

Edition 2022



MODE D'EMPLOI

**Les étapes de
l'Autoédition**

Table des matières

Introduction	1
Écrire	2
Écrire	2
Relire/Réécrire.....	2
Corriger.....	3
Éditer	4
Choisir le format, la version	4
Choisir où vendre	4
Préparer l'édition	5
Mettre en vente.....	6
Juridique	7
Les Mentions Légales.....	7
La Protection de son texte	8
Le Dépôt Légal.....	8
Le Statut Pro	9
Communiquer	12
Communiquer au niveau local.....	12
Communiquer au niveau national.....	13
Utiliser les SP et les salons	16
En conclusion	19
Annexes	20
Liens Utiles.....	20

Introduction

L'autoédition, comme son nom l'indique, est un mode d'édition.

Habituellement, nous parlons d'édition pour le domaine littéraire, mais ce terme peut aussi être utilisé pour les jeux de société, la papeterie comme les carnets...

Il en est de même pour l'autoédition. La seule différence étant le nombre d'activités que doit acquérir l'auteur : écrire, éditer, vendre, communiquer !

Dans ce mode d'emploi, nous allons voir et étudier toutes les étapes nécessaires à un auteur pour publier et faire connaître son livre :

- L'Écriture
- L'Édition
- Le Juridique
- La Communication

Chaque étape sera suffisamment détaillée pour vous permettre de publier votre livre en autoédition sans problème.

En fin de fascicule, vous pourrez retrouver l'intégralité des liens des organismes cités au fil du déroulé.

Bonne lecture et belle aventure dans le monde de l'édition !

Écrire

La phase « écriture » se divise en 4 étapes :

- L'écriture
- La relecture
- La réécriture
- La correction

Nous allons voir ensemble ces différentes étapes et nous verrons quelques trucs et astuces qui vous aideront à mieux appréhender, sans stresser, cette magnifique phase de création !

Écrire

Écrire est la phase où vous pouvez laisser votre imagination travaillée.

Vous n'avez pas à vous prendre la tête, vous n'avez qu'à écrire sans faire attention aux restes ! Si vous n'êtes pas à l'aise avec l'orthographe ou encore la grammaire, ne vous inquiétez pas. Ces règles peuvent être mises de côté durant l'étape d'écriture. Vous pourrez y penser au moment de la correction.

Il n'existe pas de système propre à l'écriture. On parle souvent de « jardinier », écrire sans plan, ou d'« architecte », tout est planifié, mais, au final, la plupart des auteurs ne sont ni l'un ni l'autre, mais un peu des deux.

Chaque personne est différente et appréhende cette phase à sa façon !

Pour ma part, lorsque je débute une histoire, j'ai tendance à créer mes personnages au maximum (certains détails de leurs vies, de leurs personnalités, ne sont connus que de moi-même), connaître le début et la fin ainsi que les étapes importantes. Ensuite, l'histoire se déroule toute seule... Certains personnages, certaines actions en deviennent inattendus et me surprennent !

Le meilleur conseil que je puisse vous donner ? Écrivez sans faire attention au reste, sans vous imposer des contraintes ! Cela vous donnera du plaisir à écrire et vous évitera, surtout, le syndrome de la page blanche !

Relire/Réécrire

Les étapes 2 et 3 se font ensemble. Elles ont lieu dans la foulée de l'écriture et sont le début du côté professionnel du domaine de l'écriture. Elles sont importantes et permettent l'amélioration de votre texte.

On commence par la relecture, il existe, ici, plusieurs méthodologies. La plus simple étant d'imprimer le texte complet, de s'armer d'un surligneur et d'un stylo/crayon de papier. Relisez une première

fois et surligner, annoter chaque passage qui, selon vous, a besoin d'être modifié.

Refaites cette étape plusieurs fois. Puis modifiez votre texte en suivant les annotations. Relisez à nouveau pour vérifier que l'histoire est encore cohérente. Si vous avez besoin de modifier encore quelques passages, faites-le et relisez à nouveau.

La relecture sera la première et la dernière étape durant ces phases. Il est important de vérifier que les changements apportés à votre texte soient cohérents avec le reste de l'histoire.

Mais, attention, limitez le nombre de fois où vous vous relirez, où vous réécrirez ! Il est facile de tomber dans une spirale infernale qui peut engendrer des effets néfastes à votre histoire...

Pour ma part, je limite à 3-4 fois, pas plus. Cela m'oblige aussi à être attentive à tout et à me concentrer pour un travail carré et précis !

Corriger

L'étape de la correction est l'étape primordiale avant d'entrer en phase d'édition !

Elle est obligatoire pour présenter un travail pro. Vous pouvez, si vous le souhaitez, la débiter vous-même grâce à des logiciels de correction. Antidote est le plus utilisé et le plus fiable. Il vous permet de gérer l'orthographe, la grammaire, la conjugaison et la ponctuation. De plus, vous pouvez l'utiliser aussi pour éviter les redondances grâce à l'onglet « style » où vous pouvez y repérer les répétitions.

Ce logiciel possède aussi des dictionnaires, dont celui des synonymes. Il est possible d'ajouter des entrées aux dictionnaires, ce qui est fort pratique lorsqu'on crée des univers, des entités dans ses histoires !

J'utilise ce logiciel surtout pour la ponctuation et les répétitions. Sinon, il m'est très pratique aussi pour les histoires où je crée des noms de monde, de pays ou de créatures. Je les ajoute dans le dictionnaire des noms propres afin d'homogénéiser l'orthographe de ces noms (il m'arrive, parfois, d'oublier comment j'ai écrit tel ou tel nom...).

Mais, si votre métier n'est pas correcteur, il vaut mieux passer par un professionnel pour finaliser cette étape importante. Même si cela est coûteux, la correction est bien trop conséquente et indispensable et prévoir un budget pour cette étape est très fortement recommandé !

Un texte rempli de fautes n'est pas vendeur et vous portera préjudice pour la suite de votre carrière d'auteur autoédité !

Éditer

La phase créative terminée, il est temps de passer à la phase d'édition. Et, pour cela, plusieurs réflexions et préparations sont à prévoir.

Choisir le format, la version

Avant toute chose, vous devez décider si vous proposerez votre livre en version numérique, ebook, et/ou en version papier. Ce choix va définir du travail et du budget à fournir. Un ebook coûtera forcément moins cher qu'un broché ! Mais est-ce intéressant de ne le proposer qu'en version numérique ?

Ces questions sont importantes et vous permettront aussi de décider d'une manière de communiquer. Mais cela, nous le verrons plus tard.

Si vous optez pour un livre papier, là encore, d'autres questionnements surviennent. Il vous faudra décider du format, c'est-à-dire de la taille du livre. Le coût de l'impression n'est pas le même pour un poche, un relié ou un broché. Votre livre nécessite peut-être un format spécifique...

De mon côté, j'aime proposer mes livres dans les 2 versions. Ainsi, chaque futur lecteur peut trouver son bonheur ! Pour les versions papier, j'ai opté pour une version brochée assez classique que je décline par la suite en version poche ; cela vient de mes habitudes de lecture prise à l'époque où j'étais étudiante. N'ayant pas forcément les moyens d'acheter des brochés et prenant souvent le train, je lisais des poches...

Comme pour l'écriture, ces choix sont libres ! Vous devez surtout vous poser deux questions : « quel(s) type(s) de lecteur souhaité-je viser ? » « Ai-je envie de toucher un maximum de public ou un public précis ? »

Choisir où vendre

Cette question peut se poser en même temps que les versions et les formats. Il est important de décider du canal de vente par lequel vous souhaitez passer !

Selon vos attentes, vous pouvez utiliser les outils mis à disposition comme les sites d'édition et de vente (KDP, Lulu,...) ou passer par un imprimeur et proposer vos livres en direct. Chaque canal a ses avantages et ses inconvénients.

Les sites d'édition et de vente ont l'avantage d'être peu coûteux. On peut y proposer ses versions ebook et papier et, pour la plupart, l'impression est à la demande c'est-à-dire qu'elle ne se fait qu'au moment de la vente. Pas de stock pour le site et, surtout, le coût d'impression (en général assez bas) est déduit du prix de vente.

Malgré ces avantages, ce genre de site peut s'avérer être un frein : par exemple, KDP étant affilié à Amazon, les libraires peuvent boudier vos livres et refuser de les proposer à la vente. Certains sites vous demandent de payer pour le référencement de votre livre (notamment les versions papier).

Chaque site propose ses propres gabarits et vouloir être présents sur plusieurs peut vite devenir complexe. Et, surtout, les formats peuvent varier en fonction des sites !

La vente en direct, c'est-à-dire sans intermédiaire, possède aussi ses avantages. Vous gérez vos ventes, vous décidez où vous vendez. En passant par un imprimeur, vous pouvez plus facilement être proposé dans les librairies. Participer aux salons littéraires est aussi un gros avantage !

Mais vous perdez en visibilité sur le Net et donc au niveau national. De plus, si vous ne négociez pas, l'impression peut vite chiffrer et il faut aussi penser au stock et à la place prise par ce dernier. Vous devez avancer tous les coûts ;

Pour un référencement auprès des librairies au niveau national, vous devrez référencer vos livres auprès de Dilicom.

À mes débuts, j'ai fait le choix de passer par les sites de vente. Je n'avais pas prévu de mettre en place un budget énorme puisque, j'avoue, je me suis lancé dans l'aventure de l'autoédition sur un coup de tête ! Aujourd'hui, je suis beaucoup plus carrée...

Le choix du canal peut paraître complexe, mais il n'en est rien ! En réalité, il existe 3 choix : les sites de vente, la vente en direct ou les 2. Ce choix n'appartient qu'à vous et vous seul ! Il se fera selon vos propres critères, vos envies, vos besoins ! Il n'existe pas de choix idéal.

Préparer l'édition

Ce n'est pas parce que vous avez choisi le canal de distribution que vous êtes prêt à vendre votre livre !

Nous savons maintenant quel format, quelle taille et où notre livre sera présent. Maintenant, avec toutes ces informations, nous pouvons passer à l'étape suivante : le préparer à l'édition !

Pour cela, il y a 2 travaux importants à réaliser :

- la mise en page
- de la couverture.

Pour la mise en page, il existe plusieurs logiciels. Word en fait partie, mais n'est pas forcément adapté. Il propose peu d'options de mise en page et nous pouvons facilement être frustrés ! Quelques auteurs utilisent Canva, mais, comme Word, cet outil devient vite obsolète. Pour une mise en page pro, il est plutôt conseillé de se servir de logiciels comme InDesign.

Ces logiciels sont adaptés pour ce genre de travail et proposent de nombreuses options de mise en page. Par exemple, InDesign permet de gérer les ebooks et les versions papier. Pas la peine d'installer des logiciels pour chaque version !

Il ne faudra pas oublier l'ajout des mentions légales, dont l'ISBN, mais cela, nous en parlerons dans la partie suivante.

La couverture apportera son lot de réflexion. Avant de se lancer à corps perdu dans sa création, il faudra bien réfléchir aux éléments présents : titre, illustration/image/photo, résumé, biographie (facultative), prix et code-barre.

Le choix de la police d'écriture est important, une police illisible n'est pas vendeuse. Il en est de

même pour tout ce qui forme la 1^{re} de couverture : une image floue, un fond trop coloré peut rebuter les futurs lecteurs ! Il faudra aussi soigner le résumé, il est un des atouts du livre.

Mes couvertures varient selon le genre... J'ai mis en place un système de reconnaissance vis-à-vis d'elles : les policiers ont toujours un fond blanc tandis que les fantasy/fantastiques sont très colorés.

Préparer son livre à l'édition peut devenir complexe quand on n'a pas les compétences pour... Il ne faut pas hésiter à faire appel à un graphiste professionnel ! Certains, comme par exemple Ekmoci, proposent des tarifs adaptés aux budgets des autoédités. Et demander un devis ne coûte rien !

Mettre en vente

Votre livre est enfin prêt ! Il est temps de le mettre en vente.

Selon le canal choisi, cela prendra plus ou moins de temps. Par exemple, pour les sites de vente, une fois les informations relatives au livre remplies et les fichiers téléchargés, il vous suffira d'attendre l'approbation du site. En moyenne, 48 à 72 heures.

Pour la distribution via librairie, vous devrez en 1^{er} lieu démarcher pour espérer que les libraires proposent votre œuvre. Il en sera de même pour les séances de dédicaces !

En possédant un statut pro, vous pourrez aussi vous ouvrir les portes de Dilicom, le site de ventes utilisé par les libraires. Pour cela, vous devrez vous inscrire sur Ediweb et y référencer vos livres comme tout bon éditeur. Vos livres seront alors proposés sur la plateforme Dilicom et les libraires y auront accès.

Faire cela, vous permettra aussi un référencement sur les sites de la plupart des librairies ou des distributeurs comme Fnac, Decitre ou encore Cultura !

Pour la vente en direct, si vous n'avez pas envie d'attendre, il existe une solution : posséder un site internet, mais là, il faudra beaucoup communiquer pour le faire connaître !

Finalement, la mise en vente n'est pas la finalité, mais le vrai début de l'aventure...

Juridique

Avant de s'attaquer à la dernière partie, la communication, il est important de parler « formalités » ! Éditer un livre, ce n'est pas juste réaliser les étapes précédentes. L'édition implique beaucoup de choses dont nous allons parler...

Les informations données ne remplacent pas les conseils d'une personne de métier, un juriste.

Les Mentions Légales

Pour déposer un livre, il faut, en amont, bien préparer ses mentions légales. Ces dernières sont une formalité obligatoire, elles se composent de :

- Nom (ou raison sociale) et adresse de l'éditeur (ici, le nom de l'auteur)
- Nom (ou raison sociale) et adresse du producteur ou metteur en page (si pas d'éditeur) : l'auteur ou le professionnel qui a réalisé les travaux (l'adresse peut juste être la ville)
- Prix de vente en euros (si le livre est gratuit, il faut inscrire la mention « cet exemplaire ne peut être vendu ») obligatoire sur la couverture et facultatif dans le contenu
- Date du dépôt légal (mois et année)
- Nom (ou raison sociale) et adresse de l'imprimeur (+ pays en cas d'impression à l'étranger)
- Date de fin du tirage d'impression (appelée achevé d'imprimer)
- Date de réimpression
- ISBN (identifiant national de chaque publication éditée) doit être apparent sur la couverture, la page des mentions légales et, si elle existe, sur la jaquette du livre
- ISSN (International Standard Serial Number) : seulement si le livre appartient à une collection, seul le 1er volume paru de la collection doit en faire mention.

Ne vous préoccupez pas des mentions en lien avec l'imprimeur, ce dernier ajoutera ses informations lui-même ! De plus, l'adresse de l'éditeur, c'est-à-dire vous, n'a pas besoin d'être détaillée ; un nom de ville peut amplement suffire.

La date de dépôt légal devra être prévue à l'avance afin de l'ajouter dans les mentions.

Côté ISBN, selon votre canal de vente choisi, il pourra s'agir de celui donné gratuitement par les sites de vente. Mais, attention ! Ces ISBN appartiennent au site qui vous les met à disposition ; ils ne pourront pas être utilisés par vos soins si vous souhaitez proposer votre livre sous la même édition sur d'autres sites de ventes.

Si vous souhaitez utiliser vos propres ISBN pour plus de libertés, vous devrez passer par l'organisme AFNIL. La 1re demande est payante, 28 € HT avec une TVA à 20 %, soit 33,60 €, puis les suivantes sont gratuites. Le formulaire se remplit en ligne sur leur site et la réception se fait sous 3 semaines. Il est possible de demander un délai plus court, mais cela vous coûtera davantage d'argent (55 € HT).

Au final, il vous faudra prévoir à l'avance vos mentions légales pour gérer les délais et avoir toutes les informations nécessaires lors de la préparation de votre livre !

La Protection de son texte

La propriété intellectuelle est effective en France, mais, par exemple, apposer un copyright dans ses mentions légales ne vous protège pas des risques de copie, de vol de votre texte.

Il est donc important de protéger votre livre. Pour cela, vous pouvez ajouter une mention supplémentaire *« Interdiction du droit de reproduction (ou droit de copie). Article L.122-5, alinéas 2 et 3/Article L.122-4, alinéa 1 du Code de la propriété intellectuelle et artistique. Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal »*.

Ou, si vous préférez, il existe des moyens pour prouver la paternité de son texte :

- L'imprimer et se l'envoyer en recommandé (Attention, l'étiquette de recommandé devra recouvrir le rabat de l'enveloppe pour servir de scellé). Vous devrez conserver l'enveloppe fermée et ne la faire ouvrir par une personne dépositaire que si vous devez prouver l'appartenance du texte.
- Déposer une version imprimée ou une clé USB contenant votre livre auprès d'un notaire.
- Déposer une version numérique sur des sites comme Légifrance.

Sachez qu'il est impossible de protéger son livre des risques de copie, mais pouvoir prouver la paternité de son texte vous permettra d'empêcher la diffusion de ces copies voire même de réclamer des dommages et intérêts auprès de la justice !

Votre livre est protégé, mais cela n'est pas suffisant ! Il faut aussi vous protéger !

Et ceci se fait de manière très simple : il faut ajouter dans votre livre une mention bien connue des lecteurs.

« Ceci est une œuvre de fiction. Les personnages et les situations décrits dans ce livre sont purement imaginaires : toute ressemblance avec des personnages ou des événements existants ou ayant existé ne serait que pure coïncidence. »

Avec tout ceci, vous êtes paré et pouvez publier votre livre, le cœur léger !

Le Dépôt Légal

Le dépôt légal est obligatoire. Ne pas le faire vous expose à une amende pouvant aller jusqu'à 75 000 €.

Malgré ce côté répressif, il n'est pas compliqué à réaliser. Vous devez vous inscrire sur l'extranet de la Bibliothèque Nationale de France (BNF) puis réaliser un dépôt en ligne. Remplir le formulaire est simple et rapide. À la suite de cela, vous devrez imprimer un récépissé du dépôt et envoyer 1 ou 2 exemplaires papier à la BNF. Le nombre d'exemplaires à envoyer vous ait précisé et l'envoi est gratuit.

Pour l'envoi, vous avez 2 choix :

- Imprimer en plus du bordereau, une étiquette « adresse »

- Inscrire vous-même l'adresse de la BNF (elle se trouve sur le récépissé) et ajouter la mention «*Dépôt Légal — Franchise Postale — Article L. 132-1 du Code du Patrimoine*» en haut à droite de l'enveloppe (à la place du timbre)

Vous recevrez une notification à la réception du courrier par l'organisme puis la confirmation du dépôt légal par mail.

Le Statut Pro

Légalement, il est obligatoire de prendre un statut professionnel dès la 1^{re} vente, dès le 1^{er} centime touché. Mais une tolérance existe pour les petits revenus et vous pouvez prendre un statut pro qu'au moment où les ventes décollent.

Depuis 2021 et le décret n° 2020-1095 du 28 août 2020, 2 possibilités s'offrent à vous :

- **L'autoentreprise ou microentreprise**

Il s'agit du statut le plus connu en autoédition du fait qu'avant le décret de 2020, il était le seul statut possible pour débiter une activité en autoédition.

Avec ce statut, vous pouvez déclarer vos redevances (équivalents des droits d'auteurs, revenus payés par les plateformes de vente en ligne) et vos ventes en direct sans problème, auprès de l'Urssaf. Il est adapté notamment lorsque vous avez une activité principale autre que l'édition de livre.

Vous pouvez déclarer votre activité en quelques clics, vous obtiendrez un numéro SIREN. Côté code APE, il existe 2 choix qui définiront la façon dont vous déclarerez votre chiffre d'affaires aux impôts : 9003B pour «Autre création artistique» correspondant à de la prestation de services en BNC, 5811Z pour «Édition de livres» appartenant à la vente de biens en BIC. Ce choix affectera aussi le montant maximum possible : 72 600 € pour la prestation de services (BNC) et 176 200 € pour la vente de biens (BIC).

Si vous venez à dépasser ces seuils, vous devrez changer de statut pro.

Le choix du code APE sera décidé en fonction de vos attentes : si vous décidez de vendre exclusivement sur les sites de vente, ce sera 9003B ; par contre, si vous décidez de vendre en librairie, sur les salons... ou mixer sites de vente et ventes en direct, ce sera 5811Z.

Vous devrez déclarer vos chiffres d'affaires (CA) chaque mois ou chaque trimestre. Cela sera décidé au moment de la création d'entreprise. Faites bien attention, il s'agit du chiffre d'affaires et non le résultat, les charges ne sont pas du tout prises en compte en microentreprise !

Si vous n'avez réalisé de CA au cours d'un mois, vous devrez tout de même faire une déclaration en y inscrivant 0 €. Pour ce mois-là, vous ne payerez rien.

Les taux de cotisations Urssaf varient selon le style de CA déclaré, vente de marchandises ou services. En microentreprise, vous n'êtes pas soumis à la TVA sauf si vous dépassez les seuils de 35 200 € pour les prestations de services et 91 000 € pour la vente de marchandises.

De même, vous êtes dans l'obligation d'inscrire la mention «EI» (Entreprise Individuelle) sur tous les documents officiels (devis, facture... même bancaires). Un compte pro n'est pas obligatoire sauf si vous dépassez le seuil des 3000 € de chiffre d'affaires et la banque ne peut pas vous forcer à en prendre un. De plus, si vous venez à réaliser un CA inférieur à 10 000 € durant l'année pendant

2 ans consécutifs, l'obligation d'un compte dédié à l'activité n'est plus valable.

Réfléchissez bien à votre activité au moment de la création, mais aussi, et surtout, dans l'avenir ! Vous devez vous poser les questions : « Où vais-je aller ? » « Comment je souhaite développer mon activité d'auteur ? »

Pour plus d'informations, vous pourrez vous rendre sur le site de l'Urssaf.

- **Le statut Artiste-auteur**

Ce statut n'était pas ouvert à l'autoédition avant 2021. Il est, aussi, une bonne alternative.

Par contre, être artiste-auteur est plus complexe qu'il n'y paraît. Il est plus encadré que l'autoentreprise.

Côté rémunération, l'artiste ne perçoit que le produit de la vente et ne peut proposer que des œuvres uniques ou éditées en nombre limité. Il peut aussi percevoir des droits d'auteur lorsqu'il cède ses droits patrimoniaux c'est-à-dire droit d'exploitation et de représentation ou reproduction. Même s'il possède un droit de propriété immatérielle, l'auteur peut autoriser une personne ou une entité tierce à vendre ou exploiter commercialement ses œuvres contre rémunération.

Les derniers revenus possibles sont les revenus dits artistiques. Ce sont les revenus tirés de la conception de l'œuvre (bourse, prix de concours...).

Pour déclarer votre activité, vous devez vous déclarer auprès du centre de formalités des entreprises (CFE) de l'Urssaf la plus proche de votre domicile si vos revenus sont déclarés fiscalement en BNC (bénéfices non commerciaux).

De plus, le régime social des artistes-auteurs est soumis à des conditions d'accès, vous êtes dans l'obligation de tirer des revenus de votre ou vos activités artistiques. Les auteurs relèvent de l'Agessa auprès duquel une affiliation est obligatoire. La décision d'affiliation est transmise dans les 2 mois suivant la demande de création.

Attention, l'Agessa peut mettre un terme à cette affiliation dans les cas suivants : revenus hors champ du régime des artistes-auteurs, déclaration d'absence de revenu pendant 5 ans consécutifs, non-régularisation de déclaration de revenu après 3 ans consécutifs d'évaluation d'office et sur demande de cessation d'activité de la part de l'artiste-auteur.

Un artiste-auteur bénéficie des prestations sociales (maladie, maternité, retraite...), mais l'ouverture des droits se fait de 2 façons.

Si vous avez un revenu minimum de 900 fois le SMIC horaire l'année précédente, vous êtes automatiquement couvert. Par contre, si vous êtes en dessous de ce seuil, vous pourrez opter pour le paiement d'une cotisation sur une assiette forfaitaire (9064 € en 2019) pour ouvrir des droits à ces prestations. Cette option se fait dans le cadre de la déclaration annuelle des revenus.

Le calcul des cotisations se fait à partir de la déclaration fiscale et des rémunérations perçues soit à partir du montant brut des droits d'auteurs s'ils sont assimilés à des salaires et des traitements, soit à partir du montant des revenus imposables en BNC qui sont majorés de 15 %.

La période de référence s'étend du 1er juillet de l'année en cours au 30 juin de l'année suivante pour une durée de 1 an et 6 mois. Les cotisations sont proportionnelles au revenu sans application de cotisations minimales amenant le fait qu'aucune cotisation n'est due en cas de bénéfice nul ou de déficit.

Le régime fiscal est l'impôt sur le revenu. Un auteur autoédité déclarera ses revenus en BNC et non en traitements et salaires, ce dernier cas est spécifique aux droits d'auteur touchés sous contrat avec une entité tiers comme une maison d'édition.

L'auteur en déclarant ses revenus en BNC est dans l'obligation de choisir entre le régime micro-BNC si son chiffre d'affaires HT est inférieur à 70 000 € et le régime de la déclaration contrôlée obligatoire si le CA de l'année précédente dépasse 70 000 € par an.

De plus, contrairement à la microentreprise, le statut d'artiste-auteur est assujéti à la TVA. Son paiement se fait par l'option à la TVA par l'auteur. Il déclare et vers la TVA aux impôts et la déduit pour son montant réel.

L'artiste-auteur doit, comme en microentreprise, payer la cotisation foncière des entreprises (CFE). Vous devrez réaliser une déclaration comme pour les impôts, mais en fin d'année afin de connaître son montant. Il est possible de ne pas la payer sous certaines conditions comme le montant du chiffre d'affaires.

Pour plus d'informations, vous pouvez prendre contact auprès de l'AGESSA ou de l'URSSAF.

Le choix du statut pro est primordial ! Et, surtout, il est important d'y réfléchir avant de se retrouver à s'y confronter... Ce choix n'est pas à prendre à la légère et est une obligation si vous souhaitez que l'autoédition devienne une de vos activités professionnelles !

Soyez contentieux, réfléchi et attentif vis-à-vis de ces statuts !

Certains auteurs autoédités pensent ne pas avoir besoin de prendre un statut professionnel puis sont complètement perdus quand leurs bénéfices des ventes s'envolent... Allez expliquer pourquoi et comment vous n'êtes pas dans les clous auprès des impôts !

Il faut être vigilant et ne pas tomber dans ces travers !

Communiquer

Votre livre est prêt à être vendu, vous avez réglé les derniers détails pour le faire. Aujourd'hui, vous changez de casquette ! Il est temps de communiquer sur votre œuvre pour enclencher les 1^{res} ventes.

Et, pour cela, il existe plusieurs options :

- Vous voulez surtout vendre dans votre secteur géographique ? Avez-vous sur une communication locale !
- Vous êtes ambitieux et souhaitez vous faire connaître dans la France entière ? Optez pour une communication nationale !

Vous ne savez comment faire ? Par où commencer ? Nous allons voir quelques pistes ensemble...

Publier un livre ne veut pas dire vendre ! Communiquer sur votre livre est primordial pour vendre ! Vous ne deviendrez pas le nouveau Musso juste en claquant des doigts... Et, surtout, n'écoutez pas, non plus, les autoédités qui vous diront que vos livres ne seront achetés que par vos proches !

Une bonne communication est la clé de votre succès !

Pour ma part, j'ai très rarement vendu aux membres de ma famille ou à mes amis... La grande majorité de mes lecteurs me sont inconnus ! Ils ont découvert mes livres grâce à ma présence en ligne et en local !

Communiquer au niveau local

Pour parler de votre livre dans votre ville, votre département, votre région, il est utile de passer par la communication classique : le communiqué de presse.

Ce dernier est un document à l'attention des acteurs de la presse (radio, journal, télévision...). Il se compose généralement d'une page, voire 2 et reprend les informations importantes.

On doit y voir apparaître :

- Une accroche, une phrase qui doit donner l'envie de découvrir le reste du document, qui interpeller votre interlocuteur accompagnée de la couverture de votre livre
- Une présentation du livre : son contexte, le résumé, les informations pratiques comme le nombre de pages, un lien vers le site de vente...
- Une présentation de l'auteur : une bio rapide
- Les informations utiles pour vous joindre : un numéro de téléphone, une adresse email, un site internet

Le communiqué de presse doit être concis, attrayant. Il doit donner envie de découvrir votre œuvre sans en dévoiler trop !

Si vous ne vous sentez pas de le faire, vous pouvez demander à un graphiste de le mettre en forme pour vous ! Il ne vous sera alors, généralement, demandé que la rédaction des textes où le graphiste pourra vous aiguiller, vous conseiller. Certains graphistes réalisent même cette phase.

Une fois, ce dernier réalisé, il faudra passer à la 2^{de} étape : la diffusion.

Pour cela, vous devrez lister les médias que vous souhaitez viser puis, grâce à internet, il est facile d'obtenir les adresses postales ou email. Selon votre budget, ce sera à vous de décider comment le diffuser.

Si vous choisissez la voie postale, le moyen le plus coûteux, vous devrez imprimer votre communiqué et l'envoyer à chaque média de la liste. Si vous choisissez le mail, vous n'aurez qu'à envoyer votre fichier PDF avec un mail bien construit pour donner envie à vos interlocuteurs d'ouvrir le courriel, de le lire et lire le communiqué de presse.

Si vous gérez bien cela, vous avez de fortes chances d'être recontacté ou d'obtenir directement un article !

Si vous n'êtes pas à l'aise, il existe des professionnels de la communication qui pourront réaliser cette étape sans problème ! Vous n'aurez, alors, qu'à gérer les réponses...

Habituellement, et pour chaque sortie importante, j'ai réalisé une campagne de diffusion. Le résultat en a été satisfaisant : pour une quinzaine de mails envoyés, j'ai, en moyenne, obtenu 1 podcast radio et 2-3 articles ou le livre présenté dans la catégorie sortie littéraire dans des journaux locaux (payants ou gratuits)... Cela m'a permis d'engendrer des ventes hors sites de vente.

Pour mon 1^{er} roman policier, j'ai même obtenu un contrat de dépôt-vente auprès des offices de tourisme de l'agglomération où se déroule l'action du livre !

Lorsque vous préparez votre communication, n'oubliez jamais l'objectif principal : se faire connaître pour vendre !

En parallèle, vous pouvez contacter les librairies, les offices de tourisme, les magasins vendant des livres pour essayer d'obtenir des séances de dédicaces. Le mieux est de se déplacer directement avec votre livre. Prévoyez un petit stock, laisser un exemplaire pour les laisser découvrir votre univers littéraire est un plus et peut vous ouvrir plus facilement les portes des dédicaces...

Le jour J, prévoyez votre stock, des marque-pages voire des cartes de visite pour les intéressés !

Communiquer au niveau national

La communication nationale est une option tout aussi intéressante que celle locale. Pour cela, je vous conseille fortement d'utiliser internet.

Il est possible de se servir d'un communiqué de presse, mais, à cette échelle, le résultat risque d'être moins pertinent...

Le mieux, dans ce cas-là, est d'utiliser tous les moyens mis à disposition et notamment, les réseaux sociaux !

Certains sont parfaitement adaptés à l'autoédition grâce à leurs auditoires. Il s'agit de Facebook, Twitter et Instagram. Ce sont les 3 réseaux les plus usités par les auteurs, les maisons d'édition, les blogueurs littéraires et, surtout, les lecteurs. Même si, aujourd'hui, TikTok développe une audience littéraire, il est plus que conseillé d'être présent sur les 3 cités juste avant.

- Facebook :

Le réseau à prendre en compte quand on est auteur et qu'on souhaite se faire connaître. Ici, plusieurs options s'offrent à vous : le compte, la page et les groupes.

Le compte sera un compte classique comme n'importe quel utilisateur se sert. Il faudra faire bien attention à vos publications. Tout ce que vous dites, partagez sera vu par votre auditoire ! Si vous utilisez votre compte FB pour votre activité d'auteur, il est préférable d'éviter les publications pouvant aboutir à des conflits ou des censures. De plus, il sera nécessaire de développer votre réseau d'« amis » pour être visible le plus possible !

La seconde option est de créer une page auteur qui sera séparée de votre compte personnel et sera entièrement dédiée à votre activité ! En posséder une a des avantages, vous pouvez créer des campagnes publicitaires pour toucher un large public pour un budget assez petit. Tout comme le compte classique, il sera nécessaire de développer son réseau, son audience en obtenant des « J'aime la page ». Pour cela, vous pourrez en premier demander à vos amis FB d'aimer et de partager votre page, et, en complément, diffuser une publicité attrayante proposant d'aimer votre page.

Les groupes, quant à eux, sont un regroupement de personnes ayant une passion, un attrait commun pour une idéologie, un système, une passion... Vous pouvez les rejoindre grâce à votre compte perso ou à votre page. De nombreux groupes sur l'autoédition, vente de livres, faisant le lien entre auteurs et lecteurs existent. Ils vous permettront d'obtenir une visibilité supplémentaire gratuite. Il faudra juste faire attention à bien choisir les groupes que vous souhaitez intégrer.

Il n'est pas nécessaire de faire un choix qui peut vite devenir cornélien puisqu'il est tout à fait possible de coupler les trois options !

- Twitter :

Twitter ou le réseau à l'instinct. Si vous pensez pouvoir vous en servir comme Facebook, vous vous trompez ! Ce réseau social est axé sur l'instantané : un tweet ne reste pas longtemps visible. Cela à cause du nombre de tweets à la minute.

De plus, vous devez être concis. Le nombre de caractères autorisés est limité.

Twitter est utilisé par beaucoup d'auteurs et de « critiques littéraires ». Il est donc important d'y être présent. En 1er lieu, vous devrez vous créer un réseau. Pour cela, il vous suffira de vous abonner aux personnes qui correspondent au public visé puis de proposer des publications pour leur donner envie de s'abonner en contrepartie.

Dès l'instant où vous aurez une communauté, vous devrez régulièrement tweeter pour ne pas tomber dans les tréfonds de Twitter ! Mais, attention à bien réfléchir à vos publications pour ne pas tomber dans le piège du train-train quotidien, du trémolo. Il est facile, quand on publie beaucoup, de se trouver à court d'idées et de commencer à raconter sa vie, ses idées, ses idéaux. Et d'oublier qu'à l'origine, votre compte Twitter est un compte auteur et non un compte perso ! Et tout cela peut entraîner la perte de pertinence sur vos publications !

Il est, comme sur FB, possible de réaliser des publicités payantes, mais, si vous ne soignez pas les mots-clés, le résultat ne sera pas probant...

Finalement, il s'agit d'un réseau social où l'instantané, la vitesse sont mis en avant, mais où vous

devez faire attention en publiant ! Vos publications devront être réfléchies, vous devrez prendre votre temps pour proposer des tweets pertinents...

Pour avoir testé les publicités payantes FB et Twitter, le résultat a été plus probant sur le 1er... Cela vient du fait que les publications Facebook sont moins rapidement noyées. Pour ma part, je considère Facebook comme plus intéressant et adapté pour les publicités payantes !

- Instagram :

Il s'agit d'un réseau axé sur l'image. Instagram est beaucoup utilisé par les blogueurs et les influenceurs.

Le point positif de ce réseau social est qu'il est lié à Facebook et vous pouvez facilement gérer les 2 via Facebook Business. Il faisait partie des 3 réseaux les plus intéressants pour promouvoir ses livres. Mais, aujourd'hui, des changements font penser qu'Instagram risque de devenir un réseau social secondaire !

Il faut savoir qu'à l'origine, pour être vu, il fallait être actif en proposant des images, des photos ou des vidéos. Depuis quelques mois, l'algorithme a subi des modifications et, si vous souhaitez être vu, il est préférable de réaliser des lives directement sur le site Instagram. Vous aurez ainsi une meilleure visibilité que si vous partagez des photos ou des vidéos venant d'autres supports !

À ce jour, Instagram est devenu beaucoup moins attractif, mais y être présent peut tout de même être un plus...

- Les autres options tout aussi pertinentes :

Nous avons parlé des 3 réseaux sociaux les plus utilisés en matière d'édition. Mais, il existe d'autres options qui peuvent vous offrir une présence sur internet, développer votre communauté, votre réseau et vous permettre, aussi, d'obtenir du contenu pour vos réseaux sociaux !

En premier lieu, vous avez un site auteur. Il est tout à fait possible de débiter par un site basique, gratuit. Vous n'avez pas besoin d'un site complexe, mais surtout d'une vitrine où vos lecteurs pourront y retrouver vos livres, suivre votre actualité !

Ici, vous avez différents choix : un site vitrine gratuit ou payant, un blog. Le mieux est de peser le pour et le contre, de réfléchir à comment vous souhaitez communiquer et, surtout, si vous voulez gérer cela seul ou avec l'aide d'un professionnel ! Lorsque l'on crée un site internet, il est important de réfléchir aux mots-clés, au SEO avant de se lancer tête baissée. Tout ceci vous permettra d'avoir un référencement naturel gratuit auprès des moteurs de recherche comme Google.

Partager de nombreux liens vers votre site sur les réseaux sociaux vous aidera à créer du contenu pour vos publications tout en aidant encore davantage à votre référencement naturel !

Si vous n'êtes vraiment pas à l'aise avec la création de sites, avec le référencement..., je vous conseille fortement de passer par un professionnel. Des infographistes, des webdesigners, des webmasters peuvent vous aider à obtenir un site idéal pour votre activité d'auteur !

En complément, il peut être utile de proposer des extraits de vos livres sur des sites comme Calaméo ou MonBestSeller à intégrer à votre site ou encore de réaliser une vidéo (un booktrailer) à diffuser sur les réseaux sociaux, YouTube et votre site.

En second lieu, il existe des sites où vous pourrez référencer vos livres comme Booknode, Babelio

ou lecteurs.com. Ces sites vous permettent d'y référencer vos livres, de créer une page auteur avec bio, liens vers vos sites, réseaux sociaux. De plus, vos lecteurs pourront y laisser des notes et des commentaires.

Ce genre de site permet une présence supplémentaire sur internet et un meilleur référencement de votre livre tout en vous offrant l'occasion de pouvoir discuter tranquillement de vos livres avec les lecteurs. Il s'agit d'une bonne alternative si vous n'avez pas de site auteur. Il est aussi possible que d'autres personnes vous y référencent !

Surveillez régulièrement votre référencement en effectuant une simple recherche soit de votre nom de plume soit des titres de vos livres ! Si vous remarquez que votre nom ou votre livre est référencé sur un site sans y avoir fait la démarche, n'hésitez pas à le partager sur vos réseaux !

La 3e option est le réseau social professionnel LinkedIn. Mais attention, il ne se gère pas comme les autres réseaux ! Il peut vous permettre de récolter de la présence internet voire des ventes, mais il servira surtout à créer un réseau pro. En vous connectant avec les bonnes personnes, vous pourrez obtenir des liens avec des professionnels de la communication, des médias.

Pour cela, vous devez opter pour une posture pro, une posture d'auteur affirmé qui est présent sur LinkedIn pour parler de son métier et de ses écrits. Vous êtes ici pour promouvoir votre savoir-faire et attirer les personnes qui pourront vous aider dans l'aventure de l'autoédition soit par leurs métiers de graphistes, correcteurs. soit par leur lien avec des médias pouvant parler de votre livre !

Il n'existe pas de meilleure option, mais vous pouvez très facilement mixer les différents supports... Je sais que cela peut vite devenir chronophage, mais il est primordial pour un auteur d'être un maximum trouvable sur les moteurs de recherche et pour cela, il est important que nous soyons présents sur une bonne partie des pistes proposées..

Pour ma part, je suis présente sur les 4 réseaux sociaux avec une préférence pour Facebook, et référencée sur de nombreux sites pour que mes livres soient facilement et rapidement trouvés par les lecteurs... Et sans déboursier 1 € !

Utiliser les SP et les salons

Utiliser les SP ? Mais qu'est-ce donc ?

Il s'agit des Services de Presse, vous proposez votre livre aux blogueurs, vlogueurs... Il existe un site très pratique pour cela : SimplementPro. Il vous suffit de vous y inscrire et mettre à disposition gratuitement vos livres. Toutes personnes intéressées prendront contact avec vous.

Le site est facile à utiliser. Il existe une option gratuite et une payante, selon l'option choisie, vous serez limité dans le nombre de SP proposé. Mais, au démarrage, l'option gratuite est amplement suffisante. Vous pouvez choisir de proposer votre livre soit en version papier soit en version numérique. Si vous n'avez pas un budget à mettre dedans, n'hésitez pas à ne le proposer qu'en ebook.

Ce système vous permettra d'obtenir des critiques et des commentaires sur d'autres sites comme des blogs, des vlogs, YouTube voire même sur des sites d'achat en ligne comme Amazon.

Ces retours vous permettront aussi de vous améliorer voire revoir une ultime fois votre livre. Il ne faut surtout pas que vous preniez ceci à mal, il est important de recevoir des critiques positives et/ou négatives pour grandir dans le domaine de l'édition !

Si vous ne souhaitez pas utiliser ce genre de site, vous pouvez tenter de prendre directement contact avec le public visé via les réseaux sociaux, mais, attention à bien contacter les personnes intéressées par le genre de votre livre !

Pour les salons et conventions, vous ne pouvez pas y participer sans préparation. Et cela commence par un statut pro ou l'adhésion à une association pour les auteurs ! Il est obligatoire d'avoir un numéro SIRET. Si vous n'en avez pas et que vous participez à un salon, en cas de contrôle, vous et les organisateurs, vous vous exposez à des amendes. Il est donc primordial d'être dans les clous !

Il en est de même si vous souhaitez organiser des séances de dédicaces au sein d'une librairie.

Un salon se prépare longtemps en avance. Il faut penser à de nombreuses choses :

- La taille du stand
- L'habillage de ce dernier
- Les produits proposés
- La communication avant, pendant et après
- Les outils nécessaires

Si vous êtes seul, vous n'aurez pas besoin d'un grand stand. Il est possible si le budget stand est conséquent de prendre un stand un peu plus grand et d'organiser un regroupement de 2-3 auteurs...

Côté habillage, vous devrez réfléchir à vos besoins : comment voulez-vous être vu ? Kakemono, Nappe, Drapeau... Tout ceci a un budget, mais il existe des astuces pour le diminuer. Par exemple, prévoyez plusieurs salons sur l'année et privilégiez les habillages de stand réutilisables !

Une participation à un salon signifie se faire connaître et vendre. Il est donc important de proposer vos livres et d'avoir un stock suffisant ! Mais pas que... Des marque-pages peuvent être un plus. Vous pourrez les offrir à l'achat d'un ou plusieurs livres et même les proposer à la vente.

Vous avez un site internet ? Vous êtes présent sur les réseaux sociaux ? Mettez en place des cartes de visite ! Et si vous souhaitez faire aussi la promotion de votre prochain livre, des flyers pourront faire l'affaire.

Parmi tout cela, il ne faudra pas oublier un outil primordial : des stylos pour les dédicaces. Et si vous vous sentez l'âme créative, des objets publicitaires comme un mug, des stylos personnalisés délicatement posés sur votre stand peuvent attirer les curieux !

Une fois votre présence bien préparée, il vous faudra communiquer dessus. Utilisez vos réseaux sociaux, votre site internet, votre réseau pour promouvoir votre présence au salon.

Il faudra aussi bien préparer ceci. La communication en amont vous permettra d'attirer vos lecteurs, mais il ne faudra pas négliger le reste : durant votre week-end sur place, communiquer sur votre stand, vos dédicaces, proposer des photos avec vos lecteurs... peut vous apporter une bonne réputation et peut-être de nouveaux liens voire des futurs lecteurs. Vous réalisez votre promotion en tant qu'auteur, mais aussi celle du salon. À la fin du week-end et les jours suivants, réaliser quelques publications de remerciements, parler de son ressenti, de son expérience est aussi important.

En clair, si vous souhaitez participer à un salon, il vous faudra prendre le temps de bien réfléchir et de bien le préparer ! Si vous ne savez pas comment faire vos supports, des graphistes professionnels peuvent vous y aider et vous conseiller aussi pour les impressions !

Réaliser les supports de communication, créer son stock peut prendre du temps surtout côté impression. Il est préférable de prendre 2-3 mois pour préparer sa venue sur un salon ou une convention pour éviter le stress de dernière minute et d'oublier des choses importantes !

Finalement, le plus important dans une carrière d'auteur est la communication ! Savoir communiquer, se démarquer... est la clé pour vendre. Il n'est pas tout d'écrire, il faut surtout se faire connaître et donner envie aux lecteurs d'entrer dans votre univers littéraire !

En conclusion

L'auto-édition peut paraître complexe, mais pas insurmontable lorsqu'on a les bonnes clés, il faut :

- gérer de nombreuses étapes
- posséder plusieurs casquettes
- faire attention à tout

Mais, créer et éditer son livre, cela, finalement, n'a pas de prix et apporte beaucoup de bonheur.

Sachez juste une chose : si vous vous sentez fatigué, épuisé lorsque votre livre est enfin en vente, cela est normal. Il s'agit d'une bonne fatigue, celle indiquant l'aboutissement d'un travail, d'une volonté.

Mon dernier conseil : Ne baissez jamais les bras ! À toutes questions, à tous problèmes, il existe des réponses et des solutions ! n'hésitez pas à déléguer si vous en ressentez le besoin, la nécessité !

Bonne chance pour votre aventure d'autoédition !

Annexes

Liens Utiles

- Antidote : www.antidote.info/fr
- KDP : kdp.amazon.com/fr_FR
- Lulu : www.lulu.com/fr
- Dilicom : dilicom-prod.centprod.com/index.html
- Ekmoci : www.ekmoci.com
- Ediweb : cyberscribe.cwi.fr
- Fnac : www.fnac.com
- Decitre : www.decitre.fr
- Cultura : www.cultura.com
- AFNIL : www.afnil.org
- Légifrance : www.legifrance.gouv.fr
- BNF : www.bnf.fr/fr
- Urssaf : www.autoentrepreneur.urssaf.fr/portail/accueil.html
- Agessa : www.agessa.org
- Urssaf (artiste auteur) : www.artistes-auteurs.urssaf.fr
- Facebook : fr-fr.facebook.cm
- Twitter : twitter.com
- Instagram : instagram.com
- TikTok : www.tiktok.com
- Calaméo : www.calameo.com
- MonBestSeller : www.monbestseller.com
- YouTube : youtube.com
- Booknode : booknode.com
- Babelio : babelio.com
- LinkedIn : fr.linkedin.com
- SimplementPro : simplement.pro



Pas à Pas
Publier sur Kindle KDP
© Delf In 2022