



1^{er} Prix

**Du livre
Numérique
Enrichi**

Étude coordonnée par l'équipe 3 : Cécile Bertran de Balanda et Léa SAPOLIN
École de Journalisme et de Communication - 2013 / 2014
Master 2 Information et Communication,
parcours Communication et Contenus Numériques,
option Stratégie de Communication
PPCP - semestre 4

Table des matières

1- PRÉSENTATION DU PROJET	3
2- CONTEXTE	3
Un contexte économique difficile	3
Le livre numérique : un marché en devenir	3
Infographie résumant le marché :	4
3 - ÉTAT DES LIEUX DES PRIX EXISTANTS	5
Premier prix du livre numérique (du 4 mars au 28 mai 2011)	5
1er prix des livres numériques (2011)	6
Prix du livre numérique 2013 (youboox)	6
Les Assises du livre numérique (salon du livre 21 mars 2014)	7
4 - LES GRANDES LIGNES DU CONCOURS	8
Quel nom pour cet l'événement ?	8
Quel thème ?	8
Objectifs du prix	8
Quel déroulement ?	9
À quelle date ?	10
Un timing étudié pour le coeur de l'événement	11
Un lieu incontournable	12
Un Comité de pilotage investi	12
À la recherche de candidats talentueux	13
Un Président et des membres du Jury passionnés	13
Avec l'implication de partenaires et sponsors engagés	13
Le règlement du prix	15
5 - PLAN DE COMMUNICATION	16
Objectifs	16
Cibles	16
Problématique	16
Stratégie créative	16
Les moyens de communications	16
Planning	21
Budget	22
ANNEXES	23

1- PRÉSENTATION DU PROJET

Ce projet entre dans le cadre du dispositif ERIC dans lequel est impliquée la Boate, Petite fabrique d'édition, gérée par Martine SOUSSE et Marin GARRIGUES. Il s'agit de poser les grandes lignes permettant de définir, d'organiser et de promouvoir un événement marquant (tel un prix ou un concours) qui valorise l'innovation dans le domaine du livre numérique.

Pour ce faire, nous allons :

- Étudier le contexte du marché du livre en France (print et numérique)
- Établir un état des lieux des concours existants (benchmark et swot)
- Poser les grandes lignes de l'événement
- Préconiser des actions de communication

2- CONTEXTE

Un contexte économique difficile

Le marché du livre prépare sa mutation. Concernant le print, on remarque la concentration des ventes autour de quelques milliers de titres, ainsi que les dépôts de bilan des entreprises suivantes : Virgin et Chapitre. De plus, la fermeture et le recul d'activité de dizaine de points de vente dans le territoire national démontre à quel point il est nécessaire que le marché du livre évolue.

Le livre numérique : un marché en devenir

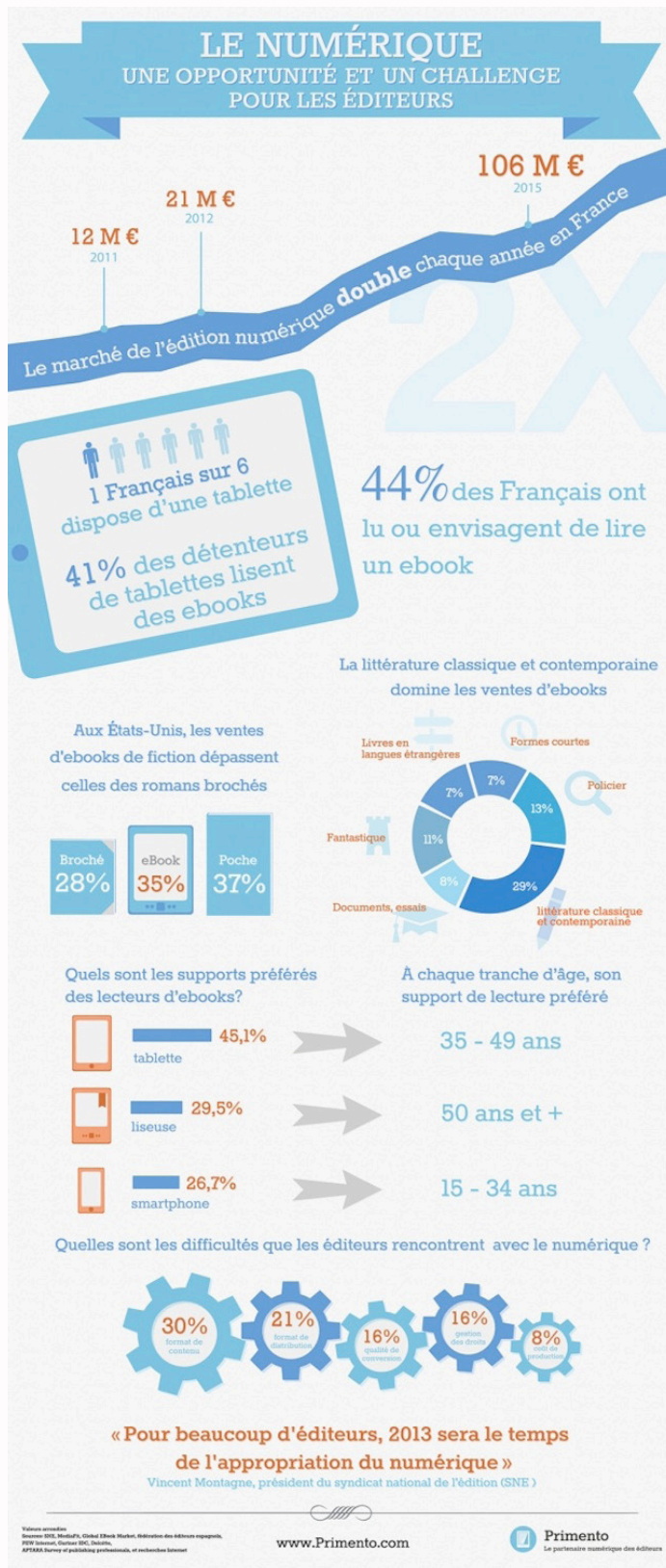
"Le marché du livre numérique continue de connaître des évolutions très positives. Ce marché a doublé de taille entre 2012 et 2013 avec plus de 5 millions de téléchargements payants et un chiffre d'affaires de 44 millions d'euros" a annoncé le 19 mars 2014 le cabinet d'étude GfK à l'occasion du marché de la 34^e édition du salon du livre à Suresnes.

Cependant, GfK précise : "La part du numérique reste marginale si on la rapporte à l'ensemble du marché du Livre, soit 1,1% du chiffre d'affaires total du marché."

Selon les prévisions de GfK " Stimulé par le niveau de développement des terminaux mobiles, la croissance du marché dématérialisé devrait se poursuivre en France pour atteindre 115 millions d'euros en 2015 et 180 millions d'euros en 2017».

Source : <http://www.gfk.com/fr/news-and-events/press-room/press-releases/pages/le-march%C3%A9-du-livre-num%C3%A9rique-a-doubl%C3%A9-de-taille-entre-2012-et-2013.aspx>

Infographie résumant le marché :



Source : <http://frenchweb.fr/le-marche-du-livre-numerique-en-10-chiffres-cles/106469>



**1^{er}
Prix**

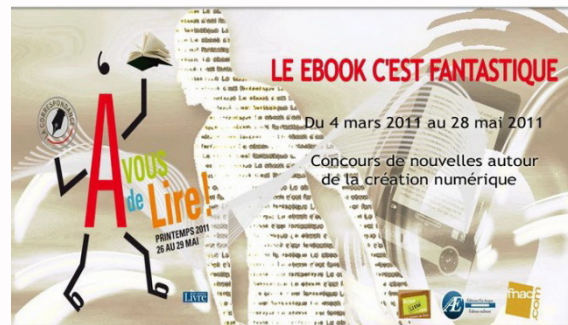
Du livre
Numérique
Enrichi

3 - ÉTAT DES LIEUX DES PRIX EXISTANTS

Premier prix du livre numérique (du 4 mars au 28 mai 2011)

http://www.dailynaute.com/L-ebook-c-est-fantastique-Premier-Prix-du-livre-numerique_a1155.html

- Le site actualitté.com, les éditions [Ex Aequo](http://ExAequo.com) et la [Fnac](http://Fnac.com) se sont associés, dans le cadre de « À vous de lire » pour créer le Premier Prix du livre numérique.
- Le format des œuvres proposées se situait entre 35.000 et 60.000 signes et les œuvres devaient être envoyées en format PDF ou DOC sur le site Prix du Livre Numérique.
- Au terme d'une première présélection, une vingtaine de textes ont été examinés par le jury dont le président d'honneur était Alexis Brocas.
- Le 28 mai 2011, les dix lauréats ont été invités à la Fnac pour une grande soirée de lectures publiques dans le cadre de «A vous de lire !».
- Les dix lauréats ont bénéficié d'un contrat d'édition et d'une publication des dix nouvelles réunies dans un recueil aux Éditions Ex Aequo, en version numérique. La FNAC a offert un FNACBook aux lauréats.
- Ce livre numérique est disponible sur l'ensemble des plateformes actuelles, Il a profité d'une promotion au travers du réseau FNAC et du magazine littéraire Actualitté.



Forces et faiblesses de ce prix :

Ce prix ne valorise pas l'innovation. Il récompense uniquement les livres sortis au format numérique mais n'ayant pas de valeur ajoutée réelle vis-à-vis du livre papier. Ainsi, par sa forme (Pdf ou doc) et sa présentation (lecture à voix haute) l'innovation technologique (valeur sensorielle, interaction avec le lecteur) ne peut être valorisée. Le format imposé est assez restricteur et doit sûrement écarter certaines œuvres plus courtes ou plus longues. Par ailleurs, les prix distribués aux lauréats sont judicieux et attrayants.

1er prix des livres numériques (2011)

<http://www.idboox.com/ebook/sony-lire-et-l'express-lancent-le-1er-prix-du-livre-numerique/>

- organisé par Sony, Lire et l'Express en 2011, avec un jury composé d'internautes lecteurs et de l'écrivain Bernard Werber comme parrain de cette 1ère édition.



- Les dix lecteurs membres de ce jury ont été sélectionnés parmi les meilleures critiques littéraires et lettres d'intention reçues par l'Express. Les candidatures ont été envoyées avant le 30 octobre 2010 à l'express

prixdulivrenumerique@lexpress.fr.

- En novembre, le jury a reçu un Sony Reader (liseuse sony) qui contenait la sélection des dix livres, opérée par Bernard Werber.
- Le 1er Prix des livres numériques consacré aux « littératures de l'imaginaire » a été remis lors d'une cérémonie spéciale, au Salon du Livre du 18 au 21 mars 2011.

Forces et faiblesses de ce prix :

L'idée d'avoir un parrain est à retenir. Le parrain de cet événement est bien adapté et le choix de celui-ci est idéal compte tenu du thème. Les membres du jury sont spécialistes du domaine et connus par le public, cela donne crédibilité et notoriété au prix. Ces idées sont à retenir.

Prix du livre numérique 2013 (youboox)

<http://blog.youboox.fr/2013/07/03/prix-du-livre-numerique-2013/>

- c'est la deuxième édition organisés par Youboox <http://www.youboox.fr/>
- Les prix ont été remis au Labo BNF en novembre 2013 en présence de Fleur Pellerin, Ministre de l'Innovation et de l'Economie numérique, Bruno Racine, Président de la Bibliothèque nationale de France et Denis Westhoff, Président de l'association Française Sagan.
- Les deux prix - Le prix des lecteurs (jury composé d'internautes) et le prix spécial du jury (16 professionnels: *personnalités des médias, du Web et du livre*)
- Concept de Youboox : c'est une jeune start up qui propose aux lecteurs un abonnement mensuel pour accéder à un catalogue, élaboré avec les éditeurs, de milliers de livres numériques



Forces et faiblesses de ce prix :

Les personnalités présentes lors de la remise de ce prix donnent une dimension académique, ministérielle et nationale à l'évènement. L'attribution de deux prix distincts permet d'avoir un jugement professionnel ainsi que grand public. Cela permet également d'avoir plus d'audience. Nous garderons l'idée des deux prix et nous nous concentrerons sur une dimension régionale.

Les Assises du livre numérique (salon du livre 21 mars 2014)

On relève un autre évènement majeur consacré à la promotion du livre numérique : Les Assises du livre numérique organisées par le Syndicat national de l'édition et soutenue par la Sofia depuis la première édition en 2008. Deux fois par an, une journée de conférences est proposée avec un tour d'horizon des opportunités, innovations et perspectives du numérique pour le secteur de l'édition, en présence d'intervenants français et internationaux. Elle est ouverte à tous les professionnels du livre et se prête aux échanges entre l'interprofession pour répondre à un besoin de débat, de pédagogie et de prospective sur le développement numérique. Chaque édition traite d'une thématique définie et donne l'occasion d'approfondir ces questions grâce à l'apport de spécialistes, professionnels et universitaires qui s'intéressent à l'impact du numérique. La dernière journée s'est tenue le vendredi 21 mars 2014 au Salon du livre de Paris avec pour thème : « Création et diffusion du livre numérique : Questions du jour, questions d'avenir ».

Le programme complet de la journée :

[http://www.sne.fr/img/pdf/Evenements/Assises/Assises-21mars2014/Programme_Assises-du-livre-num%C3%A9rique_21-mars-2014\(1\).pdf](http://www.sne.fr/img/pdf/Evenements/Assises/Assises-21mars2014/Programme_Assises-du-livre-num%C3%A9rique_21-mars-2014(1).pdf)

Conclusion générale:

On note le nombre limité de prix consacrés aux livres numériques ces trois dernières années en France. Trois évènements de ce type seulement ont pu être repérés. On remarque que l'organisation de ces évènements s'est appuyée sur différents types de partenaires. On remarque également que ces prix s'attachent surtout au fond plus qu'à la forme alors qu'il est primordial de valoriser l'innovation lié à la forme (qui influe par ailleurs sur le fond) compte tenu de la crise que subit actuellement le marché du livre.

4 - LES GRANDES LIGNES DU CONCOURS

Quel nom pour cet événement ?

L'événement se nommera "Prix du livre numérique enrichi, Première édition". Nous avons opté pour des terminologies françaises. En effet, l'expression "livre numérique" fait référence à tout type de livre numérique, quelque soit son format (application, web, pdf...). Nous avons préféré ne pas opter pour le terme "e-book" qui pourrait déranger certains académicien. Le terme "enrichi" fait référence à la valeur ajouté au livre, à la créativité apporté à celui-ci quelque soit son aspect.

Quel thème ?

Choisir un thème pour cet événement peut être restricteur, ainsi nous pensons qu'il est préférable de ne pas en imposer. Les qualités créatives seront examinées attentivement par le jury et elles lui permettront de déterminer les lauréats.

Objectifs du prix

Les objectifs poursuivis par ce prix sont multiples :

- Valoriser et promouvoir les productions innovantes en matière d' e-book augmentés, consultables sur les différents supports connectés (tablettes, smarphones et pc).
- Donner une visibilité sur les aspects techniques de la production du livre numérique et de sa lecture suivant les formats sur lequel il aura été créé.
- Faire connaître les différents acteur impliqués dans ce domaine au niveau régional (région PACA) et au niveau national (éditeur numérique, distributeur, auteur, graphiste, rédacteur),
- Renforcer la mise en réseau de ces différents acteurs
- Créer une dynamique participative

L'événement devra s'imposer à deux niveaux :

- Être le lieu en PACA de rencontres, de croisements et d'interactions culturelles entre les divers acteurs du marché du livre numérique
- Être le prix valorisant l'innovation et la prise de risque lors de la production et de la création de livre numérique

Quel déroulement ?

Cet événement se déroulera sur une journée. De 10h à 18h le public aura la possibilité de déambuler dans deux espaces : Le forum professionnel et La galerie des innovations.

Le forum professionnel sera constitué de mini-stands dédiées aux acteurs du marché du livre numérique en PACA. Cet espace permettra rencontres, présentations et interactions entre les acteurs. Les partenaires auront également la possibilité de disposer d'un stand.

La galerie des innovations sera constituée d'un espace de présentation avec micro qui accueillera tout au long de la journée les candidats qui souhaitent présenter leurs oeuvres au public présent. Les oeuvres pourront être classées en différentes catégories "policier, aventure, pédagogie..." ou "découverte, coup de coeur...".

Cette galerie sera également composée d'un espace comprenant entre 4 et 10 ordinateurs en libre accès. Les oeuvres des candidats seront disponibles et lisibles sur chacun de ces postes.

De 14 à 15 heures aura également lieu un "SpeedMeeting" dans la galerie des innovations (qui n'accueillera pas de présentation à cette heure-là). Ce SpeedMeeting permettra aux participants inscrits préalablement de faire connaissance et d'échanger. Chaque Duo établi aura 10 minutes pour se rencontrer avant de changer de partenaire. Ce petit événement créera une dynamique positive entre les acteurs et les obligera à se rencontrer et à échanger.

Entre 18 et 20h aura lieu les remises des prix (celui du public et celui du jury). Le jury remettra les ou le "lot(s)" (dont la nature dépendra des offres des partenaires: cela pourra être une visibilité mis en avant sur des supports différents ou un type de contrat particulier avec un éditeur ou un distributeur). Les lauréats se verront également remettre un des deux logos suivants (selon sa catégorie) :



À quelle date ?

En théorie, le mois d'octobre est un bon mois pour cette opération. Mais pour l'année 2014, le délai est maintenant trop court pour organiser cet événement.

Autre alternative, le mois de mars permet un bon positionnement dans l'année à plusieurs titres :

- C'est la sortie de l'hiver, on se situe dans la dynamique énergisante de l'arrivée du printemps : l'éclosion des bourgeons associés à la créativité et l'innovation !
- Mars est aussi le mois du salon du livre à Paris qui se tient cette année du vendredi 21 au lundi 24 mars 2014. Ce salon aborde, entre autres, une thématique numérique. Au cours de ces journées a lieu également les Assises du Livre numérique. On peut imaginer qu'un de nos partenaires soit présent à ce salon et diffuse le résultat du concours. Il serait opportun que notre prix trouve un écho dans ce salon.

Mais, surtout dans le cadre du partenariat mis en place avec l'EJCAM (PPCP), l'équipe d'étudiants engagés dans l'opération aura le temps nécessaire pour mener à leurs termes toutes les phases préparatoire qui se déroulent sur une période de 6 mois incompressible. En effet, la mise en place d'une première édition nécessite plus de temps que les éditions suivantes.

Jour : En fin de semaine, le vendredi. Ce jour permet de dévoiler le nom des lauréats au Salon du livre.

L'horaire : démarrage à 10 heures, remise des prix à 18h.

On peut partir sur une base d'une durée de deux heures pour le déroulement du cœur de l'évènement.

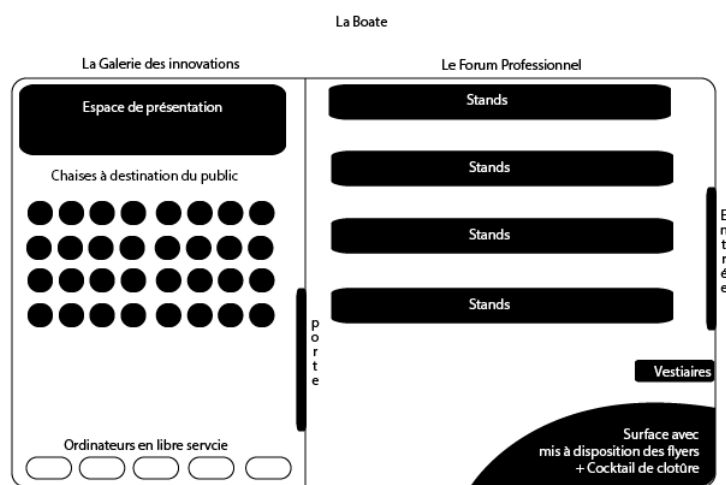
Un timing étudié pour le coeur de l'événement

De 18h à 20h : Il s'agit d'adapter l'amplitude horaire de l'évènement avec les séquences qui le composent et déterminer l'horaire de début et de fin , prévoir une marge de 30 minutes supplémentaires pour la fermeture.

- Séquence 1 : Accueil des participants : remise de malette avec la documentation de tous les partenaires (voir CG13 pour obtenir des malettes, stylo et carnet ou autres partenaires tel que SMC ou Caisse d'Epargne) (30 minutes)
- Séquence 2 : Discours d'ouverture : prise de paroles organisée (20 minutes)
- Séquence 3 : Présentation des candidats, du jury (10 minutes)
- Séquence 4 : Projection d'une vidéo pendant la délibération du jury (10 minutes)
- Séquence 5 : Annonce du prix (10 minutes)
- Séquence 6 : Cocktail de clôture (40 minutes)

Un lieu incontournable

- LaBo[a]te: capacité d'accueil de 70 personnes adaptée au projet,
- Espace dédié à l'innovation numérique,
- Accessible, situé dans l'hyper centre de Marseille



Un Comité de pilotage investi

Le comité de pilotage sera composé de cinq à dix acteurs motivés, volontaires, investis et passionnés par le sujet. Les membres de ce comité se réuniront régulièrement afin d'organiser et de préparer l'événement. Ils seront mobilisés en amont et en aval de l'événement. Le jour J, ils veilleront au bon déroulement de l'opération.

À la recherche de candidats talentueux

Un appel à candidature sera lancé trois mois avant l'événement grâce aux réseaux des partenaires. L'appel sera diffusé sur les sites, blogs et forums partenaires et sur le site de l'événement (ainsi que sur les réseaux sociaux).

Les projets seront recueillis par internet, via le site de l'événement.

Un Président et des membres du Jury passionnés

Un président et environs sept ou dix membres seront à recruter parmi les partenaires ou les personnalités représentatives de l'édition numérique .

Ces personnes seront choisies en fonction de leurs motivations, de leur volonté, de leur professionnalisme et de leurs connaissances sur le thème du numérique et de l'innovation. Les postulants adresseront un CV et une lettre de motivations. Ils seront sélectionnés après un entretien avec le comité de pilotage.

Avec l'implication de partenaires et sponsors engagés

Différents types de partenariats peuvent être poursuivis (partenaires historique de La Boate) ou initiés (nouveaux contacts à établir) compte tenu du thème du concours : institutionnels, publics, privés, médias/presse. Il s'agira de coordonner les aspirations de chaque partenaire et donner à chacun une place adaptée à ses attentes et à ses possibilités en terme d'investissement logistique ou de mobilisation humaine sur la question du livre numérique.

Liste non-exhaustive des partenaires envisageables :

Institutionnels :

- Région PACA (actualités du livre et financement)
- CG 13 (financement)
- Mairie de Marseille (financement)
- ARL PACA, ministère de la Culture (actualités exhaustive sur le livre, modalité d'organisation, réseaux)
- RSE PACA <http://www.rsepaca.com/index.html>

Publics

- EJCAM - Aix-Marseille Université (Aide à la communication et création de l'événement)
- Filières littéraires - Aix-Marseille Université (Possibilité de candidatures)
- ORME (dimension éducative et réseaux)
- Référents ERIC (expérimentations)

Privés

- SFR
- Revue "Littoral" (Permettre les inscription depuis la revue et espace pour communiquer)
- Google (Obtention de contart, diffucion ou promotion pour les lauréat)
- Fnac (Obtention de contart, diffucion ou promotion pour les lauréat)
- Octoprod
- Digital Edition
- Primi (pôle régional) <http://www.primi.pro/> (soutien opérationnel et communication)
- Réseaux des cantines (soutien en terme de communication, détection de candidats)
- Bookly (réseaux et communication)
- Book Weather (pour faire participer leur public)
- Goodreads (pour faire participer leur public) (mais attention, détenu par Amazon)

Médias

- France Bleue Provence
- ARSENIC Paca <http://www.o2zone.tv/tags/ARSENIC+Paca/>

Les éléments du partenariat :

Ce que la Boate offre pour une mise en scène valorisée et adaptée de ses partenaires:

- Insertion du logo sur le programme et l'affiche de présentation, et sur le mur de logos situé derrière l'estrade
- Animation d'un atelier avant le prix dans l'après midi

- Tenue d'un petit stand, de poser un roll up, dépliants informatif
- Mise à disposition de documents dans les malles pour les participants
- Invitation à l'événement
- Citation nominative dans le discours d'ouverture et remerciement
- Possibilité de faire partie du jury (sous réserve d'appréciation)

Ce que le partenaire apporte :

- Une aide logistique
- Son réseau et son savoir faire spécifique
- Diffusion de l'information sur ses outils numériques et papier: site, blog page Facebook, revue
- Tweets, newsletters et mailing, ou ses outils d'affichage print
- Distribution de flyers lors d'une manifestation.
- Subvention
- Prise en charge d'une dépense spécifique (facture cocktail ou facture impression flyer)
- Don d'objets promotionnels pour les participants : carnet, crayon...
- Création de contrat en faveur des lauréats

Actions :

Identification des partenaires potentielles (voir veille effectuée par l'équipe 1 du PPCP), prises de contact, rencontres, création d'un comité de pilotage pour l'organisation du prix, signatures de convention de partenariat.

Le règlement du prix

Le règlement déterminera les modalités du prix, critères de sélection, délais de remise, qualité spécifique recherchée du livre numérique , objet, dotation pour les gagnants, jury, ect.

Son cadre législatif sera validé par un avocat spécialiste en droit de la propriété intellectuelle.

Voir le règlement du prix du livre numérique 2013 de Youboox : <http://blog.youboox.fr/wp-content/uploads/2013/08/REGLEMENT-PRIX-DU-LIVRE-NUMERIQUE-2013.pdf>

5 - PLAN DE COMMUNICATION

Objectifs

Donner une large notoriété à ce concours innovant sur Marseille pour assurer son succès

Cibles

Les cibles sont les suivantes :

Les futurs candidats aux concours, les membres du jury, les partenaires, les éditeurs de livres numériques, les auteurs, les développeurs, les fabricants de tablettes, les universitaires, le grand public sensible aux NTIC et aux nouvelles formes de livres.

Problématique

Susciter de l'intérêt pour ce prix qui est une première édition, créer une synergie d'intérêt.

Stratégie créative

Parti pris : créatif, ludique, printanier, design

Les moyens de communications

Stratégie numérique :

Site web

Un site sera créé afin de présenter l'événement dans sa globalité. Les auteurs, créateurs et éditeurs pourront candidater et envoyer leurs livres directement depuis le site. Ils pourront également choisir de présenter ou non leur production sur le site afin que le public puisse visualiser l'oeuvre. Le public pourra voter depuis le site après avoir visionné ou lu les oeuvres. Le règlement du concours sera également disponible sur le site.

Publications sur les medias partenaires

Les médias partenaire recevront des bannières, des visuels et des descriptifs au format texte qu'ils pourront ajouter sur leur site en fonction de leurs envies. Cela permettra de communiquer d'avantage et de créer un relais vers le site (améliorant ainsi référencement et notoriété).

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux (Twitter et Facebook) relayeront les informations principales relatives à l'événement, rappelleront les dates clés et dévoileront progressivement des informations en relation avec le prix (annonce du nom membres du jury, d'extraits d'oeuvres des candidats....). À cela, on ajoutera un événement Facebook accompagné d'invitation. Celui-ci pourra être utile notamment pour estimer le nombre de personnes présente lors de l'événement.

Stratégie Hors Média :

Outil de présentation de l'événement

- Un dépliant A4 plié en 3 à distribuer aux partenaires et candidats potentiels
- Un flyer à distribuer et à mettre à disposition dans les lieux culturels de PACA Ainsi il fera la promotion de l'événement. Le flyer comprendra le même visuel que l'affiche ainsi qu'un QRcode renvoyant sur le site. Les logos des réseaux sociaux seront également présents sur le flyer, ainsi que les logos des partenaires

Cart com : Une carte postale créative et publicitaire

<http://www.nonstopmedia.fr/-Cart-Com-2-0-.html>

Intérêt Stratégique : La démarche volontaire et sélective de prise en main de la Cart'Com est la garantie d'une forte adhésion. Chaque contact devient un contact utile pour un taux de mémorisation de 85 %

Territoires : sur des présentoirs dans les lieux de vie et de détente fréquentés dans un contexte de loisir et de consommation : cafés, bars, pubs, cinémas, salles de concert, salles de sport, Fnac, ...A affiner avec le prestataire

Durée d'une campagne : 14 jours.

Relation Presse

Intérêt Stratégique : Les relations presse sont un moyen peu coûteux pour communiquer largement sur l'événement et diffuser les informations relatives à celui-ci sur les supports des médias sollicités.

Type de Médias : Media Locaux et spécialisés, Presse, Numérique, radio et TV.

Durée d'une campagne : Les relations presse seront effectuées en trois temps:

- Premier temps : Constitution d'un carnet d'adresses spécifique spécialisé (fichier numérique)
- Second temps : Rédaction et envoi de communiqué de presse et du dossier de presse
- Troisième temps : Envoi invitations
- Quatrième temps : Relance téléphonique
- Cinquième temps : Compte rendu de l'événement.

Liste des médias auxquels nous allons envoyer notre communiqué de presse et notre dossier de presse:

Presse magazine locale : ToutMa, À nous, Poupette Magazine, Fémina, Maxi, Avantages, Stylist, Causette, Prima

Medias spécialisés littérature: La quinzaine littéraire, Books, Écrire, Ecrire Magazine, Art et Métier du livre, KaBoom, Le Magazine Littéraire, Lire, Plume, A la lettre, Assouline. La République des livres, AuteursTV, Buzz littéraire, Chez Clarabel, Culture Café, Le Choix de libraires, Evene.fr, Fabula.net, E-Lire.fr, ActuaLitté, Book Weather, Fatrazie : Oulipo, Fluctuat.net, Didier Jacob La Lettrine, Libération - Livre, Lire.fr, Le Magazine littéraire Le Matricule des anges, Le Monde - Livres, Lenonsens.com, NouvelObs.com. Le site littéraire, Passion des livres, Poezibao : poésie, La Quinzaine littéraire Remue.net, Sitaudis, Tache aveugle, Le Tiers-Livre : François Bon, Web TV Culture, Zazieweb

Medias spécialisés innovation: Actualités Economiques de l'Innovation, Le magazine - Innovation online, Frenchweb, Veillemag, UP'Magazine, Invox, Le monde : NTIC, Les Echos : NTIC

Presse gratuite locale : 20 minutes Marseille, 20 minutes Nice Côte d'Azur, Direct Matin Provence, Direct Matin Azur, Metronews Edition Provence

TV local : France 3 Provence, LCM

Radio d'informations local : France Bleu Provence, RMC Marseille

Radio Nationale : France Culture, France Info

Affichage

Intérêt Stratégique : L'objectif de la campagne d'affichage est de créer du trafic au sein du salon et aider au développement de sa notoriété. Nous solliciterons nos partenaires pour utiliser leurs réseaux et leurs emplacements (MPM, ville de Marseille..) pour diffuser nos affiches.

Territoires : Au sein de la région PACA, dans les centres villes et à proximité de lieux culturels.

Durée d'une campagne : 1 semaine (donc avant et pendant l'événement)

Idée d'affiche envisageable :



1^{er} Prix
Du livre
Numérique
Enrichi

Rendez-vous le 15 mars 2015
entre 10 et 20h à **La Boate**
35 rue de la Paix Marcel Paul 13001 Marseille
www.prixdulivrenumeriquenrichi.fr







Stratégie Relations publique

Candidats

Pour démarcher des candidats, il faudra se rendre dans les sociétés de distributions et de d'éditions présentes en région PACA. On communiquera auprès des candidats potentiels sur le web, auprès des associations professionnelles du secteur...

Partenaires et institutions

Pour démarcher de nouveaux partenaires, nous irons à leur rencontre pour leur présenter le projet et établir les termes du partenariat. Une plaquette de présentation générale de l'évènement sera créée à cet effet. Nous allons faire appel aux organismes du secteur, aux médias ainsi qu'aux institutions de la région. Lorsque les partenaires auront validé leur participation, nous leur enverrons des invitations, des affiches A3 et des flyers du salon pour qu'ils les mettent à disposition dans leur structure et qu'ils fassent ainsi de la publicité pour l'évènement.

Planning

Septembre :

- Mi-septembre : réunion du comité de pilotage
- Validation des grandes lignes du projet
- Mise en place d'une équipe créa pour la création de visuel et la rédactions des contenus pour toutes les phases

Octobre :

- Rédaction du règlement et des communiqués
- Réalisation des visuels selon la stratégie créative définie pour différents supports et format
- Création site internet ou blog
- Validation des différents éléments par le comité de pilotage

Novembre :

- Début novembre : mise en ligne du site
- Envoi du communiqué : Présentation de l'événement et appel à candidature pour le jury et les concurrents

Décembre :

- 15 décembre: le jury est établi

Janvier :

- 15 janvier : date limite d'envoi des livres
- 20 janvier : sélection d'une dizaine de livres parmi les oeuvres reçues

Février :

- Le jury lit les livres
- Envoi des invitations, mailing pour le jour J

Mars :

- Organisation du jour J

Avril :

- Retour sur événement, évaluation de la campagne, remarques et améliorations.

Budget

L'événement a été pensé de façon à ce que sa réalisation ne coûte pas très chère. En effet, les seules dépenses à envisager sont les suivantes :

Stratégie numérique :	Coût :
- Création du site	En interne
- Animation du site et des réseaux sociaux	En interne
- Créations visuels et bannières	En interne
Stratégie Hors-Media :	
- Création de visuel	En interne
- Impression de Flyers (5000ex)	30€ (onlineprinters.fr)
- Impression du dépliant (250 ex)	90 € (onlineprinters.fr)
- Impression des affiches (400 ex)	Environs 400€ (onlineprinters.fr)
- Espace d'affichage	Offert par les partenaires
- Dossier de presse	En interne
- Communiqué de presse	En interne
Organisation du prix :	(Créa en interne)
- Roll-up	Impression : 140 € (Quadrissimo)
- Cocktail de clôture (70 personnes)	Environ 700 €
- Bâche (1ex)	Environ 100€
- Frais de déplacement du jury	Peuvent être évités si Jury Marseillais
- Matériel (Chaises, tables)	En Interne ou location
- Photographe	Par un membre du comité de pilotage
- Ordinateurs	Mis à disposition par un partenaire
Total :	Environ 1360 € HT

ANNEXES

Sites à visiter

<http://2h60.com/editions/innovation-et-edition/>

<http://www.geste.fr/contenus-et-modeles/innovation-editoriale/>

<http://www.livre-paca.org/data/dazibaos/pdf/MNLII-VirginieClayssen.pdf?PHPSESSID=17ir4tdgb72f3kco81m6kt55u2> (le point sur sur l'édition française et le numérique)

<http://lecturenumerique.org/> : Site du Groupement pour le développement de la Lecture Numérique qui a pour objectif de fédérer l'ensemble des acteurs qui travaillent à la promotion et au développement de la lecture numérique

Liste des exposants sur l'espace numérique du salon du livre à Paris (mars 2014)

- 12-21 (EDITIONS)
- ALLBRARY
- BEE BUZZINESS
- BOOKEEN
- EPAGINE
- ESTEN ETUDES SUPERIEURES DES TECHNIQUES D'EDITION NUMERIQUE
- IMMANENS
- IMMATERIEL
- INTERNATIONAL NEW YORK TIMES
- LECTURE NUMÉRIQUE (COLLECTIF)
- LES APPRIMEURS
- LIGHTNING SOURCE LIMITE
- NÉOLIVRE (COLLECTIF)
- NUMERIKLIVRES
- NUMILOG.COM
- POCKETBOOK READERS G.M.B.H.
- PRESSES ELECTRONIQUES DE FRANCE
- PRIMENTO
- RELIRE
- TEA, THE EBOOK ALTERNATIVE
- YOUSCRIBE
- ZEBOOK.COM

En savoir plus sur : <http://www.salondulivreparis.com/Thematiques/A-l-heure-du-numerique.htm#PtHxGfsmgG1u1oR4.99>