

FORMATION VENDRE ET ACQUÉRIR DES DROITS DE TRADUCTION

Lundi 28 juin & jeudi 1^{er} juillet 2021 en distanciel

Objectifs

- Acquérir les connaissances théoriques liées à la cession de droits de traduction (cadre légal, jurisprudence récente et accords interprofessionnels, contrats),
- savoir sélectionner les titres du catalogue susceptibles d'être adaptés,
- savoir prospecter les éditeurs à l'étranger,
- négocier les conditions, rédiger les contrats, et suivre leur développement.

Cette formation prend principalement le point de vue de l'éditeur vendeur de droits, mais aborde également les spécificités de l'acquisition de droits.

Public visé

Éditeurs installés sur le territoire, une formation qui vise à acquérir les connaissances théoriques liées à la cession de droits de traduction

Déroulement

Date : Lundi 28 juin & jeudi 1^{er} juillet 2021

Durée : 2 demi-journées + 2 heures personnalisées à distance

Horaires indicatifs : 9h30 à 13h, soit un total de 7h + 2h.

Contenu

1. Le cadre juridique, approche théorique et pratique

En amont des cessions de droits :

- Clauses relatives aux cessions de droits seconds dans les contrats d'auteurs : contexte juridique, jurisprudence, état des lieux des pratiques ;
- La question de la rémunération des auteurs en cas de cessions : assiettes, pourcentages, amortissement sur l'à-valoir

Aspects juridiques :

- Droits premiers et droits seconds
- Droits seconds : des droits acquis par l'éditeur sans obligation de les exploiter
- Exploitation directe ou par un tiers
- Droit moral dans le cas de cessions de droits
- Les obligations légales de rémunération des auteurs et les redditions de compte dans le contexte des changements législatifs de fin 2014
- Définition du cadre juridique en France et à l'étranger : le droit d'auteur, les conventions internationales, les organismes et administrations ;
- Les différents types de cessions de droits de traduction : cession simple, coédition, coproduction ;
- Les modèles de contrats de cession simple, coédition et coproduction ;

2. Les zones et pays acheteurs de droits

Pour chacune des zones : données générales, paysage éditorial, chiffres-clés (nombre de parutions, CA global, prix du livre), production éditoriale par type de livres, relations entre la France et le pays concerné ;

Les pays par zones, par ordre d'importance :

- L'Europe « occidentale »
- L'Asie
- L'Amérique du Nord
- L'Europe de l'Est
- L'Amérique du Sud
- Les pays Nordiques
- Le reste du monde

3. Techniques de prospection et de négociations internationales

3.1. La prospection internationale

- créer du matériel de prospection : catalogues de droits étrangers disponibles, argumentaires, présentation des ouvrages, des auteurs, synopsis, résumés, traductions partielles ou complètes, sites internet et newsletters, etc.
- créer et entretenir un portefeuille de clients internationaux : maximiser les contacts existants et spontanés, découvrir les éditeurs proches de son catalogue par le biais de rencontres (foires, voyages) ou à distance. Les méthodes concrètes d'identification des éditeurs étrangers, les sources d'information.

3.2. La présentation de son catalogue (à l'oral, en rendez-vous)

Les techniques de préparation du matériel et du discours, la gestion du temps et l'ordre de présentation, les arguments, l'adaptation à l'interlocuteur et au contexte, l'anticipation des questions/objections.

3.3. Le suivi des prospections

La nécessité de maintenir un suivi précis des prospections. Les outils adaptés à l'activité.

3.4. La négociation des droits de traduction

- Pour les livres illustrés, la question initiale : cession ou coédition ?
- Les principes généraux de la négociation : la position de force, cacher son jeu, ne pas se découvrir, les concessions et les contreparties, etc.
- La négociation des droits étrangers, point par point et étape par étape (prix de vente local, tirage, langue, territoire, échelle de droits, avance, matériel, iconographie, etc.)

4. Les agents

4.1. Les différents types d'agents : agent littéraire, sub-agent en France, sub-agent à l'étranger, agent vendeur de droits, etc.

4.2. Dans quels cas des agents peuvent-ils être utiles ?

4.3. Les difficultés liées au recours à des agents et comment les gérer efficacement.