

Édition multisupport, environnement numérique

Formations, audit et conseil

2010

L'édition multisupport et le numérique à l'Asfored

Organisme de référence pour la formation à l'édition papier et électronique, l'Asfored accompagne toutes les structures qui souhaitent négocier au mieux le délicat virage de la publication multisupport et maîtriser l'environnement numérique dans lequel elle s'inscrit :

– le catalogue 2010 des **stages interentreprises** propose 13 formations dédiées à ces nouveaux modes de production et de communication, qui sont également pris en compte, bien sûr, dans les 62 autres formations ;

– un très grand nombre de **programmes sur mesure** est élaboré chaque année pour aider les responsables à mettre en œuvre le changement et les équipes à faire évoluer leur pratique (plus de 600 personnes formées aux aspects techniques, organisationnels et juridiques du multisupport entre janvier 2009 et mars 2010) ;

– le département **Audit et conseil** assiste les entreprises dans la conception et la mise en place de la chaîne de production adaptée à leurs contenus.

D'une manière générale, la mission de l'Asfored est d'aider les éditeurs à anticiper les évolutions technologiques et juridiques, à rester en prise avec les nouvelles pratiques, à dynamiser leur stratégie... Pour cela, elle dispose d'une équipe de plus de soixante collaborateurs qui sont tous des professionnels du secteur aguerris.



Pour en savoir plus sur l'Asfored et découvrir toutes les formations qu'elle propose :
www.asfored.org

Stages interentreprises

Bâtir sa stratégie d'édition multisupport	4
Valoriser et exploiter un fonds éditorial Numériser, enrichir, référencer et diffuser vos textes	5
L'édition multisupport Les concepts fondamentaux	6
Conduire des projets d'édition multisupport	7
Le fabricant face à la production plurimédia Les techniques à mettre en œuvre	8
XML pour l'édition S'approprier les concepts et outils	9
InDesign et le XML Les principes d'une mise en page adaptée au XML	10
Éditer pour Internet Comment mettre en place un projet pour le Web	11
Rédiger pour Internet Compléments au livre, sites d'information, communication...	12
Enrichir et mettre à jour son site Avec Dreamweaver ou un CMS	13
Droit et édition numérique	14
Le marketing Web Élaborer, mettre en œuvre et évaluer une stratégie Internet	15
Les relations média 2.0 Influence, notoriété et réputation sur Internet	16

Votre interlocuteur
Formation interentreprises
Amel Mehiaoui
01 45 88 39 81
mehiaoui@asfored.org

Pour accéder au catalogue complet :
www.asfored.org > **Formation continue** > **Formation interentreprises**

 NOUVEAU

Bâtir sa stratégie d'édition multisupport

Objectifs

- Identifier les innovations et les nouveaux acteurs dans le monde du livre
- Acquérir des repères permettant de créer une nouvelle chaîne de valeur éditoriale ou d'optimiser l'existant

Participants

- Responsables d'édition
- Directeurs éditoriaux
- Responsables de production
- Dirigeants d'une PME d'édition
- Directeurs des ressources humaines
- Responsables administratifs et financiers
- Directeurs commerciaux
- Responsables marketing

Durée

1 jour (7 heures)

Dates

- 9 juin
- 24 septembre
- autres dates : nous consulter

Contenu

Introduction

- Un environnement en évolution :
- nouvelle cartographie (acteurs, rôles, relations)
 - typologie des offres
- Une relation directe entre l'auteur et le consommateur final

Éditer dans ce paysage

- La nouvelle approche des données éditoriales : œuvre, plus que produit
- Les conséquences de cette nouvelle approche :
- la nécessité de constituer une source éditoriale générique
 - les techniques à mettre en œuvre dans un contexte incertain (publications destinées aux téléphones portables, au Web, aux consoles... et à des supports encore inconnus)
 - l'impact juridique
- Les auteurs : quelle est et quelle sera leur implication dans la chaîne éditoriale ?

La valeur ajoutée de la maison d'édition

- L'intermédiation entre un auteur et son public
- Le travail éditorial : de la rigueur rédactionnelle aux interactivités possibles
- La production technique du contenu : la saisie (XML), la mise en forme pour différents supports
- La distribution

Les implications techniques et organisationnelles du passage au multisupport

- Choisir la taxonomie (personnalisée ou publique) appropriée
- Planifier le basculement d'une production orientée papier à une production multisupport
- Accompagner efficacement cette évolution :
- l'élargissement des compétences éditoriales et de fabrication (XML, nouveaux prestataires)
 - la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC)

Tendances et prospective

- Opportunités et menaces
- Quand envisager le croisement des courbes d'édition papier et numérique
- Édition papier et numérique, 100 % papier ou 100 % numérique :
- quel profil d'éditeur viser ?
 - avec quelle stratégie ?

Méthodes pédagogiques spécifiques

- Présentation des nouveaux modèles éditoriaux dans une approche *benchmarking*
- Échanges autour des différentes problématiques



Valoriser et exploiter un fonds éditorial

Numériser, enrichir, référencer et diffuser vos textes

Contenu

Introduction

Pourquoi numériser ?
 Archivage et diffusion
 Les différents types d'écrits concernés
 Panorama des technologies
 Numérisation et respect des droits

Les différents modes de numérisation

Frappe directe
 Scan, avec ou sans OCR (reconnaissance optique des caractères)

Les différents formats et leurs utilisations préférentielles

Texte seul
 XML : notions de DTD et de schéma
 PDF avec texte caché
 PDF et XML
 Les formats *open source* ou propriétaires
 Les DTD métiers existantes

Les enrichissements sémantiques

Les métadonnées et leur format
 Le cas des images (IPTC, XMP), des textes (Dublin Core)
 Les bases de données indexées
 Notions d'encodage

La réelle valorisation du fonds numérisé

La diffusion en ligne (gratuite ou payante)
 Le référencement (Google et autres) : Web intelligent et Web sémantique
 Syndication de contenus : flux RSS
 Les bases de données de type GED (gestion électronique de documents)
 Le partage de données et les plates-formes collaboratives
 Les échanges de métadonnées (OAI-PMH)
 L'édition électronique : e-book et e-paper, les consoles et supports nomades
 La complémentarité avec d'autres médias : sonorisation, *rich media*
 L'accessibilité des contenus pour un public handicapé

Organiser un projet de numérisation

Inventorier les sources
 Décider des techniques de numérisation
 Choisir les formats d'archivage et de diffusion
 Déterminer les ressources nécessaires
 Gérer l'avancement du projet

Méthodes pédagogiques spécifiques

Démonstrations interactives
 Réflexion en commun autour de cas concrets
 Présentation de quelques outils disponibles

Objectifs

- Découvrir les technologies permettant de redonner vie à des œuvres inexploitées
- Connaître les possibilités d'exploitation des œuvres numérisées
- Lancer et suivre un projet de numérisation d'œuvres
- Être en mesure de dialoguer avec les différents partenaires et prestataires

Participants

- Éditeurs
- Assistants d'édition
- Responsables d'édition
- Responsables de publications
- Directeurs éditoriaux
- Documentalistes
- Bibliothécaires
- Chefs de fabrication
- Techniciens de fabrication
- Conservateurs
- Chargés de communication
- Dirigeants d'une PME d'édition
- Responsables marketing
- Commerciaux

Durée

2 jours (14 heures)

Dates

- 11 et 12 octobre
- autres dates : nous consulter



L'édition multisupport

Les concepts fondamentaux

Objectifs

- Connaître les processus de conception éditoriale des produits multisupports (papier, Web, e-books et autres publications pour supports nomades)
- Acquérir des repères pour adapter des contenus existants et développer de nouveaux produits sur différents supports

Participants

- Éditeurs
- Assistants d'édition
- Responsables d'édition
- Responsables de publications
- Directeurs de collection
- Directeurs éditoriaux
- Chargés de communication
- Dirigeants d'une PME d'édition
- Responsables de promotion
- Responsables marketing

Prérequis

Une connaissance élémentaire d'Internet

Durée

2 jours (14 heures)

Dates

- 7 et 8 juin
- 20 et 21 septembre
- autres dates : nous consulter

Contenu

Contexte et enjeux

Les supports de publication
La production de données indépendamment du support

L'écosystème XML

La généralisation des langages de balisage
Les langages de balisage spécialisés
Les langages de balisage transversaux

Pourquoi choisir le XML ?

Les avantages et les limites de la publication en XML

Les questions à se poser : qui doit structurer ? jusqu'où ? avec quels outils ?...

Conséquences de la structuration dans la maison d'édition

Constituer une base documentaire

La notion de classe de documents
L'analyse documentaire

Structurer en XML

Les principes du XML
L'instance XML
La DTD

Publier sur différents supports

Publication papier ou PDF
Publication électronique

Les scénarios de publication

XML natif ou rétroconversion
Moteurs de composition
Les logiciels de PAO et le XML

Méthodes pédagogiques spécifiques

Structuration de textes relevant de domaines variés
Démonstrations interactives
Réflexion en commun autour de différents projets d'édition multisupport

 NOUVEAU


Conduire des projets d'édition multisupport

Contenu

Le contexte (rappels)

L'édition multisupport, un monde en constante évolution

Nouvelles problématiques, nouvelle chaîne de valeur, nouveau vocabulaire, nouveaux outils d'édition...

Opportunités et menaces, forces et faiblesses

Les spécificités, dans l'acte d'édition, d'un projet multisupport

Penser dès l'amont, et avec les auteurs, les exploitations multiples

Les performances d'un projet selon la méthode QCD (qualité, coût, délai) : différences avec un projet monosupport « print »

Une série de projets à gérer en parallèle avec de multiples intervenants

Nécessité d'une conduite « agile » et transversale des projets

Le management d'un projet multisupport

La démarche « projet » selon le modèle PDCA (*plan, do, check, act*)

La décision de lancement : anticipation, qualification, hiérarchisation, gestion des risques

Le périmètre du projet :

- création et/ou réexploitation de ressources existantes
- les ressources à créer, les enrichissements nécessaires, les fonctionnalités attendues (pour quels usages ? quel public ?)

La planification du projet : jalons, validations

Le suivi de l'avancement du projet et les outils de pilotage du workflow garantissant la réactivité

Les paramètres techniques

La structuration en XML et la DTD

L'adéquation des types de contenus (texte, image, image animée, son) et des supports de destination

Les schémas de publication

Les compétences internes et externes nécessaires

Les paramètres juridiques

Avenir du droit d'auteur : évolutions législatives et remises en cause

De l'œuvre numérisée à l'œuvre numérique

Relations contractuelles avec les auteurs et les partenaires extérieurs

Problématiques commerciales et fiscales : fixation du prix, TVA

Les paramètres financiers

Les modèles économiques existants : vente à l'unité, abonnements, souscription, *licensing*, distribution...

Les coûts d'exploitation (création, réalisation, promotion...) :

- les budgets et leurs aléas
- les économies d'échelle

La structure du compte d'exploitation prévisionnel d'un projet multisupport et la mesure de la rentabilité

La création de valeur : la question de l'activation et de l'amortissement des coûts de création éditoriale

L'éditeur chef de projet multisupport

Veille technologique, économique et juridique

Une réactivité et une créativité permanentes

Comment convaincre et mobiliser la direction et les équipes

Comment conduire le changement et la dynamique de progrès

Méthodes pédagogiques spécifiques

Stage animé successivement par trois spécialistes des thèmes abordés

Une approche pratique permettant aux participants de créer, à l'issue du stage, leurs propres outils : *check-lists*, outils de gestion, tableaux de bord...

Réflexion en commun autour de cas concrets

Objectifs

- Pouvoir mettre en place et piloter un projet dans sa globalité
- Être capable de déterminer les moyens nécessaires
- Acquérir des outils de gestion de projet adaptés aux nouveaux modèles d'édition

Participants

- Éditeurs
- Assistants d'édition
- Responsables d'édition
- Responsables de publications
- Directeurs de collection

Prérequis

Notions d'édition multisupport acquises soit par l'expérience, soit par le biais d'une formation (« L'édition multisupport », ci-contre, ou stage intra-entreprise)

Durée

4 jours (28 heures)

Dates

- 8, 9, 15 et 16 avril
- autres dates : nous consulter



Le fabricant face à la production plurimédia

Les techniques à mettre en œuvre

Objectifs

- Comprendre les caractéristiques des différents formats de fichiers utilisés dans l'édition plurimédia
- Mesurer les enjeux de leurs exploitations
- Analyser la demande de l'éditeur et savoir y répondre en toute connaissance de cause
- Dialoguer efficacement entre partenaires
- Envisager des améliorations dans le traitement des données

Participants

- Chefs de fabrication
- Responsables de production
- Techniciens de fabrication

Prérequis

- Maîtrise du prépresse papier
- Notions de publication multisupport

Durée

2 jours (14 heures)

Dates

- 12 et 13 avril
- 1^{er} et 2 juillet
- 7 et 8 septembre
- autres dates : nous consulter

Contenu

Les sources de données et leurs caractéristiques

Les logiciels : InDesign, Photoshop, logiciels audio
Les formats : XML, HTML, Jpeg, RAW, Tiff, Mpeg, AIFF, MP3

L'adéquation des types de contenus et des supports de destination

Les types de contenus :
– texte
– image
– image animée
– son
Les caractéristiques à retenir suivant la destination : format, qualités (critères de choix), facilité d'usage
Formats de travail et formats de diffusion

Les nouveaux schémas de production

Le rôle pivot du XML
Les transformations XSL(T)
Le format XSL-FO pour le PDF
Les différents circuits :
– les coûts initiaux
– les gains de productivité attendus

Les traitements à appliquer au XML

Mise en conformité
Validation
Conversion

Les évolutions à court et moyen terme

Les outils de destination (caractéristiques et intérêts) :
– les formats e-book (ePub et XHTML)
– le Mobipocket (Mobi, PRC, Amazon)
La publication automatique
Les conversions automatiques

L'archivage

Recommandations pour faciliter la réexploitation des données

Méthodes pédagogiques spécifiques

Exposés de différents cas de figure concrétisés par des manipulations de données
Démonstrations et manipulations d'outils modernes, incluant l'e-reader

XML pour l'édition

S'approprier les concepts et outils

Contenu

L'analyse documentaire

Classes de documents
Supports cibles
De l'analyse documentaire à la structure

Le document XML

Les éléments
Les attributs
Les entités

La DTD

De la structure à l'écriture de la DTD
La mise en œuvre d'une DTD
Les grandes DTD publiques : TEI, DocBook

L'organisation d'un environnement éditorial XML

Les rôles : éditeurs, auteurs, sous-traitants
Le circuit XML : saisie, épreuve

Du document XML à la publication

Les transformations avec XSL
La chaîne de production multisupport
Les supports de publication : papier, e-reader, Web...
XML vers le papier
XML vers le Web
XML vers l'e-reader

Méthodes pédagogiques spécifiques

Démonstrations
Manipulation de documents XML
Utilisation de documents XML et de DTD existants
Analyse de fonds éditoriaux et création de DTD

Objectifs

- Organiser les publications en classes de documents
- Connaître la démarche de structuration des textes en XML
- Utiliser les outils XML et mettre en œuvre le XML

Participants

- Éditeurs
- Assistants d'édition
- Responsables de publications
- Auteurs
- Documentalistes
- Bibliothécaires
- Chefs de fabrication
- Responsables de production
- Techniciens de fabrication

Prérequis

- Maîtrise de l'environnement Windows
- Connaissance de base du XML (notions de balisage, de type de document et de DTD)

Durée

3 jours (21 heures)

Dates

- 3, 4 et 10 mai
- 30 septembre, 1^{er} et 8 octobre
- autres dates : nous consulter



InDesign et le XML

Les principes d'une mise en page adaptée au XML

Objectifs

- Connaître les processus de production automatisée avec des outils de PAO
- Acquérir des repères pour adopter ce nouveau mode de production
- Découvrir les perspectives offertes par ces outils en matière d'organisation

Participants

- Éditeurs
- Assistants d'édition
- Responsables de publications
- Secrétaires de rédaction
- Chefs de fabrication
- Responsables de production
- Techniciens de fabrication
- Maquettistes
- Graphistes
- Directeurs artistiques

Prérequis

- Maîtrise de l'environnement Mac OS ou Windows
- Maîtrise d'InDesign

Durée

2 jours (14 heures)

Dates

- 31 mai et 1^{er} juin
- 11 et 12 octobre
- autres dates : nous consulter

Contenu

Les principes de base du XML

La DTD et les principes de la structuration
L'instance XML et le fonctionnement des balises
Transformations et feuilles de styles XSL

Le fonctionnement d'InDesign (rappels)

La gestion des feuilles de styles dans InDesign (création, modification, organisation) :

- styles de paragraphes
- styles de caractères
- styles imbriqués

La gestion des gabarits :

- utilisation des gabarits selon la structure XML
- chaînage des pages

L'importation du XML dans InDesign

La correspondance entre les balises et les styles

L'interface : la fenêtre Structure et la palette de balises, le mode éditeur

Les options d'importation

L'exportation en XML depuis InDesign

La préparation du fichier InDesign

Les options d'exportation

Mise en correspondance des styles avec les balises

Le contrôle et la mise au point du document

Contrôler les éléments importés : textes et styles, placement des images

Contrôler la structure en mode éditeur

Contrôler les fins de pages, les chapitres

Ajuster la typographie et la mise en page après l'importation du fichier XML

Méthodes pédagogiques spécifiques

Démonstrations interactives

Manipulation du logiciel par le biais d'exercices pratiques



Éditer pour Internet

Comment mettre en place un projet pour le Web

Contenu

Introduction

Les concepts fondamentaux d'Internet

Les hyperliens

Les différences d'approche entre l'édition papier et l'édition pour Internet

Édition on-line et off-line (comparaison)

Les outils et les langages

L'organisation technique d'une page Internet

Le langage HTML

La mise en page pour le Web (tableaux, cadres et calques)

Les feuilles de styles

Sites dynamiques et bases de données

Systèmes de gestion de contenus (CMS) et logiciels auteurs

Les étapes de conception d'un site

Définir les objectifs du site

Organiser les contenus

Identifier les ressources

Déterminer l'ergonomie et la navigation

Élaborer la charte graphique

La mise en ligne du site

L'hébergement

La publication du site

Les processus de vérification et de maintenance

Le référencement

Le cahier des charges

L'arborescence

Les étapes de la planification

L'estimation budgétaire

Les contenus multimédias et leurs formats

L'optimisation des éléments graphiques

Son, vidéo, animation

Les modules périphériques (présentation)

Newsletter, forums, blogs, fils RSS, podcasts

Méthodes pédagogiques spécifiques

Analyse critique de sites existants

Création et mise en forme de pages Internet simples

Réalisation d'une ébauche de cahier des charges, dans la dernière partie du stage

Objectifs

- Connaître les contraintes liées à la conception et au suivi d'un projet pour Internet
- Maîtriser le vocabulaire employé
- Comprendre les principes et les étapes d'élaboration d'un cahier des charges
- Pouvoir évaluer les propositions des prestataires

Participants

- Éditeurs
- Assistants d'édition
- Responsables de publications
- Chargés de communication
- Responsables de promotion

Prérequis

- Maîtrise de l'environnement Mac OS ou Windows
- Une utilisation régulière d'Internet

Durée

4 jours (28 heures)

Dates

- 10, 11, 17 et 18 juin
- 15, 16, 22 et 23 novembre
- autres dates : nous consulter

 NOUVEAU



Rédiger pour Internet

Compléments au livre, sites d'information, communication...

Objectifs

- Comprendre les spécificités de l'écriture pour Internet
- Savoir organiser l'information et rédiger dans le respect des chartes éditoriale et graphique, en exploitant au mieux l'interactivité
- Connaître la meilleure procédure pour obtenir un résultat de qualité

Participants

- Éditeurs
- Assistants d'édition
- Secrétaires de rédaction
- Rédacteurs
- Auteurs
- Documentalistes
- Bibliothécaires
- Chargés de communication
- Attachés de presse
- Responsables de promotion

Prérequis

- Maîtrise de l'environnement Mac OS ou Windows
- Une utilisation régulière d'Internet
- Une première approche de la rédaction

Durée

3 jours (21 heures)

Dates

- 8, 15 et 16 avril
- 10, 16 et 17 décembre
- autres dates : nous consulter

Contenu

Le site Internet et ses spécificités (quelques rappels)

Concepts fondamentaux que le rédacteur doit prendre en compte :

- organisation d'un site
- interactivité et liens hypertextes
- référencement
- lecture à l'écran

Les chartes graphique et éditoriale
Langages et outils

Le formatage du texte

Polices, taille des caractères, enrichissements typographiques

Appliquer des styles prédéfinis

L'apport du rédacteur lors de la conception ou de la refonte d'un site

Organiser l'information

Découper l'information selon un scénario efficace :

- contenu durable, contenu évolutif
- un angle, un article
- les liens pour guider l'internaute vers d'autres pages du site

Varié les genres rédactionnels

Organiser le texte

Déterminer le message essentiel

Choisir le plan le plus adapté au sujet et à la lecture à l'écran

Prévoir une attaque et une chute

Rédiger le texte

Structurer pour rassurer :

- le découpage en paragraphes
- les listes à puces ou à numéros
- les tableaux

Écrire clair et précis :

- le vocabulaire adapté au lectorat visé
- la longueur des phrases, le temps des verbes
- une ponctuation avant tout structurante

Écrire interactif : les liens dans le texte et les infobulles (intérêt et limites)

Renforcer l'efficacité de son texte par la mise en valeur de mots (intérêt et limites)

Respecter l'indépendance des niveaux de lecture

Adapter à l'écran un texte écrit pour le papier

Élaborer la titraile

La titraile : définition, fonctions, qualités

Prendre en compte le référencement

Répartir les informations entre les différents éléments de titraile

Quand et comment rédiger la titraile

Vers des textes impeccables

Comment limiter les risques en matière d'orthographe

Le code typographique applicable au Web

Les précautions à prendre lors de l'intégration du texte dans le site

Méthodes pédagogiques spécifiques

Analyse de sites et de textes publiés sur Internet

Exercices : rédaction, adaptation d'un texte écrit pour le papier, mise au point de titrailes

Démonstration de la mise en ligne à partir d'un système de gestion de contenus (CMS)

Stage animé successivement par un chef de projets multimédias et un rédacteur Web

Réf. : **MT728**

Prix : **1 130 € HT**

Parmi les compléments possibles à cette formation ● Les difficultés de la langue française

● Enrichir et mettre à jour son site ● Droit et édition numérique



Enrichir et mettre à jour son site

Avec Dreamweaver ou un CMS

Contenu

Les concepts fondamentaux d'Internet

L'organisation des pages Web
L'arborescence d'un site
Les processus de travail en local et de mise en ligne
Fonctionnement des logiciels de gestion de contenus (CMS)

Introduction au langage HTML

Principes généraux
Le fonctionnement des balises
Les principaux éléments et attributs

Introduction aux feuilles de styles CSS

Principes généraux
Les différents types de CSS
La création et l'application de styles
Comment modifier un style déjà défini

Créer et modifier du contenu

Le réglage des propriétés de la page
L'ajout de texte par importation ou création directe
La mise en forme du contenu
L'optimisation et l'insertion d'images
La création de liens hypertextes

Les principes de mise en page

Les tableaux
Les calques

Méthodes pédagogiques spécifiques

Réalisation d'un miniprojet de site

Objectifs

- Savoir créer de nouvelles pages pour un site existant
- Connaître les principes permettant de mettre à jour des pages Web via un logiciel de gestion de contenus (CMS)

Participants

- Éditeurs
- Assistants d'édition
- Secrétaires de rédaction
- Rédacteurs
- Maquettistes
- Graphistes
- Infographistes
- Chargés de communication
- Responsables de promotion

Prérequis

- Maîtrise de l'environnement Mac OS ou Windows
- Pratique d'Internet

Durée

3 jours (21 heures)

Dates

- 4, 5 et 13 octobre
- autres dates : nous consulter

’ Droit et édition numérique

’ Objectifs

- Connaître les droits et obligations de l’éditeur dans l’environnement numérique
- Connaître le cadre légal de l’édition numérique et multisupport
- Maîtriser le cadre contractuel applicable aux auteurs et aux différents acteurs du numérique
- Respecter les droits de tiers

’ Participants

- Éditeurs
- Assistants d’édition
- Responsables d’édition
- Responsables de publications
- Directeurs de collection
- Webmasters
- Attachés de presse
- Dirigeants d’une PME d’édition
- Juristes
- Responsables de promotion
- Responsables marketing

’ Durée

2 jours (14 heures)

’ Dates

- 18 et 19 mai
- 3 et 4 novembre
- autres dates : nous consulter

Contenu

Introduction

Mise en place progressive de règles juridiques

Code de la propriété intellectuelle, lois DADVSI, LCEN, Hadopi... textes européens et internationaux
Jurisprudence

La protection juridique des contenus

Œuvres « traditionnelles » : textes, images, musique, audiovisuel

Logiciels

Bases de données

La notion d’œuvre multimédia

Livre numérique :

- tentative de définition
- problématiques (fixation du prix, TVA, contraintes et solutions possibles)

Œuvres collectives : statut des contributeurs, publications numériques (encyclopédies, presse), sites communautaires

Moyens juridiques et techniques de lutte contre le piratage : mesures de protection technique (DRM, DOI), actions en contrefaçon (exemples), l’Hadopi

Les droits des créateurs

Droit moral : divulgation, adaptations, nom, retrait

Droits patrimoniaux : reproduction, représentation, numérisation et diffusion sur Internet

Open access, bibliothèques numériques

Exceptions au droit d’auteur : copie privée numérique, courtes citations, exception pédagogique, bibliothèques (conservation et consultation sur place)

L’exploitation numérique des droits

Cession des droits numériques dans les contrats d’origine, les autorisations de reproduction et de représentation

Adaptation des contrats anciens : avenants

Mention des droits cédés : supports et procédés de diffusion au format numérique

Contrats d’édition dits « multisupports »

Cadre juridique de la rémunération des auteurs :

- droits proportionnels (assiettes possibles)
- droits forfaitaires
- cession des droits à titre gratuit

Contrats avec les développeurs, hébergeurs, propriétaires de sites, diffuseurs-distributeurs en ligne et autres prestataires

Gestion collective : panoramas de presse sur Internet, rémunération pour copie privée

Licences libres et *creative commons*

Les obligations liées à la création d’un site Internet

Démarches, formalités, mentions légales

Identification du site : noms de domaines, enregistrement, protection

Protection des données à caractère personnel : fichiers, Cnil

Directeur de la publication

La responsabilité sur Internet

Responsabilité du fait des contenus : contrefaçon, diffamation, vie privée, droit à l’image...

Personnes responsables : éditeur, hébergeur, FAI, utilisateurs

Procédures et poursuites

Méthodes pédagogiques spécifiques

Étude pratique de contrats et de cas de jurisprudence

Remise d’une documentation pratique : textes, modèles de contrats...



Le marketing Web

Élaborer, mettre en œuvre et évaluer une stratégie Internet

Contenu

Données générales : chiffres clés et tendances

Le marché général et l'édition :

- les principaux acteurs du marché
- les profils des internautes

Les possibilités du Web et ses champs d'action

Le cadre juridique : points de repère

La veille et l'étude du marché

Le Web collaboratif, le Web 2.0

Définir les enjeux stratégiques marketing

Analyser ses besoins, définir ses objectifs et son positionnement

Typologie des sites et des supports

Les mécanismes de la promotion sur le Web : e-mailing et newsletter, publicité (pub on-line, sponsoring et partenariat)

E-marketing : marketing viral et e-CRM

Définir ses ressources et ses moyens :

- les fournisseurs (agences Web de production et de création, agences d'achat d'espace)
- la place et l'intégration du Web dans un système d'information

Monter un budget

Plan de production : rédiger un cahier des charges

Les points clés d'un brief : structure et rubricage, contenu du site et ergonomie attendus

Maquette, production et test, recette et mise en ligne

Définir son planning et maîtriser le temps

Piloter l'activité et son budget, évaluer les coûts de fonctionnement par poste et à moyen terme

Évaluer et mesurer : outils et indicateurs

Les indicateurs et outils de mesure d'audience : visiteurs uniques, pages vues... et l'analyse des performances

Évaluer le potentiel publicitaire

Mesurer l'évolution d'un site : indicateurs de suivi

Méthodes pédagogiques spécifiques

Stage animé successivement par un directeur marketing et un webmaster

Analyses et démonstrations

Réflexion en commun autour d'un cas pratique

Objectifs

- Connaître les opportunités du Web pour le marketing
- Se repérer dans les différentes technologies et mieux dialoguer avec les agences Web et les prestataires
- Mettre en place une stratégie de veille et de promotion
- Construire un budget
- Mesurer et analyser les performances

Participants

- Éditeurs
- Assistants d'édition
- Responsables d'édition
- Responsables de publications
- Directeurs éditoriaux
- Chargés de communication
- Dirigeants d'une PME d'édition
- Responsables de promotion
- Responsables marketing
- Commerciaux

Durée

2 jours (14 heures)

Dates

- 1^{er} et 2 juin
- 23 et 24 novembre
- autres dates : nous consulter



Les relations média 2.0

Influence, notoriété et réputation sur Internet

Objectifs

- Connaître l'impact du numérique sur le secteur des relations média
- Découvrir les nouvelles pratiques et savoir les intégrer dans sa réflexion et ses actions
- S'adapter aux nouveaux flux d'informations pour continuer à rendre les ouvrages visibles auprès de leurs publics
- Mettre le numérique au service de l'humain pour gagner du temps et renforcer la relation

Participants

- Chargés de communication
- Attachés de presse
- Responsables de promotion

Durée

2 jours (14 heures)

Dates

- 16 et 23 juin
- 13 et 20 octobre
- autres dates : nous consulter

Contenu

État des lieux des relations média à l'heure du numérique

Les sources et outils sur lesquels s'appuyer pour s'informer et diffuser :

- les outils de veille et les bases de données en ligne
- les moteurs de recherche et sites pratiques au quotidien
- les portails de diffusion de communiqués

L'évolution du métier et du rôle des journalistes

Communiquer avec les différents supports

Les possibilités classiques (rappel) : contact téléphonique, rencontre du journaliste...

- Les possibilités liées au numérique :
- la blogosphère
 - le Web participatif, le Web 2.0
 - vers le Web 3.0, les nouvelles tendances
 - les plates-formes d'échange
 - les réseaux sociaux
 - les flux RSS
 - les forums et groupes de discussion

Choisir parmi les différentes catégories de supports et de modes de communication

- Les possibilités classiques :
- envoi d'un communiqué de presse plus ouvrages en service de presse
 - envoi d'un communiqué de presse plus demandes de services de presse
 - envoi unique d'un communiqué de presse

- Les possibilités liées au numérique, leur pertinence et leur efficacité :
- envoi d'un communiqué de presse en HTML
 - envoi de bonnes feuilles au format PDF
 - réalisation d'un site auteur
 - réalisation et diffusion d'éléments vidéo
 - inclusion ou réalisation communautaires
 - extraits d'ouvrages consultables en ligne
 - newsletter

Les autres possibilités

Analyser et mesurer l'audience des supports numériques

Le nombre de pages vues
Le *page rank* (ou score des pages Web)
Les audiences officielles et leur typologie

Sélectionner les éléments pertinents à diffuser sous forme numérique

Communiqués et dossiers de presse
Visuels de couvertures
Portraits d'auteurs
Programmes éditoriaux
Interviews d'auteurs
Contenus numériques pouvant être produits lors de tables rondes, salons, signatures libraires...

Méthodes pédagogiques spécifiques

Réflexion en commun autour de situations concrètes et exercices sur le Web :

- étude des publics et de leur récurrence média
- établissement d'une check-list des outils on- et off-line pouvant être réalisés
- ébauche d'un plan média pour diffuser l'information, relancer les interlocuteurs et optimiser la campagne en cours

Mise à disposition de méthodes et d'outils directement applicables

Stages sur mesure

Passer à l'édition multisupport suppose un réel accompagnement des responsables et des équipes. Conscientes de cette nécessité, des entreprises toujours plus nombreuses se tournent vers l'Asfored, qui élabore pour elles et avec elles des modules sur mesure adaptés aux besoins et contraintes de chacune.

Ces derniers portent aussi bien sur les enjeux techniques et organisationnels d'une production structurée en XML que sur le choix de la chaîne adaptée à un projet donné, les implications des nouveaux modèles de production pour les fabricants ou les éditeurs, l'exploitation d'InDesign dans un flux XML...

Pour garantir l'apport des connaissances techniques, méthodologiques et organisationnelles, la pédagogie mise en œuvre implique toujours démonstrations, manipulations et réflexion en commun autour de cas concrets.

Votre interlocuteur
Formation sur mesure

Christine Parise

01 45 88 39 81

christine.parise@asfored.org

Pour en savoir plus sur le montage d'une action sur mesure :
www.asfored.org > **Formation continue** > **Formation sur mesure**

Cursus modulaire conçu pour une maison d'édition

Participants

Tous les collaborateurs impliqués dans le processus d'édition, de production et de promotion

Tronc commun destiné à l'ensemble des collaborateurs

Module d'introduction (0,5 jour)

Comprendre les enjeux du multisupport
Acquérir le vocabulaire et des points de repère initiaux
Savoir se situer dans la chaîne

Modules par métiers

Directeurs éditoriaux et éditeurs d'acquisition

Module « Multisupport » (1,5 jour)

Comprendre les changements dans la chaîne d'édition
Se poser les bonnes questions en amont d'un projet
Envisager les exploitations possibles des contenus sous d'autres formes
Pouvoir présenter le changement aux auteurs

Éditeurs de réalisation et assistants

Module « Multisupport » (2 jours)

Connaître tous les formats des ressources intégrées dans des produits multisupports
Situer les changements dans la manière de traiter les données éditoriales et savoir s'y adapter
Pouvoir dialoguer efficacement avec la personne ressource, les fabricants et les éditeurs

Module « Feuilles de style » (1 jour)

Savoir créer et exploiter des feuilles de style
Comprendre la relation entre feuilles de style et DTD

Fabricants

Module « Multisupport » (1,5 jour)

Découvrir les différentes possibilités d'XMLisation des données
Connaître les passerelles entre le prépresse et le XML
Maîtriser les processus de contrôle aux différentes étapes
Savoir vérifier un PDF et un XML
Dialoguer efficacement avec les équipes internes et les fournisseurs

Module « Passage d'XPress à InDesign et gestion du XML dans InDesign » (3 jours)

Connaître les possibilités d'InDesign
Maîtriser les processus de production automatisée
Découvrir les perspectives offertes par ces outils

Modules destinés aux services édition d'un éditeur public

Pour le service édition de livres

Éditeurs et responsables

Module « Multisupport » (4 jours)

Comprendre la démarche d'édition sur plusieurs médias

Se situer dans les évolutions de la production éditoriale

Pouvoir dialoguer en toute connaissance de cause avec les autres départements

Être en mesure d'initier la réflexion en vue d'une production bimédia

Assistants et fabricants

Module « Multisupport » (3 jours)

Objectifs et contenu identiques à ceux du module précédent, sans les aspects stratégiques

Pour le service édition de revues

Module « Les fondamentaux de l'édition multisupport » (2 jours), dans le cadre d'un stage plus large sur le management de projet

Découvrir ce que les nouvelles technologies apportent aux éditeurs dans le management de leurs projets (anticipation, gains financiers...)

Comprendre le rôle et la place du XML

Prendre en compte les opportunités offertes par ces technologies pour l'édition et la valorisation des contenus (production, enrichissement, référencement)

Pouvoir choisir le(s) support(s) approprié(s) en fonction de critères éditoriaux ou commerciaux

Participants

Une vingtaine de collaborateurs du service édition de livres et une douzaine de membres du service édition de revues

Formation destinée aux fabricants d'un groupe d'édition

Module « Perfectionner les connaissances de l'édition multisupport » (4 jours)

Se repérer dans les différents modèles de « fabrication »

Pouvoir coordonner techniquement les projets et assurer les validations en interne

Dialoguer efficacement avec les prestataires et effectuer les choix techniques en toute connaissance de cause

Participants

Une vingtaine de fabricants, répartis en trois groupes

9 Audit et conseil

Comme les formations, nombre de missions d'audit et conseil menées par l'Asfored ces dernières années concernent l'édition numérique.

Partant toujours d'une analyse approfondie de la production initiale (contenus et procédures), l'intervention peut prendre la forme complète d'une assistance à maîtrise d'ouvrage (AMOA) pour la mise en place d'une chaîne d'édition multisupport. Mais il arrive également que les experts de l'Asfored apportent un soutien plus ponctuel, par exemple pour améliorer une chaîne existante ou anticiper un futur basculement.

Compte tenu de la double compétence de l'Asfored, les actions de conseil peuvent facilement être complétées par un séminaire réunissant les responsables de l'entreprise et centré sur les conséquences des choix techniques. Il est encore plus courant qu'elles soient suivies de formations entièrement adaptées à la production et à chaque équipe.

Votre interlocuteur
Audit et conseil

Aïda Diab

01 45 88 39 81

audit-conseil@asfored.org

Pour en savoir plus :
www.asfored.org > **Audit & conseil**

Mettre en place une chaîne d'édition multisupport

Objectifs

Rationaliser et industrialiser la publication des ouvrages sur différents supports

Alléger la chaîne de production en PAO sans augmenter la charge de travail des éditeurs

Donner aux responsables de l'éditorial les moyens de choisir les supports et le mode de production les plus pertinents, puis de dialoguer efficacement avec les autres acteurs de la chaîne

Réalisations

Séminaire préparatoire destiné aux directeurs éditoriaux et éditeurs de la maison (enjeux, outils et impacts d'un projet de structuration) :

- apports théoriques et techniques
- manipulations (éditeur XML, publication HTML et e-book)
- réflexion en commun sur les conséquences, en matière d'organisation, des différents choix techniques possibles

État des lieux :

- analyse approfondie des collections retenues dans le cadre du projet
- modélisation détaillée du processus de production initial

Assistance à maîtrise d'ouvrage (AMOA) :

- accompagnement de chaque éditeur dans le travail de structuration de ses collections
- identification du balisage transversal à retenir
- écriture des DTD spécifiques
- intégration de ces DTD dans le processus éditorial
- accompagnement dans la sélection des fournisseurs
- finalisation des DTD en fonction des discussions avec les fournisseurs
- mise en place du circuit de production impliquant éditeurs, auteurs et fournisseurs

Accompagner la refonte d'une charte graphique facilitant la publication multisupport

Objectif

Garantir que les nouvelles maquettes réalisées par la maison d'édition permettront une bonne récupération ultérieure des contenus au format XML

Réalisations

Rédaction de recommandations pour la création des maquettes :

- facteurs de risque
- choix d'un logiciel de PAO adapté au XML
- gestion des blocs et des illustrations
- nommage et utilisation des styles...

Contrôle de la conformité des maquettes réalisées avec les recommandations initiales

Évaluation des implications budgétaires et organisationnelles d'une publication multisupport à venir

Préconisations pour la formation de l'équipe

Rationaliser un système d'édition multisupport



Objectifs

Déployer un système complet facilitant la gestion des flux de données, la saisie et la mise au point des contenus, et l'automatisation ou la semi-automatisation de la publication pour le Web et le papier
Aider l'équipe à devenir entièrement autonome dans la gestion des publications
Favoriser la maîtrise des conditions économiques de l'activité

Réalisations

Conception et suivi du développement d'une nouvelle interface pour le back-office gérant l'ensemble des données du site Internet et des ouvrages papier :
– champs de saisie
– droits d'accès
– règles de nommage et d'utilisation des fichiers médias...
Création de la DTD permettant l'export des données au format XML et leur intégration automatique dans les gabarits InDesign
Formation des maquettistes au logiciel InDesign, et notamment à ses fonctions XML
Accompagnement dans la création des gabarits InDesign et contrôle de l'import des données XML

Déterminer la faisabilité et l'opportunité de la mise en place d'un système de gestion documentaire



Objectifs

Estimer les enjeux, l'intérêt et le périmètre d'un projet de mise en place d'un système de gestion documentaire et d'édition pour un ensemble de 400 à 500 documents produits chaque année, disponibles sous forme imprimée, électronique pour l'impression et électronique interactive (environ 10 000 articles mis en ligne sur le site Internet)
Évaluer l'investissement à prévoir, en termes financiers et organisationnels
Produire une analyse comparative des solutions existantes

Réalisations

État des lieux devant servir de base à une définition plus précise du projet
Proposition de solutions adaptées aux besoins :
– description technique
– analyse de l'incidence sur le système existant et sur l'organisation
– évaluation des coûts et de la rentabilité
Préconisations tenant compte des choix de l'organisme commanditaire et de ses priorités, en vue de la mise en place progressive d'un système permettant la centralisation de l'information et l'édition multisupport

Conception graphique
Frédéric Ma

Maquette
Bénédicte Chantalou, Yuruga

Imprimé en France

38 ans d'expertise au service de l'édition, de la presse et de la communication

Créée en 1972 à l'initiative du Syndicat national de l'édition, l'Asfored propose un **catalogue de plus de 70 stages** sans cesse réadaptés en fonction des évolutions du secteur. Elle dispense également chaque année plusieurs centaines de journées de **formation sur mesure**.

Comme ses formations, ses actions d'**audit et conseil** portent sur tous les aspects de la conception, de la production et de la diffusion des supports imprimés ou numériques.

Ses prestations s'adressent aux **maisons d'édition** et à toute **entreprise, association, institution** impliquée dans la communication écrite.

L'Asfored, c'est aussi

-  La formation initiale
Mastère spécialisé Management de l'édition,
en partenariat avec l'ESCP Europe
BTS Édition par l'apprentissage
-  Le site Internet
ses informations, son espace Recrutement
-  La lettre d'information trimestrielle
ses enquêtes sur les innovations technologiques,
ses conseils pratiques

asfored
Centre de formation du Syndicat national de l'édition

21, rue Charles-Fourier
75013 Paris
Tél. : 01 45 88 39 81
Fax : 01 45 81 54 92
E-mail : info@asfored.org

www.asfored.org