



CATALOGUE ULRICH 2009

Les Éditions Ulrich

Dans ce document :

| | |
|---|---|
| Le pays Royannais (2009) | 2 |
| Tous Racistes ? (2009) | 2 |
| La grande mutation de l'industrie pharmaceutique (2006) | 3 |
| A la recherche du client (1999) | 3 |
| Le management de la relation (1998) | 4 |
| L'art de manipuler (1996) | 4 |
| Le Médicament, malade de sa communication (1992) | 5 |
| A paraître... 2009 – 2012 | 6 |



Église romane de Breuillet
(extrait du Guide)

Sommaire :

- Présentation des éditions Ulrich
- Catalogue de livres parus à ce jour
- Livres à paraître
- Sites interactifs

Les éditions Ulrich existent depuis bientôt vingt ans, elles ont été jusqu'en 2008 plutôt confidentielles, dans la mesure où ses dirigeants étaient tous fort occupés dans leur tâche de consultants.

Maintenant, elles deviennent plus actives et viennent de programmer un plan d'édition plus consistant, dans deux domaines : les sciences humaines et les guides touristiques.

Par ailleurs, les éditions Ulrich ont décidé de profiter largement des nouvelles technologies ce qui

- la vente directe en ligne aux particuliers et aux libraires
- la création d'un site Internet pour chaque livre publié à partir de 2009.

se traduit par :

En ce qui concerne les livres de sciences humaines, ils sont tous consacrés aux interactions entre les individus et aux problèmes de société : le racisme, les sectes, la démocratie...

Dans le domaine des guides touristiques, les projets concernent la Charente et la Charente-Maritime : l'île d'Oléron, L'île de Ré...

Qui sommes-nous ?

Petite maison d'éditions en pleine croissance, nous sommes aussi une petite équipe (que l'on peut voir en partie sur le site des éditions), de quatre personnes :

- une gérante, aussi responsable des chartes graphiques des sites Internet ;

- un responsable de la fabrication générale ;

- un responsable de la promotion ;

- un commercial responsable de la diffusion.

Le Pays Royannais et ses 30 villages (juin 2009)



Encore un guide touristique, allez-vous dire, et vous aurez presque raison. Toutefois ce guide n'est pas comme les autres, mais il leur est complémentaire.

Savez-vous que l'an dernier, en 2008, plus de 6 millions de visiteurs sont venus dans notre région ? Bien sûr, ils viennent surtout pour les plages et le bronzage, mais beaucoup cherchent aussi à mieux connaître l'arrière-pays ; il fallait donc un guide de proximité, sur nos villages.



Le Guide Ulrich des villages du Pays Royannais, juin 2009
144 pages, 11,5 x 19 cm, prix public

tres autour de Royan, 30 villages vous attendent. Les voici en photos.

Le Guide Ulrich 2009 s'adresse donc à ceux qui savent plier leur serviette de bain, se rhabiller, et prendre leur vélo ou leur auto pour quelques kilomètres de plaisir.

Si vous êtes de ceux-là vous ne serez pas déçus.

Pas la peine d'aller très loin et de dépenser de l'essence : à quelques kilomè-

Tous Racistes ?

Analyse relationnelle des mécanismes du racisme (mars 2009)

Sommes-nous tous racistes ? Et d'abord, peut-on répondre à cette question sans définir préalablement le mot *racisme* ? Est-ce une idéologie ou un ensemble de comportements et de croyances que nos partageons tous dans la vie quotidienne ? Et si le racisme était inévitable et banal ?

Comment se fait-il que les associations anti-racistes se multiplient à l'envi et qu'en même temps tout le monde semble s'accorder sur une recrudescence du racisme ?

Et si les associations qui luttent contre le racisme ne faisaient que l'exacerber, l'aggraver, au lieu de le diminuer ? C'est, au minimum, un constat d'inefficacité.

Et si la solution pour lutter efficacement contre le racisme était de l'ignorer, de laisser libre parole aux racistes plutôt que de les barricader dans des carcans langagiers politiquement corrects et de les punir de leurs moindres écarts de langage ? Souffle-t-on sur le feu quand on veut l'éteindre ?



Tous Racistes ?
160 pages, 10 x 15 cm, prix public 11 €

Voici quelques questions que pose Pierre Raynaud dans cet ouvrage, en s'appuyant sur les résultats des sondages les plus sérieux sur la question et sur les écrits antérieurs de quelques spécialistes du problème. Ce n'est pas un livre d'opinion mais une analyse des mécanismes qui conduisent tout un chacun au racisme. Un livre pour ouvrir peut-être une nouvelle voie de recherche sur les problèmes de société.

Avec ce petit livre, quelque peu provocateur, les éditions ULRICH inaugurent une nouvelle collection intitulée Nouvelles Visions, qui traitera des sujets de société parmi les plus brûlants. Une entreprise de démolition de quelques poncifs et stéréotypes partagés par le plus grand nombre sur la démocratie, les sectes, l'égalité homme - femme, la psychanalyse, les politiques, la manipulation... Cette collection a la prétention d'ouvrir quelques voies vers une meilleure façon de communiquer entre nous.

Les prix publics indiqués dans ce document sont ttc et valables pour toute commande passée par Internet, avec 5 % de réduction et le port gratuit.

Citons Gaston Kelman dans *Je suis noir et je n'aime pas le manioc* :
« Chaque fois que je revendique d'être noir devant ceux qui font de moi un homme de couleur ou un black pour ne pas me faire de la peine, je vois le malaise de mes amis »
« En effet, ils (les noirs) deviendront français quand vous cesserez de voir en eux des blacks et quand ils seront redevenus des noirs, tout simplement. Comme vous aussi vous êtes blancs et non white. »
Et aussi : « A quoi sert-il de débaptiser les nègres tous les cinquante ans si l'on ne change pas le regard que l'on porte sur eux ? Je trouve des simagrées coupables et même insultantes »

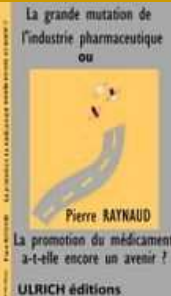
La Grande mutation de l'Industrie Pharmaceutique (2006)

Depuis au moins trente ans, les laboratoires pharmaceutiques voient leur liberté d'action de plus en plus entravée par des lois, décrets, restrictions et contraintes diverses.

Depuis au moins trente ans, les laboratoires pharmaceutiques subissent ces contraintes, brimades et amendes en adoptant la position de la victime et en se défendant des accusations des journalistes et de l'opinion publique.

Le dernier texte en vigueur : la charte de la visite médicale signée par le LEEM n'est que le dernier avatar de ces restrictions, et préfigure des textes encore plus draconiens et encore plus liberticides.

Peut-on échapper aux accusations multiples de l'opinion publique qui se résument finalement en une seule expression : « faire de l'argent avec la maladie » ?



210 pages, 15 x 22 cm,
Prix Public 23,75 €

L'industrie pharmaceutique n'a-t-elle pas le droit d'être fière de ses recherches et des médicaments qu'elle met à la portée des malades ?

N'est-elle pas finalement victime aussi de ce fameux principe de précaution qui voudrait nous faire croire à la possibilité d'inventer des médicaments efficaces sans aucun effet secondaire ?

C'est pour répondre à ces questions et pour tenter de sortir de l'impasse dans la

quelle l'industrie pharmaceutique s'est engagée elle-même, que nous pensons bon de réunir autour ce livre, patrons et cadres de labo, visiteurs médicaux et médecins désireux d'apporter des solutions innovantes pour demain.



La communication de demain, qui perdra les leviers classiques de l'argumentation laudative : " Mon produit est meilleur que tel autre... ", devra chercher ailleurs de nouveaux leviers de prescription. Ces leviers existent et doivent se chercher dans la confiance et le respect des médecins pour les nouveaux visiteurs.

A la Recherche du Client (1999)

Ce livre est issu d'une curiosité de notre part, à propos de l'importance en France de ce qu'il est convenu d'appeler le One to One. Et, cela d'autant plus qu'il fait partie des recommandations que nous donnons quotidiennement à nos clients. En instaurant des bases de données qualitatives chez nos clients, à partir des fichiers de vendeurs, nous nous sommes aperçus que cela allait de pair avec l'efficacité de cette nouvelle façon de penser l'acte commercial, qui met à mal les consignes générales, valables pour tous les clients.

Giselle DERANGERE a décidé d'aller interroger une trentaine de managers : PDG, patrons de marketing et de communication de grands groupes industriels et commerciaux.

C'est avec eux que les auteurs ont écrit ce livre (vous trouverez la liste des co-auteurs dans les pages suivantes).

Nous leur avons demandé s'il était important pour eux de connaître leurs clients, individuellement, et quelles procédures ils utilisaient pour les connaître. Enfin, comment voyaient-ils l'évolution de ce problème dans les dix ans à venir.



160 pages, 22 x 15 cm,
Prix public 19,95 €

Le Management de la relation (1998)



176 pages, 15 x 22 cm,
prix public 19 €.

Encore une nouvelle théorie du management ! Pas du tout, ce livre de Pierre RAYNAUD ne nous dit rien sur la façon dont les dirigeants devraient conduire leurs entreprises. Il se situe en amont des thèses et méthodes habituelles en s'interrogeant sur la façon dont les managers forment leur jugement et prennent leurs décisions. Le management non dualiste, ou management de la relation, montre qu'une nouvelle façon de penser conduirait rapidement les managers à

une nouvelle façon d'agir avec les autres.

Le management de la relation s'apprend : il comporte neuf savoir-faire fondamentaux et trois principes-clés : ne pas généraliser, ne pas expliquer, ne pas juger ni idéaliser.

Cette thèse privilégie la maîtrise des interactions interindividuelles sur les théories et analyses macro de l'entreprise comme entité glo-



Nous ne croyons pas aux changements sociaux qui ne soient accompagnés en même temps de changements individuels, dans la façon même dont les gens considèrent les autres, leur monde, et ce qu'on a l'habitude d'appeler "le sens de la vie". On pourrait réhabiliter la notion de progrès en le définissant comme une "meilleure maîtrise de soi-même et de son environnement."

L'art de manipuler (1996)

"Nous avons, en France, un émule des américains : Pierre Raynaud, qui a carrément créé une méthode dite Communication Directive (ou Méthode Relatio) qu'il met au service de la communication d'entreprise.

Il a aussi fondé une école où il enseigne sa doctrine et a publié plusieurs ouvrages dont *L'art de manipuler*, dont le plan est révélateur :

* Chapitre I : On ne peut pas ne pas manipuler.

* Chapitre II : Or, nous sommes déjà manipulés.

* Chapitre III : Alors, apprenons à manipuler.

* Chapitre IV : Notre programme

Peut-être, en effet, est-ce la solution ?"

(In Vladimir VOLKOFF, *Petite histoire de la désinformation*, Éditions du Rocher, 1999, p. 275)



176 pages, 15 x 22 cm, prix public 25,95 €

Le Médicament, malade de sa communication (1992)

Après *Les mythes du médicament* (1975, épuisé), Pierre Raynaud écrit là son deuxième livre sur les mœurs du marketing pharmaceutique, et soulève quelques "paradoxes" de ce milieu quelque peu curieux. Le sous-titre du livre est encore plus osé : "l'insoutenable légèreté des fabricants de remèdes".

Sa thèse centrale semble être que marketing et ventes, deux services bien séparés dans la plupart des labos, devraient constituer un seul et même service. Et sa proposition, cho-

quante à force d'être évidente, est que tous les plans et objectifs des laboratoires devraient tendre vers la satisfaction des clients : médecins et malades.

Bien documenté, c'est un livre qui peut servir de polycopié pour tous ceux qui désirent connaître le milieu des laboratoires pharmaceutiques et leur relation avec les médecins.



214 pages, 22 x 13,5 cm,
prix public 37,82 €



Pour nous, il est clair que la vente des médicaments s'inscrira demain dans un schéma non-quantitatif, que nous appelons ici, schéma cyclique. Ce nouveau système ne connaîtra pas l'opposition quantitatif-qualitatif. La visite médicale de demain, la communication du médicament de demain, sera "qualitativement quantitative".

*Une rue de Talmont
(extrait du Guide)*



Prochain livre : « Apprenons à manipuler » (2009)

Dans la droite ligne du précédent ouvrage : « *L'Art de manipuler* », Pierre Raynaud reprend l'idée de base : puisque nous sommes toujours manipulés et que nous manipulons presque toujours et que personne ne saurait dire comment éviter ce fait, alors apprenons à bien manipuler.

Quels sont les rouages qui définissent une manipulation réussie ? Dans quelle situations est-il nécessaire de manipuler ? Quels sont les stratagèmes de communication les plus efficaces ?... Où peut-on apprendre à manipuler ?

Un site Internet est déjà consacré à la veille sur ce thème (articles, livres, événements...) et on peut s'y inscrire et dialoguer à l'adresse <http://www.manipuler.com/docs>



Le Port de Mornac sur
Seudre
(extrait du Guide)

ULRICH Editions, BP 13, 17640 Vaux sur Mer

Téléphone : 05 46 39 37 30
Télécopie : 05 46 39 44 51

Messagerie : mc.raynaud@editions-ulrich.info

Pour commander nos livres, 3 options :

- en ligne, visitez le site <http://www.ulrich-editions.com> et cliquez sur 'Commandes' (particuliers et libraires) ;
- écrire à livres@editions-ulrich.info ;
- envoyer une commande par fax au 0546394451



Web :
ulrich-editions.com

A partir de 2009, les éditions Ulrich ont l'intention de publier des ouvrages essentiellement dans deux collections :

1. Une collection Sciences Humaines (dite « *Nouvelles visions* ») dans laquelle vous trouverez des ouvrages traitant de l'analyse de sujets de société, ouvrages au format 10 x 15 cm de 160 pages dont le premier est le livre « *Tous racistes ?* » publié en mars 2009.

2. Une collection de guides touristiques dont le premier est le guide paru en juin 2009 : « *Rohan et ses 30 villages* ».

Chaque livre de ces collections possèdera un site Web interactif prolongeant la lecture. On peut déjà consulter :

- <http://www.rohan-et-ses-villages.com/>
- <http://www.tousracistes.com/>



A paraître... 2009 - 2012 (titres non arrêtés définitivement)

Collection Sciences Humaines dite « *Nouvelles Visions* » : Collection Guides touristiques :

- Apprenons à manipuler,
- La Dictature démocratique,
- Bienheureuse inégalité,
- Le Mot chien ne mord pas,
- Vive les sectes,
- La Psychanalyse cette escroquerie,
- Je n'aurai jamais le Bac...
- L'île d'Oléron
- L'île de Ré
- Les 50 villages les plus romantiques de Charente-Maritime...



Le Port de Mortagne
extrait du Guide

On peut télécharger ce catalogue 2009 sur la page d'accueil de notre site Web :
<http://www.ulrich-editions.com/>