

## La collection, un espace stratégique efficace

Le concept de collection permet d'optimiser la gestion de l'entreprise d'édition. Tout comme celui de coproduction et coédition que nous abordons plus loin, il est un élément important de stratégie éditoriale.

La collection est la réunion d'un ensemble d'ouvrages qu'identifie une même ligne éditoriale :

- le public visé est homogène, les thèmes abordés affichent une certaine proximité les uns par rapport aux autres ;
- pour les ouvrages de transfert de savoir, le système d'écriture est constant, appliqué à la population cible visée ;
- la présentation visuelle et graphique obéit à une charte définie une fois pour toutes ;

Seuls le contenu et la déclinaison des éléments graphiques font la différence d'un titre à l'autre.

Le lecteur doit se retrouver dans un univers connu et sécurisant.

Bien conçue, la collection crée une marque, crédibilise les ouvrages qu'elle contient, fidélise leur clientèle, facilite leur mise en marché, prolonge leur durée de vie.

### La collection favorise la promotion et la diffusion

Rigoureusement construite, la collection participe à la nécessaire image de l'entreprise d'édition : le lecteur doit savoir associer le tandem "éditeur-produit". La collection est un espace déterminé mais aussi un accès balisé. *C'est chez tel éditeur que j'ai une chance de trouver tel ouvrage !* doit pouvoir se dire l'acheteur potentiel.

La collection facilite les actions de promotion : on ne peut guère amortir l'énergie ni l'argent dépensé pour assurer la promotion d'un livre isolé, cet amortissement devient, en revanche, envisageable pour une collection de livres appartenant au même domaine. Par ailleurs la collection s'auto-promeut : le rappel des autres titres sur la couverture ou à l'intérieur de chaque ouvrage est une publicité efficace puisqu'elle touche une cible préalablement intéressée, une publicité économique puisque son coût disparaît dans la fabrication des ouvrages.

Dans le même ordre d'idée, la collection est un atout pour la filière de diffusion :

- le diffuseur accepte aisément de défendre une collection dont il a quelques chances de placer plusieurs titres chez ses clients d'un seul acte de vente;
- le libraire trouve quelque facilité à mettre en place une collection dans ses rayons alors qu'il ne sait trop où classer l'ouvrage isolé.

#### Une bonne recommandation !

L'éditeur veillera à assurer un rythme de publication suffisant pour bénéficier des avantages exprimés ci-dessus, sans excès pour ne pas saturer un marché dont l'acte d'achat ne peut se répéter trop rapidement.

Enfin, le concept de collection contribue à réduire les coûts de fabrication : imprimer deux livres en un même tour de machine entraîne de réelles économies; faire la sélection de couleurs et imprimer trois ou quatre couvertures à la fois change considérablement le prix de revient.