

Guide de présentation à destination des auteurs



La marque de l'excellence éditoriale

Maison d'édition indépendante qui accompagne les progrès de la pensée et diffuse tous les savoirs depuis 150 ans

Pierre et Marie CURIE, Albert EINSTEIN, Louis DE BROGLIE, Nicolas BOURBAKI, Jean CAVAILLÈS, Maurice MERLEAU-PONTY, Jean-Paul SARTRE, Louis ARAGON, Guillaume APOLLINAIRE, Paul MORAND, Michel BUTOR, Jacques DERRIDA, Gilles DELEUZE, Maurice ALLAIS, Henri MATISSE, Wassily KANDINSKY, Alberto GIACOMETTI, Pierre SOULAGES, Gérard GAROUSTE, Jacqueline DE ROMILLY, Jean-Pierre SERRE, Jean DIEUDONNÉ, Henri CARTAN, Laurent SCHWARTZ, Laurent LAFFORGUE, Philippe SOLLERS, Pascal QUIGNARD, Marc FUMAROLI, Florence DELAY, André COMTE-SPONVILLE, Gérard MOUROU, Delphine HORVILLEUR et tant d'autres... nous ont fait confiance.



Sommaire

Guide de présentation à destination des auteurs

- Historique de la maison (en frise chronologique) p.3
- Un éditeur historique p.4
- Notre catalogue p.5
- Notre équipe p.6
- Principales étapes du parcours éditorial p.7
- L'impression à la demande: pourquoi? Comment? p.8
- Remettre votre manuscrit p.9
- La fabrication p.10
- Conseils pour aider à la promotion des livres p.11
- J'ai une question. À qui dois-je m'adresser? p.12

Quelques mots sur notre magazine en ligne – pour vous aider à gagner en notoriété

1. Hermann en frise chronologique

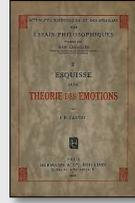
1876

Fondation par Arthur Hermann



1938

Jean-Paul Sartre publie *Esquisse d'une théorie des émotions*



1956

Rachat par Pierre Berès



1970

Michel Foucault et Pierre Berès créent la collection « *Savoir* »



1976

Paul Morand publie *L'Allure de Chanel*



2016

Publication de *La Méguila d'Esther* de Gérard Garouste



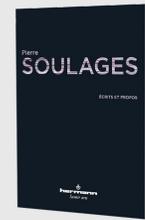
2010

Publication de deux textes retrouvés de John Rawls : *Le péché et la foi*



2007

Publication des *Écrits et propos* de Pierre Soulages



2004

La maison Hermann remporte le concours du Cadrat d'Or en association avec l'imprimerie Mame



2018

Publication des livres de Gérard Mourou (Prix Nobel de physique) et Laurent Lafforgue (Médaille Fields)



2022

Publication en anglais des textes d'Alberto Giacometti



2023

Partenariats avec le Musée du Louvre, le Palais de la porte Dorée, le Musée de la Libération...



2024

Noëlle Meimaroglou devient Directrice générale



2. Un éditeur historique

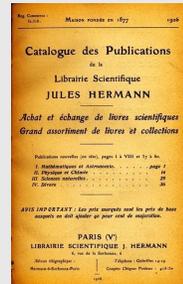
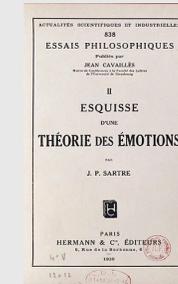
Fondée à **Paris** en **1876**, Hermann est une **maison d'édition indépendante** qui publie des ouvrages dans **tous les domaines du savoir**, depuis les sciences exactes (mathématiques, physique, chimie, sciences de la vie et de la terre, médecine...) jusqu'aux sciences humaines (philosophie, sciences sociales, psychanalyse, critique littéraire, musicologie...) et aux beaux-arts (littérature, histoire de l'art, musique et danse).



Depuis sa fondation, la maison a acquis sa réputation en gagnant la **confiance des plus grands intellectuels**. Pour cela, une seule méthode : servir l'intelligence de l'écrit.

Aujourd'hui, une équipe d'une **cinquantaine de conseils éditoriaux, directeurs et directrices de collection** aide la maison Hermann à structurer son catalogue et à sélectionner les **meilleures publications**, tandis que nos ressources humaines en interne sont mobilisées pour réaliser et promouvoir les projets.

En 2024, dans une volonté de dynamiser l'éditorial et de restructurer les catalogues, les éditions Hermann nomment **Noëlle Meimaroglou Directrice générale** (anciennement directrice éditoriale chez Robert Laffont). Ainsi, la maison affiche clairement ses ambitions : **insuffler un nouvel élan à l'aube de ses 150 ans !**



[Lire l'Article publié dans EcoReseau Business le 28/02/2024 sur la nomination de Noëlle Meimaroglou à la tête des éditions Hermann](#)

3. Notre catalogue

Des auteurs marquants pour l'histoire de la pensée – dans tous les domaines

Sciences

Pierre et Marie Curie, Henri Poincaré, Albert Einstein, Louis de Broglie, Paul Langevin, Nicolas Bourbaki, Paul Lévy, Maurice Fréchet, Jean-Pierre Serre, Jean Dieudonné, Henri Cartan, Laurent Schwartz, Karl Popper, Laurent Lafforgue, Claude Cohen-Tannoudji, Gérard Mourou, etc.

Arts

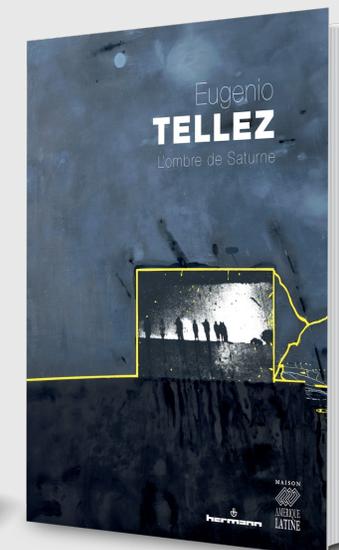
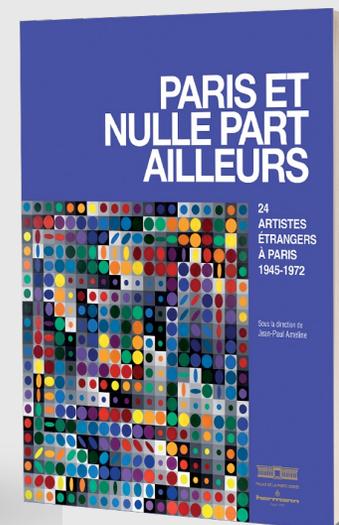
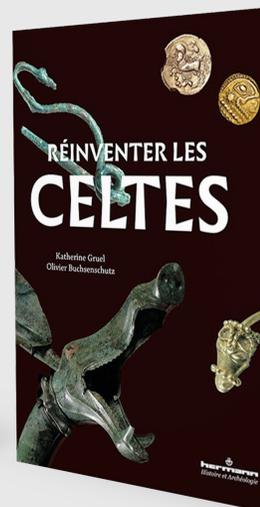
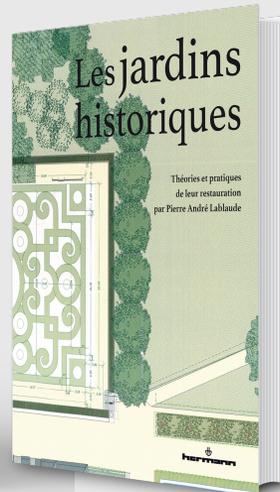
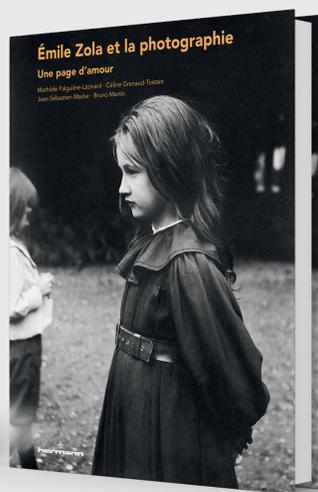
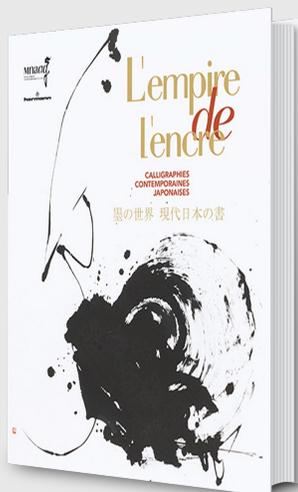
Gustave Courbet, Guillaume Apollinaire, Auguste Renoir, Paul Signac, Paul Gauguin, Maurice Denis, Serge Diaghilev, Henri Matisse, Albert Gleizes, Vassily Kandinsky, Alberto Giacometti, André Masson, Marc Chagall, Joan Miro, Victor Vasarely, Gérard Garouste, Bernard Rancillac, Pierre Soulages, Gérard Garouste etc.

Sciences humaines

Pierre Duhem, Jean Cavailles, Maurice Merleau-Ponty, Jean-Paul Sartre, Hannah Arendt, Jacques Derrida, Gaston Bachelard, Jean-Pierre Faye, Jacqueline de Romilly, John Rawls, Jean Baechler, Moustafa Safouan, André Comte-Sponville, Richard Shusterman, Catherine Malabou, Delphine Horvilleur etc.

Autres

Maurice Allais, Louis Aragon, Paul Morand, Robert Antelme, Martin Buber, Michel Butor, John Searle, Roland Barthes, Marc Fumaroli, Philippe Sollers, Pascal Quignard, Florence Delay, Raphaël Draï, Hélène Cixous, François Rachline, Roger-Pol Droit, Jean-Claude Trichet, Pierre-André Taguieff, Michel Pébereau etc.



4. Notre équipe



Dans l'ordre d'apparition, de gauche à droite :

Barbara Menga, Éditrice
barbara.menga@editions-hermann.fr

Matisse Lefebvre, Chargée de marketing
contact.marketing@editions-hermann.fr

Ju-Hui Lin, Assistante administrative
suivi.admin@editions-hermann.fr

Anne-Laure Polian, Éditrice
anne-laure.polian@editions-hermann.fr

Anne-Laure Gagnant, Assistante éditoriale
suivi.edito1@editions-hermann.fr

Arthur Cohen, Président
arthur.cohen@editions-hermann.fr

Noëlle Meimaroglou, Directrice générale
nm@editions-hermann.fr

Mathilde Jamet-Wilgenbus,
Chargée de suivi fabrication et distribution
suivi.numerique@editions-hermann.fr

Camilla Taube, Responsable administrative
camilla.taube@editions-hermann.fr

Manon Dondon, Responsable communication
servicepresse@editions-hermann.fr

Estelle Chabeauti, Comptable
comptabilite@editions-hermann.fr

5. Principales étapes du parcours éditorial

Administration

- Une interface numérique dédiée pour faciliter la procédure d'enregistrement de vos projets. Connectez-vous à l'espace auteur de notre site Internet (www.editions-hermann.fr):



<https://vimeo.com/367756752>
Mot de passe: **monediteur2019**



- Enregistrement dans notre calendrier interne et choix d'une date de publication



- Établissement des conventions et contrats d'édition

Publication

- Publication multicanale :



- Vos livres seront imprimés et façonnés en France avec le label Imprim'Vert



- Au format numérique, vos livres seront distribués par les principales plateformes marchandes – et également sur notre e-librairie: <http://editions-hermann.numilog.com/>



Distribution

Diffusion / Distribution à 2 vitesses par le leader mondial



En POD (impression à la demande) pour optimiser la diffusion/distribution des ouvrages académiques



Diffusion par Hachette des ouvrages grand public



Promotion

- Relations presse / événementiel



- Marketing / animation de la websphère / community management / supports PLV

- Magazine en ligne gratuit pour vous aider à diffuser vos pensées et à gagner en notoriété



6. L'impression à la demande (POD) : pourquoi ? Comment ?

Pourquoi ?

Depuis 25 ans, le marché du livre se resserre, et les libraires sont de plus en plus réticents à l'idée de prendre à l'office des ouvrages dont les taux de rotation sont faibles (comme c'est le cas de la plupart des ouvrages académiques). Face à la réduction des mises en place, d'une part, les éditeurs ont réduit les tirages (pour les segments grand public du marché du livre), et d'autre part, plusieurs distributeurs, comme Hachette Livre International (HLI), ont développé des solutions d'impression à la demande (mode de distribution très généralement utilisé dans le monde anglo-saxon).

Comment ça marche ?

Hachette Livre International (HLI) a installé une structure d'impression à la demande dans leur principal site logistique, et développé un algorithme qui transforme les commandes des libraires en ordre d'impression, afin de pouvoir **servir les ouvrages dans des délais très courts** – les mêmes que s'ils étaient en stock. Chaque éditeur (Fayard, Armand Collin, Dunod, Grasset, Hermann, etc.) choisit ses formats et veille à la qualité de la production. La grande majorité des maisons d'édition distribue aujourd'hui une part importante de leur catalogue avec cette technologie.

La visibilité en librairie

L'impression à la demande implique-t-elle que les livres ne soient plus visibles en librairie? Non, **grâce à la POD**, nous avons pu passer des **accords commerciaux avec une cinquantaine de librairies**, qui acceptent à nouveau de prendre à l'office les ouvrages qui ciblent un lectorat limité. Paradoxalement, grâce à la POD, ces accords améliorent donc sensiblement la visibilité de nos titres en librairie.

La diffusion de notre catalogue en POD

Comme pour notre catalogue diffusé par HLI avec du stock papier, nos titres en POD bénéficient d'une double diffusion:
Diffusion papier : Les 350 plus gros libraires français, belges et suisses sont démarchés, et le grand export (incluant le Canada et les autres pays francophones) reste géré par les équipes d'HLI. Cette prospection vise à susciter des commandes de la part des libraires qui ne sont pas partenaires. Les librairies partenaires (qui sont une cinquantaine, en France, Suisse et Belgique) reçoivent quant à eux un office de toutes nos nouveautés afin qu'elles puissent les présenter à leur clientèle.
Les nouveautés distribuées en POD sont donc diffusées selon toutes les possibilités que nous offre le marché.

Diffusion/distribution numérique : tous nos ouvrages sont commercialisés dans les différents formats numériques, dans la plupart des e-librairies (comme Mollat.fr, Fnac.fr ou Amazon) et sur des plateformes de consultation (comme [Cairn.info](https://www.cairn.info)), et la maison investit fortement sur le référencement.

7. Remettre votre manuscrit

Déposer un nouveau projet de livre sur l'espace auteur

- Une fois votre projet de livre approuvé par le comité de lecture et votre compte auteur créé sur notre site Internet, vous pouvez vous connecter à votre espace auteur pour y « déposer le nouveau projet de livre ».
- **Attention** : il ne s'agit pas ici de déposer votre manuscrit, mais simplement de renseigner toutes les informations administratives dont nous avons besoin pour enregistrer le projet dans notre base interne.

Votre manuscrit : caractéristiques techniques

- **Attention** : pour éviter tout risque d'erreur, les autres intervenants et collaborateurs de la maison ne sont pas habilités à transmettre de fichier au service d'acceptation des manuscrits. Seuls les fichiers qui seront envoyés à cette adresse seront considérés comme définitifs.
- **Attention** : il est important que vous soyez conscient du caractère « définitif et complet » du texte que vous allez nous remettre : lors de l'envoi des épreuves pour relecture, l'intégration des corrections d'auteur (hors erreurs de notre fait) vous seront facturées au prorata du temps passé (50 € HT par heure de correction), hormis la première heure qui n'est pas facturée.
- Votre manuscrit définitif et complet doit nous être transmis dans **un seul et unique fichier Word**, contenant (par ordre d'apparition) tous les différents textes (préface, introduction, partie/chapitre, bibliographie...). La structure globale du texte doit être claire, intelligible (avec des sauts de page), avec une présentation unifiée et suffisamment conforme à notre charte des manuscrits.
- **Les images et documents divers** (graphiques, schémas sous excel, etc.) doivent être **remis séparément** en fichiers TIFF, JPE, PSD ou EPS en 300 DPI et en dimensions suffisantes. Ils doivent être numérotés et leur lieu d'insertion clairement précisé. Vous devez vérifier si les images et documents sont sous droits, et le cas échéant **obtenir l'autorisation de les reproduire** et acquitter les droits afférents. Les services éditorial et administratif peuvent vous accompagner, sachant que seules les images et documents dont la reproduction a été autorisée pour votre livre pourront être publiés.
- Si le livre contient un index, il doit être préparé sous Word.
- Vous devez au préalable vous être assuré de la correction orthographique, grammaticale et typographique du texte.

Dépôt du manuscrit

- Votre manuscrit **définitif, complet et conforme à notre charte des manuscrits** est à envoyer au format Word à l'adresse : depot-manuscrit@editions-hermann.fr
- Un accusé de réception et une réponse d'acceptation vous parviendra sous 4 semaines.

N'hésitez pas à nous redemander la charte des manuscrits avant d'envoyer votre manuscrit.

Contrat d'édition

- Une fois votre manuscrit reçu et accepté, vous devriez avoir déjà reçu et signé votre contrat d'édition. Si tel n'est pas le cas, merci de contacter : camilla.taube@editions-hermann.fr
- En parallèle, dans le cas où votre manuscrit bénéficie d'une subvention, merci de préciser les coordonnées des diverses institutions avec lesquelles nos services administratifs doivent prendre contact afin de préparer les conventions d'usage.

Processus éditorial et composition

- Il faut compter en moyenne **6 à 9 mois** entre la date de remise du manuscrit définitif et complet et celle de publication.
- Une fois votre manuscrit préparé, puis composé et monté, des épreuves vous seront envoyées pour relecture, en moyenne 8 semaines avant la date de publication. Vous disposerez alors d'un délai de 15 jours pour relire le texte, donner vos corrections éventuelles et donner votre bon-à-tirer.
- **Attention** : au stade de l'envoi des **épreuves**, l'intégration des corrections d'auteur (hors erreurs de notre fait) vous seront facturées au prorata du temps passé (50 € HT par heure de correction) , hormis la première heure qui n'est pas facturée.
- La couverture de votre livre sera réalisée en parallèle en conformité avec les chartes graphiques et visuelles de nos collections. Elle vous sera envoyée pour relecture et contrôle avant l'envoi en impression.
- Jusqu'à 2 mois avant l'impression, il est possible de modifier le texte de présentation du livre ou le sous-titre.
- En moyenne, un mois avant la date de publication de votre livre, le référencement est effectif et le livre est pré-commandable sur les plateformes marchandes (comme Amazon ou la Fnac).
- Pour les ouvrages collectifs, merci de nous fournir la liste intégrale de toutes les contributeurs avec leurs coordonnées.
- La version numérique de votre livre paraîtra dans les six mois suivants la publication papier.

NB : après consultation de nos équipes commerciales et en fonction de leur avis, l'éditeur décidera seul et en toute liberté du segment de catalogue dans lequel il publiera votre livre.

9. Conseils pour aider à la promotion de vos publications

Presse/ événementiel

- La maison ne fait pas d'envois spontanés d'exemplaires de presse. Mais vous pouvez nous communiquer une liste de journalistes potentiellement intéressés par votre publication, et notre service communication (servicepresse@editions-hermann.fr) leur fera parvenir un communiqué de presse.
- Vous souhaitez organiser une séance de dédicace? N'hésitez pas à en discuter avec notre service de presse.

Promotion/ marketing

- Mobilisez vos réseaux en diffusant aussi largement que possible la couverture et le bon de souscription qui vous seront fournis par notre service marketing.
- N'hésitez pas à demander à notre service marketing (contact.marketing@editions-hermann.fr) de mettre en place une offre spécifique autour du livre.

Améliorer le référencement

- Soyez actif sur les réseaux sociaux (Facebook, X, Instagram, LinkedIn...). Notre service communication peut vous aider en vous indiquant les bonnes pratiques et en vous fournissant des visuels (servicepresse@editions-hermann.fr).
- Pour améliorer le référencement sur les plateformes marchandes (Amazon, la Fnac...), il est recommandé de demander à vos proches de laisser des avis favorables : les algorithmes en tiennent compte.

Commander des ouvrages

- **Vous souhaitez acquérir des exemplaires supplémentaires** de vos ouvrages ? N'hésitez pas à passer commande auprès de nos services (administration1@editions-hermann.fr) pour bénéficier de votre remise auteur.

Vous souhaitez faire plus?

- Prenez contact avec notre service marketing pour en discuter et voir les actions qui peuvent être déployées : contact.marketing@editions-hermann.fr.

Droits annexes et étrangers

- Pour toute question relative aux droits annexes et étrangers, veuillez contacter : foreign.rights@editions-hermann.fr.

10. J'ai une question. À qui dois-je m'adresser ?

- À propos de mon manuscrit, des corrections, de la couverture, de la date de publication, de l'impression, de mes exemplaires auteur, d'éventuelles réimpressions : **votre éditrice**
- À propos de la vente au format numérique (Cairn, Numilog...) : **Mathilde Jamet-Wilgenbus**, suivi.numerique@editions-hermann.fr
- À propos de mon contrat, d'éventuelles subventions, de mes droits d'auteur, des chiffres de vente : **Camilla Taube**, camilla.taube@editions-hermann.fr
- À propos des droits étrangers ou des autorisations de reproduction d'extraits de mon texte (droits annexes) : **Ju-Hui Lin**, suivi.admin@editions-hermann.fr
- À propos de la promotion de mon ouvrage, de la presse, des réseaux sociaux : **Manon Dondon**, servicepresse@editions-hermann.fr
- À propos du marketing, des souscriptions, d'éventuels événements : **Matisse Lefebvre**, contact.marketing@editions-hermann.fr
- Pour commander des exemplaires supplémentaires avec ma remise auteur : administration1@editions-hermann.fr

AUTEUR DE VUE LIGNE ÉDITORIALE





Décryptage de l'actualité par nos auteurs

Vous êtes un auteur Hermann et vous souhaitez apporter un nouvel éclairage sur un fait de société, une problématique économique, un événement culturel, une découverte scientifique...?

Hauteur de vue est un magazine en ligne, entièrement gratuit, qui a été créé pour permettre aux auteurs maison de participer aux débats d'actualité en apportant leur expertise et leurs éclairages avisés.



**AUTEUR
DE VUE**

Pourquoi ce magazine en ligne ?

Hauteur de vue est totalement dévolu à la promotion de nos auteurs maison. Un grand nombre d'entre vous nous a souvent demandés de les aider à « faire passer une tribune dans la presse », sur des sujets aussi divers que les réformes de l'enseignement supérieur, l'Europe, les Gilets jaunes, le nouvel essai d'un auteur, une découverte scientifique récente, la campagne anti-vaccination ou l'interdiction de certains médicaments. Nous avons toujours essayé de répondre au mieux à vos demandes, mais les aléas de l'actualité ne nous autorisaient pas à garantir systématiquement la publication des articles et des tribunes qui nous étaient confiés.

Or, il est indéniable qu'être auteur, depuis l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, c'est, bien sûr, publier un ouvrage dans son domaine d'expertise ; mais cela requiert aussi de construire une image dans les médias et sur Internet. Le statut d'auteur s'appuie sur une e-réputation dont l'influence est devenue prépondérante.

Diffuser votre pensée

Pour vous aider à rayonner dans les sphères publiques et à promouvoir vos ouvrages, nous avons donc décidé de créer un magazine en ligne, dont l'accès est libre et gratuit :

Hauteur de vue.

Nous avons conçu ce nouveau média comme un outil supplémentaire pour vous permettre de prendre part aux débats contemporains et de diffuser vos pensées, vos analyses, vos réflexions. À nos yeux, ce nouveau média est d'abord un moyen de vous aider à vous faire connaître et à acquérir davantage de notoriété pour convaincre un lectorat toujours plus hésitant face à l'abondance de l'offre.

Quelle est la ligne éditoriale du magazine ?

Hauteur de vue ne prétend pas publier des réactions à chaud ou des témoignages sur des faits d'actualité (même majeurs). *Hauteur de vue* a vocation à publier des tribunes qui apportent un regard différent sur les événements.

Nous sommes convaincus que les lecteurs sont demandeurs de propos intelligents et avisés. Et nous pensons que votre expertise et votre culture générale vous permettent d'apporter un éclairage original et pertinent – y compris sur des sujets qui peuvent paraître étrangers à celui de vos recherches habituelles.

Avec *Hauteur de vue*, l'objectif est de proposer une autre grille de lecture de l'actualité, pour aborder les faits autrement, grâce à vos analyses – avec davantage de profondeur ou de « hauteur » que ne le permet un traitement journalistique ordinaire de l'information.



Comment contribuer ?

- Aisément, en vous connectant à votre « Espace auteur » depuis notre site Internet. Il suffit de créer votre profil et d'y déposer votre tribune. Celle-ci sera mise en ligne très rapidement, après validation de nos services, dans un délai de 24 à 48 h.
- Les tribunes étant censées apporter une certaine « hauteur de vue », vous n'êtes pas dans l'obligation de réagir à chaud. Au contraire, il est parfois souhaitable de prendre le temps de la réflexion pour avoir le recul nécessaire à la finesse de l'analyse. Vous pouvez donc proposer des décryptages sur des faits relativement anciens.
- Mais vous pouvez aussi, bien sûr, traiter de sujets brûlants, par exemple en resituant un événement dans son contexte, en apportant un éclairage original sur un fait de société, en prenant position dans un débat politique, en traitant d'une problématique économique, en présentant un événement culturel ou une découverte scientifique...



“

Je souhaite contribuer, mais je n'ai jamais rédigé de tribune.

Avez-vous des recommandations ?

”

Une tribune a pour objet d'attirer l'attention du lectorat sur une question précise. La première règle claire consiste donc à bien circonscrire le sujet traité : en 8500 signes, vous ne pouvez pas vous étendre trop longuement ni développer des aspects trop secondaires. Visez la cohérence et la concision. Si vous souhaitez aborder des thèmes connexes, réservez ces réflexions supplémentaires pour une autre tribune : vous pouvez en publier autant que vous voulez.

Pour le choix du sujet, nous vous recommandons ardemment d'éviter toute auto-promotion : ne choisissez pas vos propres travaux comme sujet, et ne renvoyez pas le lectorat à vos livres ou publications antérieures... L'internaute est sensible à l'humilité des experts auxquels il accorde sa confiance.

Autre règle d'importance : avoir un titre efficace. En conséquence, évitez les formules métaphoriques, énoncez clairement l'objet de la tribune et, si possible, donnez d'emblée une indication de la thèse que vous défendez.

Titre et chapô sont parfois les seuls éléments lus. Il faut donc qu'ils synthétisent adéquatement votre point de vue. N'essayez pas d'attiser la curiosité avec des formules mystérieuses : la plupart du temps, elles dissuadent le lectorat d'aller plus loin. Il vaut mieux, au contraire, être incisif, direct et percutant.

À REtenir

Toute tribune construit un raisonnement. Le plus simple est souvent de présenter au préalable les faits, puis de livrer votre analyse. Écrivez sobrement. Inutile de chercher la formule choc si elle ne vous vient pas naturellement. Une bonne tribune a souvent l'aspect d'une démonstration.

Ne vous éparpillez pas, évitez les digressions, et ne traitez pas plusieurs sujets dans une seule et même tribune. Développez vos arguments (ou vos contre-arguments), puis livrez votre conclusion (même sous la forme interrogative si vous préférez).

Pensez aussi à garnir votre tribune d'une illustration : les images attirent souvent le regard des internautes. Enfin, il est important de garder en tête qu'une tribune n'est pas un article scientifique : votre lectorat ne sera pas nécessairement aussi savant que vous.

Votre objectif est de livrer votre point de vue en peu de mots, de transmettre un message clair avec un vrai souci pédagogique. En un mot : la concision sans jargon.

Comment maximiser l'impact de sa **TRIBUNE ?**

Vos tribunes seront en accès libre et gratuit sur notre site Internet et envoyées à tous nos abonnés (auteurs, intellectuels, journalistes, libraires, clients, etc.). Nous ferons de notre mieux pour les diffuser le plus largement possible et pour trouver des relais médiatiques.

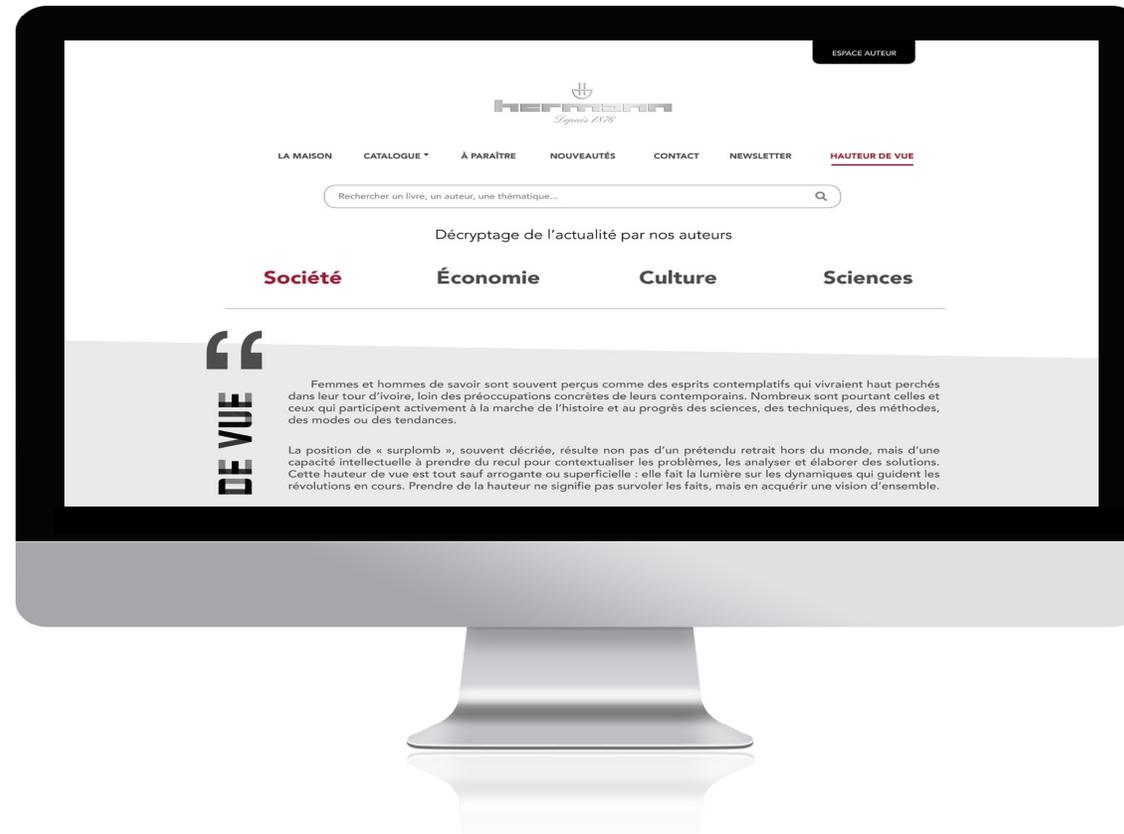
Pour maximiser l'impact de votre tribune, nous vous recommandons de la partager sur les réseaux sociaux : Facebook, X(Twitter), LinkedIn, Instagram...

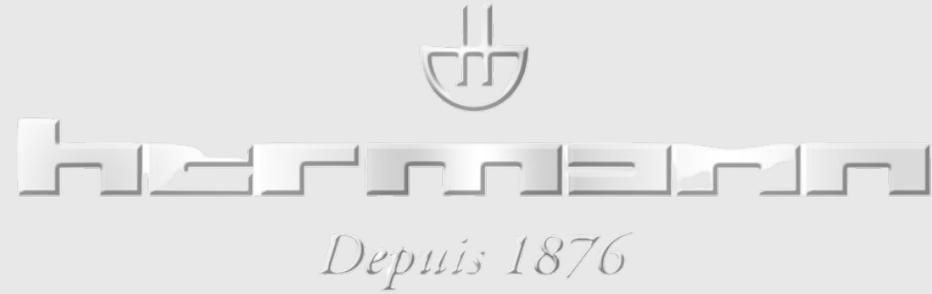
Votre « communauté », pour reprendre les expressions médiatiques, est le premier cercle à toucher, car c'est elle qui relayera le mieux l'information et qui permettra à votre texte de devenir viral : en la « retwittant », en la « re-partageant », en la « likant ».

AUTEUR DE VUE

Si vous avez besoin de conseil, n'hésitez pas à nous solliciter.
Nous nous ferons un plaisir de vous répondre :

Contact : arthur.cohen@editions-hermann.fr





Près de 150 ans d'histoire

3 800 titres vivants au catalogue

250 nouveautés chaque année

Plus de 21 000 auteurs

26 récipiendaires d'un Prix Nobel

6 Médailleurs Fields

Des publications distribuées à l'international en français et anglais

Pour toute information :

Arthur Cohen

arthur.cohen@editions-hermann.fr

01 45 57 45 40