

- Espace
- Biologie/Santé
- Environnement
- Technologie

TOUS NOS ARTICLES

- Dossiers
- Interviews
- Reportages
- Fiches conseils
- Avant-Après
- Chats

- Juin 2006
- Mai 2006
- Avril 2006
- Et avant

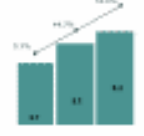
RUBRIQUES

- Nouveaux sites
- New business
- Nominations
- Noms de domaine
- Chiffres-dés
- Enquêtes en ligne
- Classements
- Tribunes
- Juridique
- Créas pub
- Sondages

Livres blancs



PANORAMA



Les solutions de suivi du positionnement traquent les moteurs
 Les solutions de gestion du positionnement Web permettent de suivre l'évolution de l'affichage des sites Web au sein de la plupart des moteurs de recherche du marché. Focus sur les offres. (14/06/2006)

PUBLI-INFO

E-commerçants, découvrez la première solution de facilités de paiement 100 % e-commerce et boostez vos ventes ! 1euro.com propose à vos clients des facilités de paiement simples et à souscription immédiate pour financer leurs achats.

E-PME Journalisme-continu veut croire en l'édition en ligne
 Recalé de l'édition traditionnelle, Jean Robin a lancé en avril dernier une maison d'édition qui promeut et vend ses livres en ligne. Objectifs : proposer une alternative au modèle purement offline. (14/06/2006)

BOURSE Paris plonge, Aufeminin aussi
 Le CAC 40 a cédé 2,24 % revenant tout juste au dessus du seuil des 4.600 points. Aufeminin.com baisse quant à lui de 6,35 % à 17,25 euros. (Séance du 13/06/2006)

DECRYPTAGE Le 10 Gigabit Ethernet en 5 questions
 Fonctionnement, intérêts, limites, avenir, retro-compatibilité : la nouvelle norme des réseaux locaux d'entreprise décryptée. (14/06/2006)

SONDAGE JDN La cession de Pages Jaunes, une erreur ?
 Plus des deux tiers des lecteurs du Journal du Net estiment que le désengagement de France Télécom de Pages Jaunes est une mauvaise nouvelle. (14/06/2006)

- CRM-Marketing
- e-PME
- Publicité
- e-Commerce
- Tourisme
- Intranet-Extranet
- Moteur-référencement
- Acteurs

Annie Méheust Steria

 CHAT

ACTUALITE

- Télécoms-FAI
- Mobile
- Le Net
- Finance

E-PME Sommaire E-PME

Journalisme-continu veut croire en l'édition en ligne
Recalé de l'édition traditionnelle, Jean Robin a lancé en avril dernier une maison d'édition qui promeut et vend ses livres en ligne. Objectifs : proposer une alternative au modèle purement offline. (14/06/2006)

[Envoyez cet article](#) [Imprimez cet article](#)

(Article modifié le 14 juin à 13 heures) Les auteurs n'ayant pas trouver d'éditeur car leur livre fait l'objet de controverse ont enfin une autre solution que la publication à compte d'auteur : la diffusion sur Internet grâce à la toute nouvelle maison d'édition en ligne Journalisme-continu.com. Créée le 19 avril dernier par Jean Robin, l'auteur d'un livre polémique sur Thierry Ardison, ce site n'a pas vocation à diffuser gratuitement sous une forme numérique un livre qui n'a pas pu être publié.

Le site
 Journalisme-continu.com

CAC 40	-0.06%
CAC IT20	-0.21%
Nasdaq	+0.46%
Dow Jones	+0.49%

JDN Finance

Bien au contraire, tous les livres qui seront publiés par cette jeune maison d'édition seront imprimés, puis envoyés par la poste aux personnes les ayant commandés. Seule différence avec une maison d'édition classique : la vente et la promotion des livres s'effectuent en ligne, sur le site Journalisme-continu.com ou sur une boutique eBay créée spécialement à cet effet.

"Je ne crois pas pour l'instant à l'édition numérique de livre en ligne en France, admet Jean Robin. En revanche, Internet permet de lever bien des contraintes qui pèsent actuellement sur le monde de l'édition", ajoute-t-il. À commencer par un stock illimité et une visibilité qui peut-être permanente, chose qui sont impossibles à assurer dans un réseau de librairie classique et encore moins pour des livres plus confidentiels. Autre avantage de taille, la zone de chalandise qui au lieu d'être locale est au mieux nationale, voire internationale.

"Internet nous permet également de suivre avec précision les ventes et de pouvoir gérer en flux tendu la réimpression", ajoute Jean Robin. Tous les livres sélectionnés par le comité de lecture de Journalisme-continu.com, qui pour l'instant est composé de trois personnes, sont imprimés au minimum à 500 exemplaires. Puis, en fonction de la demande, ils peuvent être réimprimer au fil de l'eau. Au delà, vendre en ligne permet également à la société de connaître le profil de ses clients, chose que ne peut pas faire une maison d'édition classique, et surtout, d'avoir des retours sur la qualité d'un livre. Jean Robin souhaite en effet associer à chaque nouveau livre publié, un blog, permettant de dialoguer avec les lecteurs.

Un mode de fonctionnement qui, selon Jean Robin, permet non seulement d'exploiter des ressources qui jusqu'à présent ne sont pas utilisées par l'édition classique, de raccourcir les temps de fabrication (2 mois au lieu de 4), mais aussi de mieux rémunérer les auteurs. Aujourd'hui, la société d'édition de Jean Robin reverse 15 % du prix des livres vendus sur Internet à leur auteur, le reste étant utilisé pour financer l'impression des livres (10 %), le paiement en ligne (1 à 5 %) et les charges de fonctionnement du site. Pour les livres vendus dans les librairies, la commission est en revanche légèrement inférieure : 10 %.

Au delà, afin de générer la trésorerie nécessaire pour faire vivre la société, Jean Robin propose également aux internautes de souscrire à un abonnement à vie de 100 euros. Objectif : atteindre rapidement les 5.000 souscriptions, ce seuil permettant alors à la jeune société d'envisager de nouveaux développements. Pour l'instant, après deux mois d'activité, le site compte déjà une cinquantaine d'abonnements.

A ce jour, le site ne propose qu'un seul ouvrage, celui de Jean Robin, dont 1.100 exemplaires ont déjà été vendus. Mais dès la fin du mois d'août, un nouveau livre devrait être mis en vente, l'objectif étant de publier un nouvel ouvrage chaque trimestre et d'atteindre, avant septembre, le point mort, soit un total de 2.500 livres vendus.

Pour y parvenir plus facilement, le site a déployé une politique de communication multi-canal. "Si nous privilégions la vente directe sur Internet, nous ne négligeons pas pour autant les librairies, précise Jean Robin. Pour leur permettre de commander le livre, celui-ci est référencé sur les bases de données Electre et Dilicom." A ce premier dispositif s'ajoute une campagne de liens sponsorisés, très efficace, et une campagne hors media dont les résultats se sont avérés, de l'aveu même de Jean Robin, peu concluants.

Le site

■ Journalisme-continu.com

SOLUTIONS

Systemes-Réseaux
Sécurité
DSI
Emploi-RH
Développeurs

MANAGEMENT

Gestion RH
Création entreprise
Emploi cadre
Fiches pratiques

SCIENCE

Espace
Biologie/Santé
Environnement
Technologie

TOUS NOS ARTICLES

Dossiers
Interviews
Reportages
Fiches conseils
Avant-Après
Chats

Juin 2006
Mai 2006
Avril 2006
Et avant

RUBRIQUES

Nouveaux sites
New business
Nominations
Noms de domaine

Chiffres-clés
Enquêtes en ligne
Classements
Tribunes
Juridique
Créas pub
Sondages

Livres blancs

- Copains d'avant
- **Cartes de vœux**
- Journal des Femmes
- Actualités
- Fonds d'écran
- Galerie photos
- Vos livres
- Internet Pratique
- Photo numérique
- Recettes de cuisine

Tous les dossiers

Enfin, les livres sont également disponibles dans un point de vente à Paris, la librairie Tekhné. Un modèle multi canal qui pourrait faire école.

■ [Rédaction JDN & JDN Solutions](#)

[Sommaire E-Pme](#)

 [Envoyez cet article](#)  [Imprimez cet article](#)

[Accueil](#) | [Haut de page](#)

[Nouvelles offres d'emploi](#) sur Emploi Center

[JC Decaux](#) | [ADRIDER SAS](#) | [ALTI](#) | [Cyber Networks](#) | [Opteaman](#)