

LES TROPHÉES DE LA COMMUNICATION ET DE LA PRESSE EN NORMANDIE

CATÉGORIE : ÉDITION

LES ÉDITIONS PETIT À PETIT



Qui sommes nous ?

« L'éducation est l'arme
la plus puissante pour
changer le monde. »
Nelson Mandela

Depuis 1997, les Éditions Petit à Petit portent un autre regard sur la culture. Convaincue du pouvoir fédérateur de la bande dessinée, la maison d'édition a toujours eu à cœur de rendre accessibles les savoirs au plus grand nombre en enrichissant ses ouvrages illustrés de documentaires clairs, ludiques, attractifs, actuels.

Véritable précurseur dans le domaine, Petit à Petit a fait le choix de se démarquer en misant sur le genre innovant du Docu-BD. Le lecteur étoffe ses connaissances en lisant la bande dessinée. Les documentaires lui donnent la possibilité de les approfondir en toute autonomie.

Les collections majeures du catalogue présentent sous la forme originale du Docu-BD les plus beaux textes français de la chanson, de la poésie, de la littérature et du théâtre, mais aussi l'histoire de l'art, des villes, des pays, de la musique, ou encore des mythologies... Une mine inépuisable de sujets que la maison d'édition ambitionne d'exploiter pour le plaisir du plus grand nombre. La diversité graphique des Docu-BD réalisés par des collectifs de dessinateurs permet en plus au lecteur d'appréhender des styles, des techniques, des traitements différents pour un même thème. Les Éditions Petit à Petit ne prétendent pas être exhaustives dans chacun des sujets traités. L'ambition est ailleurs : être un passeur et susciter l'envie d'en savoir toujours plus, d'aller chercher plus loin : dans les livres, les encyclopédies, les musées, les voyages... pour que jamais ne cesse l'envie de découvrir !

TOUT EST PARTI D'UNE IDÉE... Reproduire le texte intégral des chansons de Boris Vian dans des bandes dessinées, tel est le concept du premier album des Éditions Petit à Petit. Le scénariste/éditeur s'appelle Olivier Petit et, avec une poignée de dessinateurs rencontrés principalement dans le fanzine dieppois *Sapristi !*, il va lancer son premier Docu-BD. Entre chaque bande dessinée, un petit texte présente la vie de Boris Vian, la genèse de ses chansons, les folles nuits de Saint-Germain-des-Prés. Ces documentaires immergent le lecteur dans tout l'univers du créateur. Dès cette première parution, la volonté de l'éditeur est claire : **TRANSMETTRE LES SAVOIRS AU PLUS GRAND NOMBRE** à la manière d'un conteur, les rendre accessibles de façon légère comme le faisaient ses parents, institutrice et instituteur d'un petit village de Seine-Maritime.

Aujourd'hui, le concept est toujours le même : **ÊTRE UN DÉCLENCHÉUR D'ENVIE, UN ACCÉLÉRATEUR DE CURIOSITÉ !** Les albums s'enchaînent progressivement, autour des chansons de Jacques Brel, de Barbara... Des collections se forment. Après les chansons en Docu-BD viennent les poèmes. Découvrir les poèmes de Baudelaire, de Hugo, de Prévert, en s'appuyant sur l'image permet de faciliter la compréhension du sens des textes, pour tous les lecteurs ! Lire le texte intégral des classiques de la littérature ou du théâtre en bande dessinée va changer la vie de nombreux élèves et faciliter le travail des professeurs. *Le Cid* de Corneille, *Cyrano de Bergerac* d'Edmond Rostand, *Phèdre* de Racine... Autant de succès de longue haleine qui vont permettre aux Éditions Petit à Petit de poursuivre l'aventure en embarquant de jeunes talents. **LE DÉSIR DE FAIRE DÉCOUVRIR EST LÀ AUSSI !** Le lecteur, attiré par le thème abordé, rencontrera au passage de nouveaux dessinateurs.

C'est ainsi que les Éditions Petit à Petit vont opter pour **LES ALBUMS COLLECTIFS : PLUSIEURS STYLES POUR DES HISTOIRES DIFFÉRENTES** c'est autant d'entrées offertes à l'envie de découvrir. Alfred, Alexis Nesme, Efix, Eric Héliot, participeront à nos albums. Certains auteurs proposeront des fictions à la maison d'édition qui acceptera de les accompagner, même si le concept principal reste le Docu-BD. Ainsi grâce à des succès d'hier, telles les séries *Monsieur Rouge* d'Alfred et Olivier Ka et *Mon amie la pouf* d'Efix et à ceux d'aujourd'hui, le *Psycho-Investigateur* de Benoît Dahan et Erwan Courbier, la série *RIP* de Gaet's et Julien Monier, ou encore *Catamount* de Benjamin Blasco-Martinez, la maison d'édition élargit encore son rayonnement en accompagnant des auteurs de talent.

EN 2006, LA MAISON D'ÉDITION ENTRE DANS LE GROUPE LA MARTINIÈRE, qui a racheté deux années auparavant les prestigieuses Éditions du Seuil. Olivier Petit passe la porte du 27, rue Jacob dans le VI^e à Paris (l'adresse mythique du Seuil), non sans une certaine émotion. Venu du fin fond de la Normandie, il entre dans la maison de Saint-Germain-des-Prés qui a accueilli les plus grands de la littérature mondiale. Pendant cinq années, son équipe et lui vont se professionnaliser et apprendre encore et encore.

AU CONTACT DES ÉDITEURS DE BEAUX LIVRES ET DE BEAUX TEXTES, LE CONCEPT DU DOCU-BD VA SE PERFECTIONNER. Redevenues indépendantes et fortes d'une nouvelle équipe, les Éditions Petit à Petit ont gardé le cap de la transmission du savoir en poursuivant l'aventure du Docu-BD.

Nous comptons aujourd'hui 9 salariés et pas moins de 200 auteurs, scénaristes et dessinateurs qui travaillent à nos côtés. Les éditions Petit à Petit sont en pleine croissance avec 500 000 exemplaires vendus ces 3 dernières années, comptabilisant un chiffre d'affaire d'un million d'euros en 2020. La série *RIP* en 6 tomes (série en cours) compte pas moins de 50 000 albums vendus, une série télévisée est même déjà en prévision.

Le projet d'avenir de Petit à Petit a déjà commencé avec le Docu-Manga.

La problématique : par quels moyens se démarquer de la concurrence sur le marché très compétitif de la BD ?

Le secteur de la bande dessinée, du manga et du comics est le plus dynamique au sein du marché du livre imprimé. Il est l'un des rares à avoir connu une hausse en 2020, année marquée par la crise de COVID-19. En 2020, on totalise plus de 5000 nouveautés publiées par plus de 220 maisons d'édition, pour un total de 53 millions d'exemplaires vendus.

Pour un éditeur indépendant à l'identité très marquée comme Petit à Petit, il est donc nécessaire de réussir à se faire connaître au sein d'un secteur surchargé. Un des outils indispensables au rayonnement d'une maison d'édition est son catalogue. C'est le support visuel qui permet l'identification de la marque et de la ligne éditoriale. Cette année, nous avons fait le choix de valoriser notre production par le print.

Notre objectif de communication s'est découpé en trois parties : d'abord informer notre cible, ensuite lui donner l'envie de découvrir nos ouvrages et enfin la fidéliser.

Les cibles

Nos cibles professionnelles sont les libraires, les prescripteurs (bibliothécaires, documentalistes, enseignants) et les journalistes. Le catalogue est également un outil de communication auprès du grand public.

Présentation du catalogue

Le catalogue 2021 des éditions Petit à Petit compte 48 pages sur un format A5. Il est souple et imprimé en quadrichromie. Il met en valeur notre identité graphique et éditoriale – une maison d'édition indépendante et spécialisée dans le Docu-BD – et doit être déclencheur d'achats.

Le catalogue présente nos albums de fonds et nos nouveautés, classés par collection. Il est enrichi d'extraits de Docu-BD, afin que les lecteurs comprennent au mieux notre concept. Nous avons choisi de faire la part belle aux auteurs, scénaristes et dessinateurs, en leur donnant l'occasion de s'exprimer sur leur travail. C'est une façon d'illustrer certaines valeurs de la maison d'édition, le partage et la transmission. Il était également important de mettre en avant l'histoire de l'entreprise, qui est intimement liée à notre identité.

Il était essentiel que ce catalogue soit un véritable outil pour les professionnels. Ainsi, nous y avons fait figurer l'ensemble des caractéristiques techniques des ouvrages, sous chacune des couvertures. Grâce aux ISBN et aux code-barres, le professionnel peut scanner avec sa douchette les ouvrages et les commander rapidement. Il retrouve également très facilement nos coordonnées pour échanger avec nous.

Pour le grand public, nous avons imaginé un catalogue facile à prendre en main par tout type de lecteur. On y retrouve des extraits de BD, des visuels des couvertures, de courtes descriptions, des témoignages d'auteurs et des citations presse.

Les enjeux de communication

- Augmenter notre notoriété
- Améliorer notre image de marque
- Se démarquer de nos concurrents grâce à notre valeur ajoutée : Le Docu-BD
- Fidéliser nos clients
- Assurer la promotion de nos nouveautés
- Assurer la continuité de nos ventes
- Promouvoir le travail des scénaristes et dessinateurs
- Donner de la visibilité aux actions que les éditions Petit à Petit peuvent mener
- Générer des ventes

Nos actions

Dans un premier temps, à la parution de notre catalogue (août 2021), nous avons largement diffusé le format web à nos contacts dans les librairies, dans les bibliothèques, auprès des clients de notre site internet, ainsi qu'à l'ensemble de nos contacts presse/média pour un total de 19 000 destinataires. La diffusion est réalisée majoritairement par envois numériques pour s'inscrire dans le respect de l'environnement. Nos abonnés sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn) ont été informés de la diffusion de ce catalogue en leur indiquant le lien pour le consulter sur notre site internet.

Lors de la période de rentrée scolaire, nous avons fait le choix de faire encarter notre catalogue dans deux revues professionnelles : Biblioteka (pour la diffusion du catalogue auprès des bibliothécaires • 3000 exemplaires print) et InterCDI. (qui s'adresse à un public de documentalistes • 7500 exemplaires print). Par ailleurs, nous avons effectué des envois postaux auprès des grossistes scolaires, il est important pour nous d'avoir une visibilité sur ce marché également.

Ensuite, le catalogue print sera mis à disposition des visiteurs sur notre stand lors des différents festivals et salons BD auxquels nous participons : Normandiebulle à Darnétal (septembre), Quai des Bulles à Saint-Malo (octobre), bd BOUM à Blois (novembre), le festival livre de jeunesse à Rouen (décembre) et le Festival international de la bande dessinée d'Angoulême (janvier).

Enfin, le 11 février 2022, plus de 3000 points de ventes (librairies généralistes, spécialisés BD, GSS type Fnac, Cultura...), situés majoritairement en France, mais aussi en Suisse, en Belgique et au Canada, recevront notre catalogue print. La diffusion et la distribution de nos ouvrages sont assurées par le groupe Média Diffusion/MDS, qui commercialise notamment les éditions Dargaud, Dupuis ou encore Le Lombard.

Premiers résultats

Après seulement quelques semaines de diffusion, un grand nombre de professionnels et prescripteurs a déjà pris contact avec notre entreprise, soit pour des demandes de renseignements soit pour des commandes d'ouvrages. Le point d'orgue de cette action de communication sera la mois de février 2022 avec l'arrivée du catalogue en librairie.



55 ter rue Jouvenet - 76000 **ROUEN**
2 rue Jean Émile Laboureur - 44000 **NANTES**
02 35 89 56 77

www.petitapetit.fr

: [petitapetit.editions](https://www.facebook.com/petitapetit.editions) - : [editions.petitapetit](https://www.instagram.com/editions.petitapetit) - : [@PETITAPETIT_](https://twitter.com/PETITAPETIT_)

Directeur général : Olivier Petit • **Responsable éditoriale** : Pauline Veschambes • **Éditrice** : Léna Pontgelard • **Chargée des relations extérieures** : Amandine Lefebvre • **Assistante administrative** : Nathalie Hédin • **Graphisme** : Serge Carpentier •
Chargée de communication : Ilona Chemin Touati