

Vendre et acheter des droits sur le marché international de l'édition jeunesse

BOÎTE À OUTILS

Vendre et acheter des droits sur le marché international de l'édition jeunesse

Cette boîte à outils propose aux éditeurs souhaitant se positionner sur le marché international de l'édition jeunesse des pistes et des outils pour l'appréhender, et s'y insérer plus facilement.

Cerner les tendances de l'édition jeunesse, vendre et acheter des droits, participer à des foires internationales... autant de questions abordées, en complément du guide "Comment vendre des droits à l'étranger" réalisé en 2011 et mis à jour en 2014 pour le Motif (Observatoire du livre et de l'écrit en Île-de-France) par l'agence Mon Agent et Compagnie.

Elle se compose de fiches pratiques thématiques (consultables dans ce fichier) et de documents types « prêts à utiliser », à télécharger sur le site de l'Alliance ou à demander directement à l'équipe de l'Alliance.

La présente boîte à outils fait suite à deux des ateliers organisés dans le cadre des Assises internationales de l'édition indépendante 2012-2014 : en mars 2013, en partenariat avec la Foire du livre de Bologne sur la question de la « visibilité de la littérature jeunesse africaine sur le marché international » et en septembre 2014 au Cap (Afrique du sud) sur « L'édition jeunesse, un enjeu essentiel pour la bibliodiversité ». Réunissant des éditeurs d'Afrique francophone et anglophone, portugais, brésiliens, ces ateliers ont montré la nécessité d'accompagner et d'outiller les éditeurs indépendants, et notamment les éditeurs des pays en développement, pour développer et asseoir leur présence à l'international.

Cette boîte à outils ne prétend pas être exhaustive : si certains documents vous semblent incomplets et/ou si vous souhaitez contribuer à l'enrichissement de ces documents, n'hésitez pas à nous écrire (equipe@alliance-editeurs.org).

Fiches thématiques

(en complément du guide « Comment vendre des droits à l'étranger ? »)

- 1. Introduction au marché international du livre jeunesse**
- 2. Faire appel à un agent ?**
- 3. Des programmes de soutien à la traduction et à l'édition francophone**
- 4. Les programmes de fellowship et d'invitation : l'exemple de la Foire du livre de Francfort**
- 5. L'exposition d'illustrations et le prix d'illustrateur de la Foire du livre de Bologne**
- 6. Agenda des foires et des salons du livre**
- 7. Études sur le marché international et structures ressources**

Remerciements

Prêts à utiliser : documents et supports type

(à télécharger sur le site de l'Alliance ou à demander à l'équipe de l'Alliance)

- 1. Participer à une foire d'échange de droits : rétroplanning**
- 2. Matériel de prospection**
- 3. Tableaux de suivi de prospection**
- 4. Glossaire français/anglais « Vendre des droits » (Écla Aquitaine)**
- 5. Kit juridique**
 - Contrat de cession de droits
 - Contrat traducteur/éditeur
 - Recommandations (cessions, droits numériques)
- 6. Manuel d'utilisation ISBN (AFNIL)**

Apprendre à connaître le marché des droits, marché complexe, demande beaucoup de temps et d'implication. Le contenu de cette fiche est donc seulement à portée informative et n'est pas exhaustif. Vous y trouverez quelques grandes tendances et conseils pour promouvoir votre production à l'international.

Qu'est-ce qu'un « bon livre » en cession de droits ?

« Et un bon livre, c'est quoi ? Celui qui n'est ni trop franco-français [ou trop spécifique à votre pays] ni trop "copieur" de nos voisins, ni trop long ni trop court, bien écrit mais accessible, original dans son genre mais pas trop excentrique¹... ». Un « bon livre » doit être assez « universel » pour être exportable, tout en étant assez singulier pour attirer l'attention. Il faut garder à l'esprit que les éditeurs cherchent à acheter un titre qu'ils ne pourraient pas trouver chez eux. L'ouvrage doit être de qualité, avec une véritable voix, une originalité dans le sujet et/ou dans son traitement.

Les meilleurs arguments pour défendre et vendre un livre sont tout simplement ceux qui vous ont convaincu, vous, éditeur. Pourquoi avez-vous choisi d'éditer ce livre-là en particulier ? Qu'est-ce qui vous a plu, touché ? L'agence Mon Agent et Compagnie le souligne dans le guide « Comment vendre des droits à l'étranger » : « Pour les éditeurs qui ne se sentent pas la fibre commerciale, nous pouvons juste leur conseiller de trier les arguments qu'ils attendraient eux-mêmes, dans le cas inverse, pour acheter les droits d'un livre. Il faut en tout cas rester convaincu de ce que l'on défend et honnête (reconnaissant ses qualités et ses défauts potentiels), et ne jamais oublier que si l'on a été assez confiant pour publier le livre dans sa maison, un autre éditeur pourra certainement être séduit lui aussi par son potentiel ! Le reste est une histoire de patience² ».

Quels genres s'achètent et se vendent le plus ?

Même si l'on ne peut généraliser et définir les règles qui font qu'un livre sera plus acheté qu'un autre, on peut cependant dégager quelques tendances pour le secteur jeunesse.

- Les albums 4/8 ans sont les livres qui s'exportent le mieux.
- Les documentaires peuvent bien se vendre à l'étranger, si les thèmes et les exemples traités sont susceptibles d'être pertinents hors de leurs frontières.
- Les livres à système (ou livres pop-up) ont connu un beau succès ces dernières années, de par leur dimension « spectaculaire » et la valeur ajoutée « technique » que peuvent rechercher les acheteurs de droits.
- Les ouvrages destinés à la petite enfance sont, de manière générale, moins nombreux sur le marché international. Cela peut donc être intéressant de jouer sur cette offre, même si ce type de publication ne trouvera pas forcément de public sur tous les marchés.

A contrario, les romans sont généralement plus difficiles à exporter car c'est un secteur très concurrentiel. Ainsi, il y a une telle offre sur le marché anglo-saxon (marché très difficile à conquérir de manière générale) que les éditeurs voient peu d'intérêt à aller acheter un roman à l'étranger et à en payer, en plus des droits, les frais de traduction. Il faut un texte de très grande qualité, avec un sujet fort et il faut être réellement persuadé de son potentiel avant de s'engager sur cette voie, sous peine d'y dépenser beaucoup d'énergie et de temps sans résultats.

(suite page suivante)

¹ Guide « Comment vendre des droits à l'étranger ? », réalisé par Mon Agent et Compagnie pour le MOTif en 2011.

² *Ibid.*

Prendre en compte les spécificités des marchés nationaux

Au-delà de ces grandes tendances, chaque pays a ses particularités. Par exemple, les éditeurs chinois chercheront en général des gros succès (notamment les livres primés), ou des séries/collections dont ils peuvent directement acheter plusieurs ouvrages. Au Brésil, les éditeurs répondent souvent à des appels d'offre de l'État : ils cherchent donc régulièrement des livres qui pourront rentrer dans ce cadre et se tournent notamment vers des livres qui présentent un apport pédagogique. Ils sont, par contre, peu intéressés par les livres pour les moins de 6 ans : en-dessous de cet âge-là, peu de parents au Brésil achètent des ouvrages pour leurs enfants.

Chaque pays, chaque secteur, chaque éditeur a ses particularités et des surprises (bonnes ou mauvaises !) sont toujours possibles : « [...] il n'y a pas de recette pour vendre à coup sûr : tous les responsables de cession ont des exemples de chefs-d'œuvre jamais traduits malgré leurs efforts acharnés, et à l'inverse, d'outsiders inattendus traduits dans 15 pays³ ».

Quelques conseils pour optimiser sa présence sur une foire

Cibler les titres et développer des outils de communication en anglais

- Sélectionner dans son catalogue les titres qui paraissent les plus « internationalisables ».
- Concevoir un catalogue en anglais en indiquant les tranches d'âge, genres, formats, nombres de pages, et les spécificités techniques importantes. Il peut être intéressant, dans ce catalogue, de faire un coup de projecteur sur le travail d'un illustrateur par exemple, ou sur un thème abordé dans différents ouvrages. Le document doit refléter ce que l'on veut mettre en avant.
- Concevoir des fiches argumentaires en anglais en ciblant les titres phares (pourquoi ce texte est intéressant, pourquoi ce texte vous a ému en tant qu'éditeur). Dans les deux documents, fiche argumentaire et catalogue, indiquer dans quels pays ont été vendus les droits.
- Travailler à travers son site internet (dans l'idéal bilingue, avec des contenus en anglais), et sa lettre d'information.
- Lorsqu'on envoie un catalogue en pièce jointe d'un mail, veiller à ce qu'il ne fasse pas plus de 3 Mo, sinon votre mail peut passer en spam directement.

Préparer ses rendez-vous avec les éditeurs

- Il est conseillé, surtout pour les petites équipes, d'aborder le marché international en se fixant des priorités par zones géographiques. Il est en effet plus facile de se concentrer sur les pays favorisant et achetant régulièrement des droits dans le genre éditorial que l'on publie. Au fur et à mesure des foires et des années, on peut ensuite élargir la prospection soit en complétant son carnet d'adresses sur ces mêmes zones, soit en démarchant de nouveaux pays.
- Les rendez-vous sur une foire d'échange de droits sont habituellement limités à une trentaine de minutes. En général, le vendeur reste sur son stand et le potentiel acheteur se déplace. Dans l'organisation de ses rendez-vous, ne pas oublier de prendre en compte les distances qui peuvent être longues d'un stand à un autre.
- Suite aux rendez-vous, il peut être intéressant de constituer une base de données par pays. Y noter quel éditeur est intéressé, par quel titre. L'éditeur que vous avez rencontré, en rentrant de la foire, en discutera de son côté avec ses collègues. Quelques jours après la foire, envoyer les PDF et les argumentaires par mail à l'éditeur rencontré, et le relancer quelques temps après. Même si l'éditeur ne confirme pas son intérêt, il sera désormais dans votre base de données et pourra être recontacté au moment de la préparation d'une nouvelle foire. C'est souvent en tissant des relations sur plusieurs années et après plusieurs rencontres qu'une vente de droit pourra se conclure.

(suite page suivante)

³ Guide « [Comment vendre des droits à l'étranger ?](#) », réalisé par [Mon Agent et Compagnie](#) pour le [MOTif](#) en 2011.

Contractualiser

- Au moment de la contractualisation, être vigilant sur certains points : par exemple, ne pas céder des droits à un éditeur américain sous la loi américaine. L'usage veut que la loi applicable indiquée sur le contrat soit celle du vendeur. Par ailleurs, l'éditeur vendeur ne peut pas garantir que le contenu de l'ouvrage ne porte pas atteinte à la loi de l'acheteur (dans le contrat, le seul engagement que peut prendre l'éditeur vendeur est que le contenu soit en conformité avec les lois de son pays).
- Dans un contrat de cession, on cède les droits pour une langue, et pour un territoire. Pour une langue comme le néerlandais par exemple, la cession pourra logiquement se faire avec les « droits monde » (donc valable dans le monde entier). Pour une langue parlée / éditée dans différents pays, la cession peut être circonscrite à certains pays.
- Les fichiers en haute définition sont en général vendus, en plus des droits sur les ventes. Donc, lorsqu'on négocie, la discussion porte sur le pourcentage des droits, sur l'à-valoir et sur le prix des fichiers en haute définition.
- L'éditeur qui vend a un droit de regard sur le livre avant impression, pour vérifier le copyright notamment. Il est d'usage que le propriétaire demande à l'éditeur de lui communiquer la traduction avant impression. Il s'agit de préserver le droit moral de l'auteur dont l'éditeur propriétaire doit garantir le respect. Il n'est pas exclu que ce contrôle porte également sur la présentation du livre (couverture, format, etc). Cela pourrait à ce moment-là être précisé dans les contrats, mais dépend aussi de la négociation au cas par cas, aucune règle précise n'existant à ce sujet.
- Six exemplaires justificatifs sont en général demandés.
- Les relevés des ventes sont envoyés habituellement dans les trois mois qui suivent la clôture des ventes, à la fin de l'année, mentionnant le nombre d'exemplaires imprimés, d'exemplaires vendus, et les retours le cas échéant.
- Reversement à l'auteur : pour les éditeurs français par exemple, l'usage est de fonctionner sur un pourcentage 50% éditeur-50 % auteur. Ainsi, si l'éditeur vendeur touche 1000 euros sur une cession, il reversera 500 euros à l'auteur.
- Recours : si on constate que l'éditeur acheteur n'a pas respecté le contrat, commencer par lui adresser une lettre recommandée. Les recours plus poussés peuvent être compliqués, mais le milieu de l'édition est un petit milieu, donc un éditeur n'a pas intérêt à risquer de ternir sa réputation. Ce type de contractualisations est basé inévitablement sur la confiance. Toutefois, en tant que petit éditeur, mieux vaut favoriser les cessions avec des maisons au profil analogue, pour que la relation soit équilibrée en cas d'éventuels rapports de force.

Négocier les droits numériques

- La cession des droits numériques se fait au cas par cas. Certains éditeurs les demandent d'office, mais l'éditeur vendeur a le droit de conditionner la cession à l'existence d'un réel marché du livre numérique dans le pays et une pratique de l'éditeur dans ce domaine.
- Dans tous les cas, il faut s'assurer auparavant que l'auteur vous a bien cédé ses droits numériques, et si ce n'est pas le cas, il vous faut faire un avenant au contrat d'auteur dans ce sens.
- On peut vendre les droits numériques de manière homothétique, ou bien pour des applications par exemple : là encore, il est nécessaire de s'assurer de ce qui va être fait précisément par l'éditeur acheteur, et de lui demander un lien vers la version avant la mise en ligne. Il faut en effet l'accord préalable de l'auteur avant toute publication.
 - Pour davantage de précisions sur la cession de droits numériques, se référer au document « Recommandations aux éditeurs relatives à la conclusion des contrats d'auteur et des cessions de droits en particulier au regard des droits numériques » réalisé par la juriste Manuela Dournes (à demander à l'équipe de l'Alliance).

Les agents

Un agent est « l'interface entre auteurs et éditeurs, ou l'intermédiaire entre éditeurs pour la vente et l'achat de droits de traduction ou la négociation de coéditions. Professionnel indépendant ou attaché à une structure légère, l'agent littéraire négocie, au nom de celui qu'il représente (auteur, éditeur, voire autre agent), la cession des droits d'édition, des droits d'adaptation audiovisuelle et des droits dérivés, moyennant un pourcentage sur ces cessions¹ ». L'agent prend un pourcentage sur les contrats de cession qu'il négocie (entre 10 et 20% du prix de vente de la cession) mais il peut également demander une rémunération fixe à l'éditeur (qu'il y ait vente ou pas).

Les éditeurs travaillent avec ces professionnels de deux manières :

- en faisant représenter leur maison d'édition par un agent pour vendre les droits de leurs ouvrages à l'étranger ;
- en collaborant avec des agents représentant des éditeurs étrangers ou des auteurs, pour acheter les droits d'un titre.

Les agents (ou les départements de droits étrangers des maisons d'édition) font parfois appel à des sous-agents (sub-agent) sur certains territoires ou pour certaines branches de la production qu'ils ont en charge. Cela est un moyen de mieux toucher des territoires ou des marchés au fonctionnement spécifique, qu'il connaîtrait moins. Un agent pourra ainsi, par exemple, présenter son catalogue à un sous-agent coréen et lui demander de chercher des éditeurs de son pays susceptibles d'être intéressés par ses titres. L'agent partage sa commission avec le sous-agent lorsqu'il négocie des contrats grâce à son intermédiaire.

Pourquoi faire appel à un agent ?

Pour un petit éditeur n'ayant pas de service de droits étrangers en interne, on peut souligner plusieurs **avantages** à tirer d'une telle collaboration :

- se développer à l'international sans y consacrer trop de temps en interne ;
- bénéficier de l'expérience d'un professionnel, qui connaît bien le fonctionnement des échanges de droits et les normes en termes de contrats ;
- pouvoir profiter, si l'on en trouve un, d'un agent spécialisé dans son domaine (petits éditeurs jeunesse par exemple) et donc d'une expertise et d'un carnet de contacts déjà solide ;
- avoir un retour professionnel sur sa production et développer sa connaissance du marché international.

Travailler avec un agent implique aussi des **engagements** :

- s'investir auprès de lui pour lui fournir les informations dont il a besoin, être réactif ;
- lui remettre les documents et les outils nécessaires à sa prospection (argumentaires, catalogues, voire extraits traduits de livres, etc.), qu'il adaptera pour la cession de droits ;
- s'engager dans la durée : un agent travaille sur le long terme. Contractuellement, une collaboration de minimum deux ans est généralement privilégiée, et les contrats sont renouvelables par tacite reconduction ;
- s'engager financièrement si l'on travaille avec un agent qui demande une rémunération fixe ;
- en général, le contrat est exclusif. Il s'agit d'une relation basée sur la confiance, l'éditeur s'engage à transmettre à l'agent tout intérêt qu'il aurait reçu d'éditeurs étrangers. Cette notion d'exclusivité peut concerner une partie du catalogue seulement, en fonction des spécialités de l'agent notamment.

Conseils

- Dans le cadre d'une première collaboration avec un agent, l'idéal est de négocier une rémunération à la commission.
- Il est également possible de démarcher un agent en tant que groupe d'éditeurs, si ce dernier a une cohérence (par exemple, 2-3 éditeurs jeunesse). Il peut en effet être plus intéressant pour un agent de travailler à partir de plusieurs catalogues que d'un seul plus réduit. Attention : chaque membre de ce groupe signe un contrat avec l'agent et tous doivent s'engager à être réactifs et prêts à s'investir dans cette collaboration pour qu'elle fonctionne.

¹ Cette définition est issue de l'étude « L'agent littéraire en France : réalités et perspectives » (2010), de Juliette JOSTE pour le MOTif.

Les programmes de soutien répertoriés ci-dessous émanent de structures françaises et sont destinés à des éditeurs francophones. Attention, les critères et procédures des différents programmes sont amenés à être régulièrement actualisés - il ne faut pas hésiter à se renseigner directement auprès des structures concernées. Il existe également des dispositifs d'aides dans des pays non francophones, que vous pouvez cibler en fonction de la langue que vous souhaitez traduire, ainsi que des soutiens provenant du domaine privé, par le biais de fondations notamment. Si vous connaissez d'autres programmes de soutien à la traduction, cession, etc., merci de nous les communiquer pour que nous puissions compléter cette fiche : equipe@alliance-editeurs.org

Aide à l'intraduction du Centre national du livre (CNL)

Cette aide vise à soutenir les coûts de traduction en français d'œuvres étrangères.

Critères d'éligibilité

- L'éditeur doit être un éditeur professionnel ne relevant pas de l'édition publique ou assimilée ;
- L'ouvrage doit être traduit en français et diffusé en France, dans le réseau des librairies ;
- Sont exclus les ouvrages de pédagogie, les guides et les catalogues d'exposition ;
- La traduction doit être effectuée à partir de la langue originale d'écriture de l'ouvrage

Procédure de candidature

Chaque éditeur peut déposer jusqu'à 4 dossiers par session et par commission (commissions par discipline, dont vous pouvez trouver la [liste ici](#)). La liste des [pièces à fournir se trouve sur le site du CNL](#). Les commissions se réunissent 3 fois par an. Les trois dates limites de dépôt des dossiers sont : le 31 octobre pour la session de fin janvier, le 20 février pour la session de fin mai, le 10 juin pour la session d'octobre.

Les subventions accordées sont proportionnelles aux frais de traduction de l'éditeur, sachant que l'éditeur ne peut prétendre à une aide lorsque la rémunération du traducteur est inférieure à 21€ le feuillet.

Les subventions sont versées en deux temps : 50% sont versés dès la décision d'attribution et 50% sont payés à la parution de l'ouvrage traduit. Attention : les éditeurs disposent d'un délai de 24 mois à compter de la date de la commission pour mener à bien leur projet et solliciter le versement du solde de la subvention. L'intégralité des informations concernant cette aide peut être consultée en cliquant [ici](#). Ne pas hésiter à contacter directement les équipes du CNL pour demander si le livre a des chances d'être éligible et dans quelle commission le soumettre.

Aide aux déplacements, à la promotion et renseignements sur les marchés du livre (instituts français)

101 instituts français sont répartis dans le monde : ils sont le relais de la diplomatie culturelle de la France à l'étranger. Les bureaux du livre peuvent être sollicités pour :

- fournir des renseignements sur le marché du pays où ils sont implantés, voire pour trouver des contacts. Cela peut se révéler précieux si l'on cible un marché en particulier ;
- soutenir des actions de promotion, en invitant par exemple un auteur ou un illustrateur français pour une conférence, une séance de signature, etc. ;
- soutenir le déplacement d'éditeurs sur les foires du livre : ils peuvent, par exemple, prendre en charge un billet d'avion. Il faut pour cela se mettre en relation avec le service culturel de l'institut français de votre pays.

La carte du réseau des instituts et des alliances français dans le monde est [disponible en ligne](#).

(suite page suivante)

Plusieurs foires internationales proposent des programmes d'invitation ou de fellowship¹ pour permettre à des éditeurs de participer plus facilement à leur événement et pour les aider à développer leur réseau à l'international. Chaque programme est différent et a ses propres conditions d'accès, ainsi que sa procédure de candidature spécifique. Il faut donc bien se renseigner sur les particularités de chacun d'entre eux et, surtout, être vigilant sur les délais d'envoi des candidatures. Sont présentés ici, à titre d'exemples, deux de ces programmes.

Programme de fellowship de la Foire du livre de Francfort

Un programme d'échange, d'information et de mise en réseau de professionnels du livre du monde entier.

Personne en charge de ce programme : Niki Théron (theron@book-fair.com), à qui l'on peut écrire en français.

[Site internet du programme](#)

Éligibilité

- pas de limite d'âge (moyenne d'âge des participants du programme : entre 30 et 40 ans)
- avoir plusieurs années d'expérience dans l'édition
- bonne connaissance de l'anglais
- recommandé mais pas obligatoire : connaissances basiques de l'allemand

Prise en charge

- hébergement et déplacements dans la ville de Francfort
 - une partie des repas pendant le séjour
- Attention : le voyage aller/retour à Francfort est à la charge du participant.

Candidature

- formulaire d'inscription complété
- lettre de recommandation de l'employeur ou une lettre de candidature si vous êtes votre propre employeur
- trois lettres de recommandation écrites par des partenaires professionnels internationaux (éditeurs, agents, chargé de cessions de droits, collectifs de professionnels internationaux, etc. avec lesquels vous avez travaillé/vous travaillez). Les lettres d'auteurs ne sont pas admises. Une lettre au maximum peut être écrite par un professionnel de votre pays mais il est recommandé de fournir en priorité des lettres de professionnels étrangers.
- l'intégralité du dossier doit être en anglais.

De manière générale, les formulaires sont disponibles sur le site à partir de mars et la date limite d'envoi des candidatures se situe fin avril (par exemple en 2014 : date d'envoi limite des dossiers le 30 avril).

Programme d'invitation de la Foire du livre de Francfort

Une prise en charge complète de la participation à la Foire du livre de Francfort, incluant une formation en amont de la foire, notamment sur le marché du livre allemand, et l'attribution d'un stand individuel.

Personne en charge de ce programme : Corry von Mayenburg (mayenburg@book-fair.com)

Éligibilité

- être un éditeur indépendant d'Afrique, d'Asie, d'Amérique latine, d'Europe Centrale ou d'Europe de l'Est
- connaissance de l'anglais

Prise en charge

- 2 jours et demi de formation en amont de la foire
- stand gratuit sur la foire
- voyage aller-retour jusqu'à Francfort
- hébergement et repas sur place

Candidature

- envoyer un email présentant votre candidature à l'adresse mayenburg@book-fair.com
- des dossiers de candidatures seront ensuite envoyés aux candidats, à renvoyer avant fin mars.

¹ Un fellowship est un programme de formation, organisé par une foire du livre, qui réunit des professionnels, en général quelques jours avant le début de la foire, et les accompagne pendant la foire.

La foire de Bologne organise, tous les ans, une exposition d'illustrateurs. Soixante-dix à quatre-vingt artistes sont sélectionnés et voient ainsi leur travail exposé à la foire. Les illustrations sont également intégrées au catalogue annuel des illustrateurs de Bologne (l'Illustrators Annual), qui présente la sélection de l'année. L'un des participants se voit aussi couronné du prix d'illustration de la Foire de Bologne. L'artiste primé reçoit ainsi 30 000 \$ et l'opportunité d'illustrer un livre jeunesse.

L'exposition d'illustrations

Qui peut participer ?

- les illustrateurs, qui peuvent soumettre leur travail (s'il est destiné à l'illustration d'ouvrages jeunesse) ;
- les éditeurs, qui peuvent présenter le travail de leurs illustrateurs jeunesse.

Constitution du dossier de candidature

- formulaire de participation disponible sur le site : remplir le formulaire en ligne, le sauvegarder et l'imprimer. Ne pas oublier de signer le formulaire et d'y ajouter une photographie de l'artiste ;
- courte biographique de l'illustrateur ;
- cinq illustrations originales, non publiées, ou publiées dans les deux ans précédant l'année de participation à la foire (ex : pour une participation en 2015, les illustrations publiées avant le 1er janvier 2013 ne seront pas acceptées). Il est nécessaire d'envoyer les dessins originaux et l'impression de l'œuvre finale). Il existe deux catégories dans lesquelles concourir : fiction ou non-fiction. Quelle que soit la catégorie choisie, l'ensemble des illustrations présentées doivent être sur le même thème.

Précisions sur les illustrations

- Les dimensions maximales des œuvres sont : 32 x 42 cm ou 42 x 32 cm pour la catégorie fiction et 50 x 70 cm ou 70 x 50 cm pour la catégorie non-fiction. Les illustrations doivent être sur papier ou carton léger (épaisseur maximum du support : 2 mm).
- Les illustrations soumises ayant déjà été publiées devront être accompagnées d'une note mentionnant leur ISBN, le nom de l'éditeur et son adresse.
- Les illustrations ne peuvent être soumises qu'une seule fois au jury de la foire : il est impossible d'envoyer une illustration déjà proposée lors d'une année antérieure.
- Les illustrations doivent être impérativement au nombre de cinq et numérotées à l'aide des étiquettes fournies sur le site de la foire (Labels). Ces étiquettes doivent être remplies (nom de l'illustrateur, titre de l'œuvre, légende, catégorie) et collées au dos de chaque illustration.

Les participations sont généralement à envoyer avant le mois d'octobre (date limite d'envoi indiquée chaque année sur le site).

L'ensemble de ces pièces (formulaire + illustrations étiquetées) doit être envoyé à l'adresse suivante :

BolognaFiere - Illustrators Exhibition
Piazza Costituzione, 6
40128 Bologna – Italy

Il est conseillé d'utiliser l'étiquette disponible sur le site de la foire (Coupons with pre-printed address) pour faciliter l'envoi des dossiers (l'étiquette mentionne l'adresse de la foire de Bologne, prévoit un emplacement pour l'adresse de l'expéditeur et permet de faciliter le passage à la douane grâce à la mention « Illustrations sans valeur commerciale »).

(suite page suivante)

Pour les professionnels résidant hors Union européenne, il est impératif d'envoyer les dossiers de candidature par le biais d'un service d'envoi sécurisé. Concernant les formalités douanières, il est recommandé de ne pas déclarer une valeur supérieure à 50 \$.

Les illustrations sont choisies par un comité international composé de cinq professionnels de l'édition et d'écoles d'art. Elles sont présentées dans une exposition spéciale à la foire, qui est ensuite transférée dans plusieurs musées au Japon. Cette tournée est organisée par le JIBBY, Japanese Board on Books for Young People (plus d'informations sur la tournée au Japon [ici](#)).

Les illustrations choisies sont également compilées dans l'Illustrators Annual de la Foire de Bologne. Conçu comme un livre d'art, il s'adresse aux professionnels de l'édition qui peuvent ainsi consulter le travail des illustrateurs et choisir des futurs collaborateurs pour leurs projets en fonction de leur ligne éditoriale, de leur goût, etc. Les coordonnées des artistes sont intégrées dans le catalogue afin de pouvoir directement entrer en contact avec eux. L'Illustrators Annual a pour objectif de promouvoir le travail des illustrateurs sélectionnés, tout en étant une vitrine des tendances qui s'affirment à travers le monde dans le domaine de l'illustration. Il est vendu lors de la foire, puis en librairie spécialisée.

Les illustrations envoyées à la Foire de Bologne, qu'elles soient sélectionnées ou non pour l'exposition, peuvent être récupérées (voir article 8. des règles du concours « Return of artwork »).

NB : un grand nombre d'illustrateurs participent à ce concours chaque année ; tous ne peuvent donc pas être sélectionnés.

Le prix d'illustrateur

Un des illustrateurs choisis pour participer à l'exposition se verra également décerner le prix international de l'illustration, le prix de la « Foire du livre de jeunesse de Bologne – Fondation SM » (Fondation Santa Maria - Ediciones SM, Espagne). Ce prix est réservé aux illustrateurs de moins de 35 ans et le gagnant est choisi par un jury d'experts (différent du comité choisissant les œuvres pour l'exposition). Le gagnant reçoit un prix de 30 000 \$ et se voit offrir l'opportunité d'illustrer un livre de jeunesse, publié par les éditions SM (Espagne). Le livre est présenté à l'édition suivante de la foire de Bologne, accompagné d'une exposition pour mettre en valeur le travail de l'illustrateur.

Il est conseillé de lire [les règles du concours](#) (en anglais ou en italien) afin d'obtenir toutes les précisions nécessaires.

Pour plus d'informations, contacter Deanna Belluti : Deanna.Belluti@bolognafiere.it • +39 051 282494 • [Site de la foire](#)

La liste des événements ci-dessous n'est pas exhaustive. Ont été mentionnés en priorité les grandes foires professionnelles internationales, les salons francophones et les foires du livre du continent africain.

Attention : même si ces événements ont généralement lieu autour des mêmes périodes, il est impératif de vérifier leurs dates précises d'année en année.

FÉVRIER

Salon international de l'édition et du livre (SIEL), Casablanca (Maroc)

Événement public (arabophone et francophone)

siel.casa@yahoo.com

www.salonlivrecasa.ma

MARS

Salon du livre, Paris (France)

Événement public

livre@reedexpo.fr

www.salondulivreparis.com

Foire du livre, Bruxelles (Belgique)

Événement public

info@flb.be

www.flb.be

Foire du livre de jeunesse, Bologne (Italie)

Foire professionnelle internationale

bookfair@bolognafiare.it

www.bookfair.bolognafiare.it

Salon international du livre Confluences, Port-Louis (Île Maurice)

Événement public (francophone)

cultureetavenir@mail.gov.mu

www.salonconfluences.com

AVRIL

Les 72h du livre, Conakry (Guinée-Conakry)

Événement public (francophone)

accueil@ccfg-conakry.org

www.ccfg-conakry.org

Foire du livre, Antananarivo (Madagascar)

Événement public (francophone)

contact@aedim.mg

www.aedim.mg

Foire internationale du livre, Londres (Angleterre)

Foire professionnelle internationale

lbf.helpline@reedexpo.co.uk

www.londonbookfair.co.uk

Salon international du livre, Québec (Canada)

Événement public

psauvageau@silq.ca

www.silq.ca

MAI

Salon africain du livre, de la presse et de la culture, Genève (Suisse)

Cet événement se déroule au sein du Salon du livre de Genève

Événement public

info@salondulivre.ch

www.salondulivre.ch

Foire internationale du livre d'Abu Dhabi (Abu Dhabi)

Événement public

mkennedy@kitab.ae

www.adbookfair.com

Foire internationale du livre de Buenos Aires (Argentine) - fin avril, début mai

Événement public

www.el-libro.org.ar

Foire du livre internationale, Lagos (Nigeria)

Événement public (anglophone)

info@nibfng.org

www.nibfng.org

Voix vives, de Méditerranée en Méditerranée, El Jadida (Maroc)

Événement public (francophone)

contact@voixvives-eljadida.com

voixvives-eljadida.com

JUIN

Foire du livre, Le Cap (Afrique du Sud)

Événement public (anglophone)
info@capetownbookfair.co.za
www.thebereed.co.za/capetownbookfair

SEPTEMBRE

Salon international du livre africain (SILA), Ténérife (Iles Canaries, Espagne)

Événement professionnel et public
angeles@bailledelsol.org
http://silaencuentro.org/

Open Book festival, Le Cap (Afrique du Sud)

Événement public (anglophone)
frankiemurrey@gmail.com
openbookfestival.co.za

Foire internationale du livre, Harare (Zimbabwe)

Événement public (anglophone)
information@zibf.org.zw
www.zibfa.org.zw

OCTOBRE

Salon du livre de jeunesse de l'Océan indien, Le Port (La Réunion)

Événement public (francophone)
lemaux_martine@yahoo.fr
www.adbenreunion.fr

Foire du livre, Francfort (Allemagne)

Foire professionnelle internationale
servicecenter@book-fair.com
www.book-fair.com

NOVEMBRE

Salon du livre, Montréal (Canada)

Événement public
slm.info@videotron.ca
www.salondulivredemontreal.com

Salon du livre et de la presse jeunesse, Montreuil (France)

Événement public
contact@cplj.fr
www.salon-livre-jeunesse.net

Foire internationale du livre, Guadalajara (Mexique)

Événement professionnel et public
www.fil.com.mx

Foire internationale du livre, Tunis (Tunisie)

Événement public (arabophone et francophone)
itf.com@fkram.com.tn
www.fkram.com.tn

Salon international du livre (SILA), Alger (Algérie)

Événement public (arabophone et francophone)
info@siladz.com
www.sila-dz.com

Foire internationale du livre (FILO), Ouagadougou (Burkina Faso)

Événement public (francophone)

Salon international du livre (SILA), Abidjan (Côte d'Ivoire)

Événement public (francophone)

DÉCEMBRE

Foire internationale du livre et du matériel didactique, Dakar (Sénégal)

Événement public (francophone)
dec@cicesfidak.com
www.cices.sn

Études du Bureau international de l'édition française

Le Bureau international de l'édition française (BIEF) a publié de nombreuses études sur les marchés du livre à travers le monde. Elles sont en accès libre sur le site du BIEF deux ans après leur publication (les études récentes sont réservées aux membres du BIEF).

Il suffit de cliquer sur le titre d'une étude pour y accéder.

Enquêtes thématiques

Art de vivre

L'édition d'art de vivre au Royaume-Uni (2011)
Annuaire d'éditeurs d'art de vivre dans le monde néerlandophone (2009)
Le marché du livre d'art de vivre aux États-Unis (2008)

Jeunesse & bande dessinée

L'édition de jeunesse au Vietnam (2011)
L'édition de jeunesse et bande dessinée au Brésil (2009)
L'édition de bandes dessinées en Serbie et en Croatie (2008)

Livre d'art

Le livre d'art au Brésil (2012)
Le livre d'art en Russie (2011)
Le livre d'art en Pologne (2009)
Le marché du livre d'art au Royaume-Uni (2008)

Sciences humaines et sociales

Les presses universitaires aux États-Unis (2011)
Annuaire de maisons d'édition de droit et sciences politiques en Chine (2011)
L'édition de SHS en Italie (2010)
Annuaire d'éditeurs de sciences humaines dans les pays de l'Ex-Yougoslavie (2009)
L'édition de sciences humaines et sociales en Russie (2009)
Annuaire des éditeurs de sciences humaines et sociales en Europe du Nord (2008)

Scientifique, Technique et Médecine (STM)

Annuaire de maisons d'édition de STM en Chine (2011)
La diffusion du livre français de STM et de droit en Espagne (2009)

Organigrammes

Amérique du Nord et Amérique du Sud

Les groupes d'édition aux États-Unis (2010)
Les groupes d'édition au Brésil (2010)

Asie

Les groupes d'édition en Turquie (2012)
Les groupes d'édition à Taiwan (2011)
Les groupes d'édition au Japon (2008)

Europe

Les groupes d'édition en Pologne (2011)
Les groupes d'édition en Espagne (2011)
Les groupes d'édition en Italie (2011)
Les groupes d'édition en Allemagne (2009)
Les groupes d'édition au Royaume-Uni (2009)
Les groupes d'édition aux Pays-Bas (2009)

Études de marché

Amérique du Nord et Amérique du Sud

L'édition en Colombie (2011)

L'édition en Argentine (2009)

L'édition au Mexique (2009)

Asie

État de la situation et perspectives sur le marché du livre aux Émirats arabes unis (2011)

L'édition en Corée du Sud (2010)

L'édition au Japon (2009)

L'édition en Chine (2008)

L'édition en Russie (2009)

L'édition en Turquie (2008)

L'édition en Israël (2008)

Europe

L'édition aux Pays-Bas (2012)

L'édition en Italie (2012)

Annuaire des maisons d'édition dans les Pays Baltes (2011)

L'édition en Suède (2011)

L'édition en Pologne (2009)

L'édition en Hongrie (2008)

Autres études

- Acquisition et cession de droits numériques : panorama de pratiques internationales (BIEF, 2013)
- Achats et ventes de droits de livres numériques : panorama de pratiques internationales (BIEF, 2011)
- L'agent littéraire en France: réalités et perspectives (Motif, 2010 - synthèse et étude complète). Bien que le cadre de l'étude soit la France, cette étude offre plusieurs parties sur le métier d'agent très complètes (notamment les parties « I. Définition : les multiples facettes de l'intermédiation » et « IV. Description : à quoi servent les agents ? »). Un tableau recense également les noms et les contacts de plusieurs agents basés en France (p. 91).
- Le droit d'auteur en usage en Europe (Motif, 2010)
- FranceLivre (portail international de la production éditoriale française) propose des fiches d'information synthétiques sur les marchés étrangers. Elles sont disponibles en libre téléchargement sur [le site](#) de FranceLivre. Il en existe à ce jour 25 différentes et plusieurs autres sont déjà en préparation.
- Livres Hebdo : dossiers thématiques, actualité du livre — recherche possible par mot clé sur le site. La version papier est consultable à l'Alliance (début d'abonnement : 8 février 2008, n°720).

Structures ressources (monde francophone)

- **African Publishers Network/APNET** (association d'éditeurs africains anglophones) : comptes-rendus de foires africaines, informations sur l'édition dans les pays africains, etc. • Contact : ghanabookpubs@yahoo.com • [Site internet](#) (en anglais)
- **Alliance internationale des éditeurs indépendants** : centre de ressources et Alliance-Lab (édition numérique), etc. • Contact : equipe@alliance-editeurs.org • [Site internet](#) (disponible en français, en anglais et en espagnol) • [Labo numérique de l'Alliance](#) (disponible en français, en anglais et en espagnol)
- **Association internationale des libraires francophones/AILF** : coordonnées de librairies, informations sur les actions de l'association, etc. • Contact : contact@librairesfrancophones.org • [Site internet](#)
- **Fédération interrégionale du livre et de la lecture** (association regroupant les structures régionales pour le livre en France) : nombreuses ressources professionnelles sur le site (études, outils, fiches juridiques, etc.) • Contact : info@fill.fr • [Site internet](#)
- **Scolibris** (association de professionnels du livre au service d'éditeurs africains) : documentation sur le livre et l'édition en Afrique, dont le secteur scolaire, conseils personnalisés, etc. • Contact : contact@scolibris.fr • [Site internet](#)
- **Société de développement des entreprises culturelles/SODEC** (société du gouvernement du Québec soutenant la production et la diffusion de la culture québécoise dans le champ des industries culturelles) : études, informations sur le marché du livre au Québec, etc. • Contact : info@sodec.gouv.qc.ca • [Site internet](#)
- **takamtikou.bnf.fr**, revue en ligne du livre et de la lecture des enfants et des jeunes en Afrique, dans le Monde arabe, la Caraïbe et l'océan Indien • Contact : cnlj-jpl.takamtikou@bnf.fr • [Site internet](#)

Remerciements

L'Alliance internationale des éditeurs indépendants tient à remercier chaleureusement :

- Nickie Athanassi, de Mon Agent et Compagnie, pour les nombreuses informations sur le métier d'agent et sur la cession de droits ;
- Manuela Dournes, juriste et consultante, pour les modèles de contrats du kit juridique ;
- Aurélie Latchimy, du Centre national du livre, pour les précisions sur le programme d'aide à l'intraduction du Centre national du livre ;
- Hannele Legras, de l'agence Hannele & Associates, pour les précieuses informations sur le marché du livre jeunesse ;
- Nathalie Philippe et Didier Dutour, de l'Institut français, pour les informations sur le programme d'aide à la cession Nord-Sud de l'Institut français ;
- Niki Théron, de la Foire du livre de Francfort, pour les précisions sur le programme de fellowship ;
- Stéphanie Vernet, de la Picture Book agency, pour sa relecture attentive ;
- l'AFNIL, et notamment Bruno Bardin, pour l'autorisation de diffusion du Manuel ISBN ;
- l'Écla Aquitaine, et notamment Olivier du Payrat, pour l'autorisation de diffusion du glossaire Selling rights ;
- le MOTif et plus particulièrement Catherine Sas, pour l'autorisation de diffusion du guide « Comment vendre des droits à l'étranger » ;
- l'équipe de la Foire de Bologne, et particulièrement Deanna Belluti, Roberta Chinni, et Daniela Marmocchi, pour leur accueil et le partenariat noué avec l'Alliance ;
- le Centre national du Livre (CNL) et la Fondation de France, qui ont soutenu l'atelier tenu en 2013 à Bologne, et la réalisation du présent document.



equipe@alliance-editeurs.org
www.alliance-editeurs.org