decitre. Les librairies indépendantes fonctionnent généralement avec d'autres bases comme la base Electre ou le réseau Dilicom.

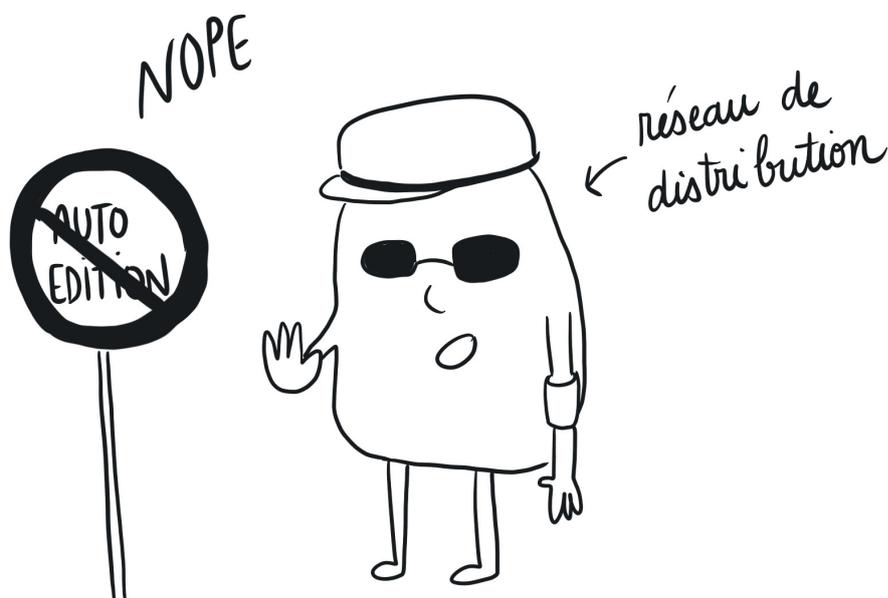
### **1. Impression à la demande**

Comme je l'écrivais précédemment, la majorité des plateformes d'impression à la demande proposent aujourd'hui une option payante avec le référencement en librairie, c'est-à-dire le référencement sur les bases de données qu'utilisent les libraires pour commander les livres. Ils n'auront qu'à passer commander via cette base, et la plateforme d'impression à la demande leur enverra les exemplaires.

En revanche, il est peu probable que les librairies décident d'acheter un stock de vos livres auto-édités afin de les mettre en rayon sans que vous les ayez démarchées. Attention, un livre disponible en librairie n'est pas forcément *en rayon en librairie*. Il est en réalité disponible à la commande.

## 2. Autoédition indépendante

Lorsque l'on auto-édite son livre de manière totalement indépendante, la distribution en librairie est plus complexe, car le livre est refusé automatiquement de certains comme réseaux Electre ou Dilicom (sauf coup de chance, mais ne tablez pas là-dessus).



Dans un premier temps, si vous souhaitez vendre en librairie, il faudra les démarcher vous-même, librairie par librairie. Aller les voir, leur montrer votre livre et un dossier de presse si besoin, négocier les conditions (quel pourcentage de remise libraire, qui prend en charge les frais de port, les retours, etc).

Il est possible de faire du **dépôt-vente** (vous déposez vos ouvrages, ils prennent une commission sur ceux qu'ils ont vendus et vous rendent les invendus), ou bien qu'ils **achètent un stock à un prix libraire** pour le revendre ensuite au prix unique du livre.

Si votre livre se vend bien en ligne et que des lecteurs vont demander le livre en librairie, il se peut que les libraires vous contactent sur votre site internet s'ils trouvent vos coordonnées. Vous leur enverrez un devis avec vos conditions, ils vous diront s'ils acceptent ou non, puis vous enverrez le livre, et ils vous enverront un règlement après coup. C'est très chronophage si vous vendez les livres un par un (c'était mon cas, les libraires ne commandent que très rarement plus d'un exemplaire, ils n'achètent pas

souvent de stock de livres « peu connus » pour les mettre en rayon), mais si vous arrivez à nouer une belle relation avec un libraire qui vous fait confiance, achète un stock et le met en rayon, vous pouvez toucher beaucoup plus de lecteurs et avoir une belle visibilité.

Le libraire se rémunère en prenant une commission sur le livre. Généralement, ils demandent entre 30 et 50% de remise selon les librairies. Dans votre devis, pensez bien à parler des frais de port entre votre local et la librairie : est-ce que vous les facturez au libraire ? Est-ce que vous les partagez ? Est-ce que vous le prenez en charge ? Tout cela dépendra bien évidemment de votre marge de manœuvre possible afin que vous ne vendiez pas à perte.

Pour ma part, après plusieurs mois à gérer les commandes de libraires une par une, j'ai décidé de leur donner un code promo correspondant à la remise libraire, ils l'appliquent en commandant directement sur mon site, et tout le monde gagne du temps. J'ai également décidé de ne plus faire de remise libraire pour les commandes d'un seul exemplaire, car je considère que le libraire n'est dans ce cas-là qu'un intermédiaire, il n'a pas fait de travail de communication autour du livre en le mettant en rayon et en prenant un minimum de risque. Ne faisant presque aucun bénéfice sur un exemplaire vendu en librairie, je n'ai plus de scrupule à refuser les commandes d'un exemplaire unique pour privilégier le circuit court.

En fonction de votre projet, de votre objectif, de vos valeurs, vous trouverez la méthode de distribution qui vous correspondra le mieux.

#### **Erreurs fréquentes :**

**Laisser l'affectif prendre le dessus, et vendre votre livre à travers des circuits de distribution qui font que vous vendez à perte, ou ne rentabilisez pas votre travail.**

**Confondre « disponible en librairie » et « en rayon en librairie »**

**Ne pas se protéger assez quand on vend à un distributeur.**

*Vous trouverez dans la version professionnelle du guide toutes les informations pour choisir les circuits de distribution qui vous correspondent et pour vous protéger lorsque vous distribuez vos livres.*

## C. Autres circuits de distribution

Selon le thème du livre auto-édité, il pourra être distribué à différents endroits. Selon le thème de votre livre, vous pourrez ainsi le distribuer en boutique de créateur, magasin bio, magasin spécialisé...

**Erreur fréquente :**

**Ne pas penser à tous les circuits de distribution parallèles peu connus, mais parfois beaucoup plus intéressants pour vous !**

## V. LA PROMOTION

Lorsque le livre est disponible dans différents points de vente, qu'ils soient physiques ou virtuels, il ne va pas se vendre tout seul. Il faut que les lecteurs potentiels soient au courant de sa sortie, en entendent parler pour avoir éventuellement envie de le lire, de se renseigner un peu plus, et de l'acheter s'ils le souhaitent.

**Erreur fréquente :**

**Penser que si le livre est bien, il trouvera forcément ses lecteurs.**

Dans un contexte de surproduction de livres, il n'est pas toujours facile d'avoir de la visibilité, surtout lorsque l'on est auto-édité. Comment faire pour obtenir de la visibilité sans trop de moyens ?

### A. Bien travailler sa page de vente

La page de vente, c'est un terme très marketing. Et le marketing, pour de nombreux auteurs, fait peur, car on pense à manipulation ou achat forcé. Pourtant, il ne s'agit pas là de forcer le lecteur à acheter votre ouvrage, ni de lui donner une promesse qui ne sera pas tenue dans votre livre, pour lui donner envie mais qu'il soit déçu ensuite. Le marketing, dans ce guide, et dans sa version professionnelle, n'est que **le moyen de trouver les lecteurs qui auraient besoin de votre ouvrage, qui retireraient une grande valeur de sa lecture (une plus grande valeur que le prix d'achat du livre), pour leur indiquer qu'il est sorti, qu'il existe.**

Et pour cela, la toute première chose à faire, c'est de bien travailler sa page de vente. Par page de vente, j'entends la page qui présente votre livre sur la plateforme d'autoédition, ou sur votre site internet. Pour que le lecteur qui aurait besoin de votre ouvrage puisse le trouver, il va falloir rédiger une bonne page de présentation. Ecrivez un résumé différent de la 4ème de couverture, n'oubliez pas les mots-clés qui correspondent à votre livre et qui permettront au lecteur de tomber dessus sur la vaste toile, donnez-leur le plus d'informations possible afin qu'ils puissent savoir si cette lecture leur apporterait quelque chose ou non.

### Erreur fréquente :

Penser au contenu intérieur du livre, mais en oublier l'extérieur (la quatrième de couverture, la présentation sur la plateforme, etc).

## B. L'importance de la communauté (blog, réseaux sociaux, etc)

Avoir une communauté qui suit votre travail ou qui est intéressée par le sujet que vous traitez dans le livre est un facteur clef de succès pour l'autoédition. C'est même, je crois, une condition. Si personne ne connaît votre travail, si personne n'a lu vos écrits, si personne ne vous suit, si vous sortez de nulle part, vous avez deux possibilités :

1. Opter pour l'édition traditionnelle qui vous apportera plus de visibilité
2. Ou ne pas avoir peur de concentrer vos efforts sur la promotion de votre livre auto-édité (avant sa sortie) afin de construire cette communauté.

### Erreur fréquente :

Ne pas parler de son livre avant sa sortie

## C. La presse et les médias

N'hésitez pas à réserver quelques exemplaires du livre pour envoyer à la presse susceptible d'être intéressée par votre projet. Accompagnez les exemplaires d'un dossier de presse. Cela nécessite un gros travail de sélection avant (pas question d'envoyer le livre à tous les journalistes au risque qu'il passe inaperçu et que vous perdiez des exemplaires). Il vaut mieux envoyer peu de livres mais bien cibler les personnes à qui vous les envoyez. Si vous le pouvez, engagez un(e) attaché(e) de presse qui aura les contacts des journalistes susceptibles d'être intéressés, et pourra négocier pour vous des parutions.

## D. La campagne de financement participatif

La campagne de financement est un excellent moyen de promotion de votre ouvrage, car plus le lancement sera un succès, plus le projet sera mis en avant sur la plateforme et attirera de nouvelles personnes qui seront des lecteurs et contributeurs potentiels.

## E. Participation à des événements (salons, etc)

S'il est difficile de participer aux gros salons lorsque l'on est auto-édité, il existe de nombreux événements à travers la France (et le monde) auxquels vous pouvez assister. Pour des romans, vous choisirez plutôt les salons du livre, salons d'autoédition ou salons spécialisés dans votre genre de roman, si votre livre est sur un thème bien particulier, vous choisirez plutôt des événements liés à ce sujet-là. Il y a de nombreuses possibilités pour faire la promotion de son ouvrage.

## F. Organisation d'événements (lancement, dédicaces, conférences, etc)

Vous pouvez également organiser vous-même des événements promotionnels : une soirée pour le lancement du livre, une rencontre, une dédicace, ou bien une conférence sur le thème de votre livre. Les divers événements sont de bons moyens de rencontrer les lecteurs en direct, échanger sur le livre, dédicacer ou vendre des exemplaires.

**Erreur fréquente :**

**Ne pas oser parler de son livre, et rester derrière son écran.**

## VI. LA GESTION

### A. Qui dit auto-éditeur dit entreprise

*Je suis une entreprise.*

*Je suis une entreprise.*

*Je suis une entreprise.*



Quand vous êtes auto-éditeur, vous devenez une entreprise. Vous vendez vos livres, vous faites du commerce, il vous faut donc un **statut juridique** pour votre entreprise, et comme pour toute entreprise, il y a des obligations comptables et fiscales. Le but de ce guide gratuit n'est pas de toutes vous les lister ni de vous expliquer comment faire vos déclarations, mais de vous donner un aperçu du cadre et des démarches afin que vous puissiez estimer le temps passé, voir si cela vous motive, vous impressionne, et si vous arrivez à l'envisager. La version professionnelle du guide sera destinée à répondre à toutes vos questions techniques sur les statuts, la comptabilité, la déclaration, la facturation, le suivi d'activité, les obligations fiscales, toutes ces choses qui peuvent paraître insurmontables quand on ne connaît pas, mais qui sont tout à fait surmontables quand on a les bonnes clés en main.

## B. Quel statut juridique pour s'auto-éditer ?

Déjà, pour s'auto-éditer et commercialiser ses livres, il faudra un statut juridique. Il est possible, au cas particulier, de vendre sans statut et de déclarer les revenus de ses ventes en Bénéfices Non Commerciaux sur votre déclaration d'impôts, sous réserve de l'autorisation de votre administration fiscale. Cela est généralement accepté pour les livres numériques ou pour l'impression à la demande en tout petit volume et cercle très restreint, mais il vous faudra tout de même demander une autorisation formelle.

Si vous souhaitez diffuser vos livres à plus grande échelle, au delà de vos proches, le plus simple, pour démarrer, est la micro-entreprise. Il en existe plein d'autres, mais la micro-entreprise est le statut le plus utilisé par les auteurs auto-édités aujourd'hui.

Dans la micro-entreprise, il y a plusieurs options selon votre activité. Les ventes de votre activité peuvent relever des bénéfices industriels et commerciaux, ou des bénéfices non commerciaux. Ensuite, vous pouvez vendre des marchandises, ou des prestations de service. Selon votre activité, le calcul des cotisations sociales et la déclaration et le traitement fiscal seront différents. Tout ceci sera détaillé dans la version pro du guide. Une fois que l'on a compris quelle est notre activité, quel est notre statut, et ce qu'est le chiffre d'affaires, il ne s'agit plus que d'une habitude à prendre pour déclarer les ventes.

### *Et quand on a déjà un statut d'auteur ?*

Certains auteurs/illustrateurs sont déjà à leur compte pour une autre activité (s'ils sont auteurs ou illustrateurs pour l'édition ou s'ils sont illustrateurs pour des particuliers) et sont donc enregistrés à la Maison des Artistes ou à l'Agessa, avec un numéro SIRET et le statut d'artiste auteur correspondant à cette activité. Il n'est pas possible de vendre des marchandises avec un statut d'artiste auteur, mais il est totalement possible de cumuler les deux statuts. L'auteur/illustrateur peut avoir un numéro SIRET correspondant à son activité d'auto-éditeur, qui lui permettra de vendre ses livres et de déclarer son chiffre d'affaires et un autre numéro SIRET avec lequel il pourra être rémunéré en droit d'auteur lorsqu'il travaille avec des maisons d'édition.

Si l'auteur/illustrateur ne souhaite pas cumuler ces deux statuts et qu'il travaille de façon très ponctuelle pour l'édition (si son revenu provient majoritairement des ventes de ses livres auto-édités), il peut n'avoir qu'un seul statut, en micro entreprise, et déclarer différemment ses droits d'auteur.

### Erreurs fréquentes :

Se renseigner sur les statuts après avoir lancé son activité.

Choisir un statut qui n'est pas adapté à votre projet (votre activité, votre ambition) et donc avoir des frais trop importants.

Penser que l'on peut commencer à vendre sans statut, sans demander l'autorisation.

*Dans la version professionnelle du guide, vous trouverez toutes les informations sur les statuts, les liens pour vous déclarer, la liste des obligations comptables et fiscales, ce qu'est le chiffre d'affaires, quel montant déclarer exactement, des templates de fichiers pour vous faciliter la tâche, et même des tableaux de bord à compléter, pour suivre votre activité et prendre les meilleures décisions !*

## C. La charge de travail

C'est bien beau tout cela, mais afin de savoir si l'autoédition est faite pour vous ou non, il faut se rendre compte de **la charge de travail**. J'ai conscience que toutes les informations données précédemment puissent faire peur quand on voudrait se consacrer à l'écriture et que l'on n'a pas forcément de bagage commercial et/ou administratif. Pourtant, même si cela paraît lourd lorsque l'on détaille tout ce à quoi il faut penser, c'est relativement simple au quotidien dans le sens où ce n'est qu'une habitude à prendre. La toute première auto-publication demande beaucoup de travail, car tout est nouveau. On ne sait pas comment cela fonctionne, ce qu'il faut faire, qui contacter, où et comment déclarer. Mais quand on l'a fait une fois, c'est tout de suite beaucoup plus simple.

*Aujourd'hui, j'ai mon statut de micro entreprise. Je suis en vente de marchandises, car je vends principalement des livres papier. Mon plafond de chiffre d'affaires est donc de 170 000€ par an, ce qui me laisse quand même de quoi faire car cela correspond à presque 7 000 livres vendus par an. Au delà des déclarations du début d'activité (créer son statut, demander le numéro ISBN du livre, etc.), il ne me reste plus que la gestion quotidienne de mon activité. Cela consiste à déclarer chaque mois mon chiffre d'affaires (environ 1 minute par mois, donc), envoyer mes commandes 3 fois par semaine (c'est mon rythme, en fonction du volume de ventes certains envoient une fois par semaine, chaque jour, ça dépend), assurer le suivi client (les demandes de retour, les problèmes de livraison), parler du livre sur les réseaux (c'est très naturel quand le livre est tiré d'un blog en fait), relancer les libraires qui n'ont pas payé, organiser ou participer à des événements, m'occuper du site internet et de la boutique en ligne, répondre à des journalistes ou les contacter. Cela me prend en moyenne une journée complète par semaine. Je passe également une journée par semaine à m'occuper de la communauté (réseaux sociaux, blog, réponse aux mails de lecteurs, etc). Et 3 jours à réfléchir, écrire ou dessiner pour de nouveaux projets.*

Le temps passé à la gestion dépend réellement de vous, du volume de commandes, du temps dont vous disposez et que vous êtes prêts à mettre dans la gestion de votre entreprise. Certains auteurs font beaucoup de promotion, et passent plusieurs jours par semaine sur leur stratégie de communication et de marketing. Ils maximisent ainsi leur chance de vendre en volume. D'autres auteurs, au contraire, délèguent toutes ces tâches pour se concentrer sur l'écriture. D'autres, encore, négligeront certaines tâches qu'ils ne jugent pas utiles pour diffuser leur livre comme ils le souhaitent.

J'ai la chance de bénéficier du bouche à oreilles sur mon livre, qui me suffit pour le moment par rapport à mes objectifs personnels, ce qui me permet de ne pas passer trop de temps sur la communication ou le marketing. Cela me convient à moi, pour le moment, mais n'est pas forcément la meilleure méthode pour vous.

Tout dépend vraiment de vous, de votre projet, de votre ambition, de votre situation.

## D. La rentabilité financière

On m'a beaucoup posé la question de la rentabilité financière sur le blog et sur le compte Instagram. Car, bien que l'on ne risque pas de perdre d'argent en passant par une campagne de financement participatif, est-ce que, finalement, le temps passé sur les commandes, la promotion, la création du livre, est rentabilisé ? Ou est-ce qu'au contraire, on passe beaucoup de temps pour aucun autre bénéfice que la satisfaction de voir des lecteurs lire le livre ?

Si je fais ce guide, vous vous doutez bien que oui, c'est rentable pour moi financièrement, dans le sens où mon activité d'auteure-illustratrice-éditrice (car du coup, c'est un réel travail d'éditrice) me procure un revenu qui fait que je peux me consacrer à plein temps à cette activité.

En fait, le temps passé sur la création du livre peut ne pas être payant, car un livre demande vraiment beaucoup de temps pour être conçu, sans pouvoir anticiper son succès auprès des lecteurs.

Mais le temps passé sur la promotion, lui, est généralement payant si la promotion est bien faite (à condition que le livre soit de bonne qualité, hein!) : si on choisit les bons événements par rapport à nos lecteurs, si on sait ce qui les intéressera dans le livre et qu'on sait le mettre en avant, si on sélectionne les média qui correspondent vraiment au lecteur. J'ai tendance à penser que tant qu'on ne perd pas de vue que ce que l'on fait, c'est pour les lecteurs, la promotion sera bien faite, et sera payante.

Enfin, le temps passé à la gestion de son entreprise, outre les premières démarches pour se lancer, dépend du volume de commandes. Si vous avez très peu de ventes, vous ne passerez pas beaucoup de temps à faire du suivi client, de la logistique ou des documents comptables.

La rentabilité dépendra de ce que vous attendez de votre livre, du bénéfice que vous ferez sur chaque vente (si le coût d'impression de chaque livre est très élevé et que vous avez un tout petit bénéfice, il sera difficile d'avoir une rentabilité financière si vous ne vendez pas en volume, donc si vous n'avez pas une vraie solution de distribution par exemple).

# CONCLUSION

J'ai essayé de vous donner un aperçu de ce qu'est l'autoédition, des différentes méthodes, de leurs avantages, leurs inconvénients, et de ce qu'elles impliquent comme travail, afin que vous puissiez voir si l'autoédition est faite pour vous, ou non, et prendre la décision d'auto-éditer votre projet, ou non, en connaissance de cause.

Voici un petit récapitulatif, en schéma, des différentes méthodes d'autoédition, afin que vous puissiez faire le point par rapport à votre projet, votre situation ou votre ambition.

## AUTOÉDITION INDÉPENDANTE

Profil entrepreneur

Livres NB ou couleurs

Responsable de tout

Demande du temps

Marge jusqu'à 75%

Liberté de diffusion

Qualité d'impression supérieure

## AUTOÉDITION NUMÉRIQUE

Que la promotion à faire

Marge correcte sur petits prix

Exclusivement numérique

Livres comportant principalement du texte

Facile et peu chronophage

## IMPRESSION À LA DEMANDE

Livres NB ou peu de pages en couleurs

Ni stock ni logistique à gérer mais promotion

Marge variable mais plus faible

Idéal pour ceux qui publient souvent

Pour toutes les raisons évoquées précédemment, l'autoédition était, je crois, la meilleure solution pour moi pour mon projet Rayures et Ratures. Je ne regrette absolument pas ce choix, il a changé ma vie professionnelle.

Au delà de ces raisons rationnelles, voici maintenant **quelques toutes petites choses** que j'aime à propos de l'autoédition, qui ne sont pas forcément des motivations suffisantes pour orienter son choix, mais **qui rendent l'aventure un peu magique** :

- *Tout choisir, tout créer, sentir le papier, voir réellement naître le livre.*
- *Voir où part le livre, dans quelle ville, dans quel pays, dans quelle rue. Parfois, il part «Rue du Paradis» et parfois «Rue des veaux mourants», et moi, ça me fait sourire.*
- *Pouvoir inclure les lecteurs dans la création du livre en leur proposant de choisir la couverture, le nom d'un personnage, ou des détails du livre.*
- *Partager toutes les étapes de fabrication du livre avec eux.*
- *Aller présenter moi-même mon livre aux librairies.*
- *Pouvoir en offrir à des bibliothèques ou des associations si j'ai envie.*

J'espère qu'à la lecture de ce petit guide sans prétention sur l'autoédition, qui mélange mon expérience et mes recherches, vous aurez en tête ce qu'implique l'autoédition de son projet, dans ses avantages comme dans ses inconvénients.

Ça y est, je me lance, je suis  
décidée ! Je commence par  
quoi ?



Si, à la suite de cette lecture, vous avez pris la décision de vous lancer dans la folle aventure de l'autoédition, qu'elle soit numérique, via des plateformes d'impression à la demande ou en totale indépendance, vous trouverez dans la version professionnelle du guide «Ah bon, CA, c'est un livre autoédité ?» toutes les informations techniques pour concrétiser ce projet, des règles typographiques au choix de la plateforme à la déclaration comptable des ventes en passant par les bases du marketing (éthique!) pour vendre votre livre ou le choix du statut juridique. Et même une partie plus abstraite sur les retombées, sur l'aspect psychologique, la vie d'entrepreneur, les coups durs, ou comment faire face aux critiques. Tous ces questionnements ont ricoché dans ma tête durant de longs mois lorsque j'ai lancé mon premier livre, alors maintenant que j'ai sorti la tête de l'eau, je n'ai qu'une hâte : vous transmettre des éléments de réponse.

## ***Le but de la version professionnelle du guide ?***

Vous faire **gagner du temps**, toutes les informations sont compilées et vérifiées, pour que vous puissiez vous consacrer à ce qui est vraiment important pour le succès de votre projet. Chacun a sa propre définition du succès. Le guide n'est là que pour vous aiguiller, vous aider à atteindre votre propre objectif, votre propre définition du succès, celui que vous souhaitez pour votre ouvrage. Ainsi, en fonction de votre projet, certaines informations ne vous seront pas forcément utiles dans l'immédiat, mais vous pourrez piocher dans les différentes parties lorsque vous en aurez besoin.

Vous **rassurer** en vous listant tout ce à quoi il faut penser selon votre activité et en vous l'expliquant de manière simple, de façon à ce que vous vous en sortiez facilement même si vous n'avez pas de formation en gestion.

Vous aider à ne pas faire d'erreur et à **ne pas avoir de mauvaise surprise** en vous donnant des outils pour calculer votre prix de vente au plus juste, le budget de votre campagne de crowdfunding ou encore votre bénéfice net.

Vous **donner les bases du marketing** pour que votre livre trouve ses lecteurs, et que ces lecteurs soient satisfaits (il ne s'agit pas de leur mentir et de les forcer à l'achat).

Vous parler de tout l'aspect psychologique pour vous aider à **ne pas vous décourager** en cas de critiques (ambitieux, n'est-ce pas?!).

Ce sera comme une bible dans laquelle vous pourrez vous replonger dès que vous aurez un doute, qu'il soit comptable, fiscal, marketing, juridique, typographique, ou un petit coup de mou.

Voici le sommaire détaillé de la version professionnelle du guide :

## **PARTIE I. DE L'IDÉE À LA VERSION DÉFINITIVE DU MANUSCRIT**

### **Chapitre 1. Ecrire le contenu**

1. L'idée
2. Les recherches
3. Le squelette
4. L'enquête
5. L'écriture
6. Les illustrations
7. Quel délai pour ce processus de création ?

### **Chapitre 2. Quelques règles à connaître sur le contenu**

### **Chapitre 3. Correction de fond : les bêta lecteurs**

### **Chapitre 4. Correction de forme : les correcteurs**

## **PARTIE II. DE LA VERSION DÉFINITIVE DU MANUSCRIT À L'OBJET LIVRE**

### **Chapitre 5. Bien choisir sa méthode d'autoédition**

1. L'autoédition numérique
2. L'autoédition via une plateforme d'impression à la demande
3. Petit comparatif des plateformes d'autoédition
4. L'autoédition en totale indépendance
5. Comparatif des différentes méthodes pour vous aider à choisir celle qui VOUS correspondra.
6. Mon expérience, et les raisons pour lesquelles j'ai fait mes choix

### **Chapitre 6. Mettre en page son manuscrit**

1. Conseils pour une mise en page professionnelle
2. Spécificités de mise en page pour les livres papier
3. Spécificités de mise en page pour les ebooks

### **Chapitre 7. Créer sa couverture**

## **Chapitre 8. Le format colorimétrique**

## **Chapitre 9. Lancer les impressions : focus sur le financement participatif**

1. Le principe
2. Pourquoi c'est intéressant dans le cadre de l'édition d'un livre
3. Définir l'objectif à atteindre
4. Les contreparties
5. Les paliers
6. La page de présentation
7. Le timing
8. Les facteurs clefs de succès
9. Retour d'expérience

## **PARTIE III. DE L'OBJET LIVRE AU PRODUIT LIVRE**

### **Chapitre 10. Quel statut juridique pour vendre ses livres**

1. Faut-il un statut juridique pour vendre ses livres ?
2. Les différents statuts

### **Chapitre 11. Fixer le prix du livre**

1. Le prix unique du livre
2. Comment fixer le prix de son livre ?
3. Le coût de revient
4. La TVA

### **Chapitre 12. Les formalités administratives pour que le livre devienne un produit**

1. La demande de numéro ISBN
2. Le code EAN
3. Le dépôt légal

## **PARTIE IV. DU PRODUIT LIVRE AUX VENTES**

### **Chapitre 13. Distribuer / diffuser le livre**

1. Sur votre propre site interne
2. Vendre en ligne en passant par un intermédiaire
3. Vendre en librairie

4. Vendre lors de salons ou événements
5. Avoir des distributeurs indépendants
6. Petit aparté sur Amazon

## **Chapitre 14. Logistique et expédition**

1. Si vous vous occupez de la préparation des commandes ou de l'expédition
2. Vous déléguez cette partie à un professionnel

## **Chapitre 15. Promouvoir son livre**

1. Une présentation du livre qui donne envie
2. Le marketing digital
3. La presse et les médias
4. Salons, événements, conférences

## **PARTIE V. DES VENTES AUX REVENUS**

### **Chapitre 16. Créer son statut de micro entreprise**

1. La déclaration de début d'activité
2. La réception des documents

### **Chapitre 17. Déclarer son chiffre d'affaires à l'URSSAF**

1. Qu'est ce que le chiffre d'affaires ?
2. Comment le déclarer ?
3. Dans la vraie vie

### **Chapitre 18. Les obligations fiscales**

1. L'impôt sur le revenu
2. La cotisation foncière des entreprises

### **Chapitre 19. Les obligations comptables**

1. Le livre des recettes
2. Le registre des achats

### **Chapitre 20. Les tableaux de bord pour suivre votre activité**

### **Chapitre 21. La rentabilité financière**

## **PARTIE VI. LES RETOMBÉES ET L'AVENIR DE VOTRE ACTIVITÉ**

### **Chapitre 22. La critique et les demandes de retour**

1. Les critiques positives
2. Les critiques négatives
3. Mon arme face à la critique (!)

### **Chapitre 23. Oser montrer son travail, et ne pas avoir peur de rémunérer ce travail.**

1. Oser se montrer
2. Le rapport à l'argent
3. Le succès
4. L'ambition

### **Chapitre 24. Et si je faisais traduire mon livre ?**

1. Vendre les droits à un éditeur étranger
2. Auto-éditer votre ouvrage à l'étranger
3. Est-ce intéressant d'exporter son livre ?
4. Quelques conseils

### **Chapitre 25. La vie d'entrepreneur**

## **CONCLUSION**

Afin de vous faciliter encore plus la tâche, j'ai travaillé conjointement avec un expert en gestion de projet amoureux des tableaux Excel pour créer des *templates*. Vous n'aurez qu'à entrer vos données dans les cases, et les fichiers vous aideront à fixer le budget ou le prix de votre livre, à visualiser le nombre de livres vendus par circuit de distribution, etc.

Ils seront à télécharger sur le site.

## A RETENIR

Auto-éditer ne veut pas dire fonctionner sans éditeur. Cela veut juste dire que l'éditeur, c'est vous. Vous devez endosser ce rôle, de la manière la plus professionnelle possible. Et il y a plein de manières de trouver l'aide nécessaire pour être le plus professionnel possible.

L'autoédition n'est pas réservée au livre numérique. Elle est valable pour le livre papier aussi, sans pour autant prendre de risque financier, en passant par une campagne de financement participatif.

On ne fait pas un livre pour gagner de l'argent (enfin on peut, mais ce n'est pas une très bonne idée), MAIS un livre c'est du travail, beaucoup de travail, qui se doit d'être rémunéré correctement. Il est donc totalement normal, et vous en avez le droit, de vous poser la question de votre rémunération, et de chercher à obtenir une marge correcte.

Il existe différentes méthodes d'édition et d'autoédition. Il n'y en a pas une meilleure qu'une autre, tout dépend de votre projet, votre situation, votre ambition. Chacun s'accorde sur ce qu'il désire pour publier son livre et trouve la formule correspondante parmi toutes celles qui existent.

**En tout cas, j'ai vraiment hâte d'en savoir plus sur vos projets, qu'ils soient édités ou autoédités, et de les voir petit à petit devenir réels ! N'hésitez pas à me contacter sur les réseaux sociaux pour me faire part de la naissance de vos projets !**

*Mon email : [contact@chloeromengas.com](mailto:contact@chloeromengas.com)*

*Mon compte Instagram : [@chloerayures](https://www.instagram.com/chloerayures)*

*La page Facebook de Rayures et Ratures : [@rayuresetratures](https://www.facebook.com/rayuresetratures)*

*Le site internet du guide : [www.guide-autoedition.fr](http://www.guide-autoedition.fr)*