



Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion  
CESAG



**Master en Banque et Finance  
MBF**

**Année Académique : 2013-2014**

**OPTION : Marchés financiers et Finance  
d'entreprise**

**PROJET PROFESSIONNEL**

**THEME :**

**PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE  
DE SGI DANS LES VILLES DE BOUAKE  
ET DE YAMOOUSSOUKRO**

**Présenté par :**

FOFANA Dopama Vamoussa  
13<sup>e</sup> Promotion MBF

**Sous la direction de :**

M. LATYR Mbodj  
Directeur Associé du Cabinet  
Global Finance Group  
Certifié FRM

Dakar, août 14

## **AVANT PROPOS**

Le MASTER EN BANQUE ET FINANCE (MBF) est un programme professionnel bilingue (français- anglais) créé par le CESAG en 2001 avec la collaboration de la BCEAO (Banque des États de l'Afrique de l'Ouest), la BEAC (Banque des États de l'Afrique Centrale) et la Banque de France et avec le concours financier de la Fondation pour le renforcement des capacités en Afrique (ACBF), l'UEMOA (Union Economique et Monétaire Ouest Africaine), l'Union Européenne, l'Agence Française de développement (AFD) et la Banque des Règlements Internationaux (BRI). Le MBF est un Master professionnel aux standards internationaux, dont les enseignements sont dispensés en français et en anglais par des spécialistes reconnus en Afrique, en Europe et en Amérique du Nord. Il a pour but de contribuer au renforcement des capacités des cadres africains dans le secteur bancaire et financier en assurant une formation professionnelle de haut niveau dans deux domaines prioritaires : gestion bancaire et maîtrise des risques ainsi que marchés financiers et finance d'entreprise. Les objectifs du programme sont de : réduire la dépendance du secteur bancaire financier régional à l'égard de l'expertise internationale en matière de formation de haut niveau et augmenter la présence des professionnels de haut niveau en finance et en banque pour faire face aux besoins de modernisation du secteur financier en pleine transformation du fait de la globalisation des marchés financiers. La formation s'adresse principalement aux cadres et futurs cadres des institutions bancaires et financières, des entreprises privées et des administrations économiques et financières.

Avant l'année 2012, le MBF était validé après la préparation d'un mémoire ; maintenant l'obtention du diplôme est désormais sanctionnée par un projet professionnel.

Le présent document s'inscrit dans ce cadre.

## **DEDICACES**

Qu'il me soit permis de dédier ce projet professionnel à :

- DIEU ; sans LUI rien de tout ce que je vis n'aurait été possible ;
- ma MERE, Madame OUATTARA Tenin Epse FOFANA, merci pour ton Amour ;
- mon PERE, Monsieur FOFANA Katé, merci pour ton soutien ;
- ma Sœur, FOFANA MAÏMOUNA, merci de m'avoir forgé.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## REMERCIEMENTS

Je remercie du fond du cœur :

- mon encadreur M. LATYR Mbodj ;
- M. OUATTARA Aboudou, Enseignant au MBF ;
- le Coordonateur du Programme MBF, M. Alain KENMOGNE ;
- Mme OUEDRAOGO Chantal, Assistante au Programme MBF ;
- M. et Mme KASSI, mes tuteurs à Dakar ;
- M. KONE Daouda, Agent du Trésor Public de Côte d'Ivoire ;
- M. DEME Mamadou N'Golo, Stagiaire à la Société Ivoirienne de Banque
- M. KOUAKOU Alban, Directeur Général de NSIA FINANCE ;
- M. Patrick BEDIE, Directeur Général de Hudson et Cie ;
- mes sœurs ABIBA, MASSENI, MARIETOU et MASSIBIRI ;
- la Promotion MBF 2013 ;
- les membres du Jury (pour l'honneur que vous me faites en appréciant mon modeste travail).

## LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

<b>BCEAO</b>	Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest
<b>BFR</b>	Besoin en Fond de Roulement
<b>BKE</b>	Bouaké
<b>BRVM</b>	Bourse Régionale des Valeurs Mobilières
<b>CA</b>	Chiffre d'Affaires
<b>CREPMF</b>	Conseil Régional de l'Epargne Publique et des Marchés Financiers
<b>DR</b>	Délais de Récupération
<b>INS</b>	Institut National de la Statistique
<b>OPCVM</b>	Organisme de Placement Commun en Valeurs Mobilières
<b>PME</b>	Petite et Moyenne Entreprise
<b>PMI</b>	Petite et Moyenne Industrie
<b>RGPH</b>	Recensement Général de la Population et de l'Habitat
<b>SGI</b>	Société de Gestion et d'Intermédiation
<b>TCAM</b>	Taux De Croissance Annuel Moyen
<b>TRI</b>	Taux de Rendement Interne
<b>UEMOA</b>	Union Economique Monétaire Ouest Africaine
<b>VAN</b>	Valeur Actuelle Nette

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 Répartition géographique des SGI de l'UEMOA .....	15
Tableau 2 Classement SGI et parts de marché en 2012 .....	16
Tableau 3 Taux de croissance annuel moyen de la population de Bouaké .....	19
Tableau 4 La répartition de la population de Bouaké selon les tranches d'âge .....	19
Tableau 5 Le taux d'alphabétisation de la ville de Bouaké.....	20
Tableau 6 Les taux des produits d'épargne des banques commerciales de Bouaké.....	23
Tableau 7 Taux de croissance annuel moyen de la population de Yamoussoukro .....	25
Tableau 8 La répartition de la population de Yamoussoukro selon les tranches d'âge .....	26
Tableau 9 Le taux d'alphabétisation de Yamoussoukro .....	26
Tableau 10 Les taux des produits d'épargne des banques commerciales de Yamoussoukro ...	30
Tableau 11 Répartition de la population de Bouaké et de Yamoussoukro selon les branches d'activités.....	32
Tableau 12 Répartition de l'échantillon par branches d'activité.....	33
Tableau 13 Grille tarifaire relatives aux opérations sur le marché financier .....	41
Tableau 14 La masse salariale.....	47
Tableau 15 La consommation intermédiaire.....	48
Tableau 16 Le plan de financement .....	49
Tableau 17 Les Investissements.....	50
Tableau 18 Le BFR .....	50
Tableau 19 Le bilan d'ouverture.....	51
Tableau 20 La formation du chiffre d'affaires.....	52
Tableau 21 Le compte d'exploitation prévisionnel.....	53
Tableau 22 La VAN et le TRI.....	54
Tableau A23 Répartition de l'échantillon selon catégorie socioprofessionnelle.....	60
Tableau A24 Répartition de l'échantillon selon l'âge.....	60
Tableau A25 Répartition de l'échantillon selon les revenus .....	60
Tableau A26 Répartition de l'échantillon selon la possession ou non d'un compte épargne ...	61
Tableau A27 La rémunération du compte épargne de l'échantillon.....	61
Tableau A28 Répartition de l'échantillon selon la possession ou non d'un compte de DAT ...	61
Tableau A29 Répartition de l'échantillon selon la possession ou non d'un compte de DAT ...	61
Tableau A30 La durée des placements DAT de l'échantillon .....	62
Tableau A31 La rémunération du compte DAT de l'échantillon .....	62
Tableau A32 Répartition de l'échantillon selon la notion ou non de la BRVM.....	62
Tableau A33 Répartition de l'échantillon selon la possession ou non d'un compte en valeurs mobilières.....	62
Tableau A34 Répartition de l'échantillon selon la possibilité ou non d'ouvrir un compte titres dans uns SGI.....	62
Tableau A35 Tableau d'amortissement .....	63
Tableau A36 Quelques PME/PMI de la ville de Bouaké.....	64
Tableau A37 Quelques PME/PMI de la ville de Yamoussoukro.....	66

## LISTE DES FIGURES

Figure 1 Répartition des avoirs titres et espèces UEMOA.....	11
Figure 2 La Dynamisation du marché financier.....	13
Figure 3 La répartition de la population de Bouaké par branche d'activités .....	20
Figure 4 La répartition de la population de Bouaké par catégorie socioprofessionnelle .....	21
Figure 5 La répartition de la population de Yamoussoukro par branche d'activités .....	27
Figure 6 La répartition de la population de la ville de Yamoussoukro selon la catégorie socioprofessionnelle.....	28
Figure 7 Le ciblage de notre clientèle .....	37
Figure 8 La carte de positionnement.....	38
Figure 9 L'organigramme des agences .....	45
Figure 10 La prévision du chiffre d'affaires .....	53

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## **RESUME**

Le marché Financier ouest africain a été mis en place pour mieux mobiliser l'épargne des résidents, accroître les moyens de financement des entreprises permettant ainsi de générer plus d'activité économique et de créer des emplois, et pour finir attirer les capitaux étrangers. Vu sous cet angle, il devrait être accessible à un large public. Cependant le constat aujourd'hui est que les épargnants ne se bousculent pas pour y investir, les entreprises quant à elles rechignent à se faire financer via les mécanismes du marché. Cette situation est en grande partie le fait du manque de culture boursière. En effet, les agents économiques ignorent pour la plupart l'existence de la bourse des valeurs ou les avantages que l'on peut en tirer.

Partant de là nous avons pensé à une stratégie destinée à rapprocher la bourse des parties prenantes. Il s'agit de la création d'agences de Société de Gestion et d'Intermédiation (SGI) dans des villes autres que la capitale économique. Ces bureaux de représentation auront pour mission de diffuser la culture boursière auprès d'une cible plus importante ; il en résulterait la dynamisation de notre marché financier.

Le présent document s'inscrit dans ce cadre. Il a pour but de présenter de façon détaillée le projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouaké et de Yamoussoukro en Côte d'Ivoire.

**Mots clés : Création, Agence, SGI, Bourse, Côte d'Ivoire**



## **ABSTRACT**

The financial market of West Africa was established to better mobilize savings for residents, increase the level of business financing to generate more economic activity and create jobs, and ultimately attract foreign capital. Seen in this light, it should be accessible to a wide audience. However the observation today is that investors are not rushing to invest, companies are not able to be financed through market mechanisms. This is largely due to lack of market culture. Indeed, economic agents are largely unaware of the existence of the stock exchange or the benefits that can be drawn.

From there we thought a strategy to bring stock to stakeholders. It is the creation of agency of Financial Company of Intermediation in cities other than the economic capital. These representative offices mission will be to disseminate the culture to a larger target; this would impact the revitalization of our financial market.

This document presents how this project could be implemented in the cities of Bouaké and Yamoussoukro in Côte d'Ivoire.

**Keywords: Creation, Agency, Financial Company of Intermediation, Stock exchange, Côte d'Ivoire**

## SOMMAIRE

AVANT PROPOS.....	i
DEDICACES .....	ii
REMERCIEMENTS .....	iii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iv
LISTE DES TABLEAUX.....	v
LISTE DES FIGURES.....	vi
RESUME.....	vii
ABSTRACT .....	viii
SOMMAIRE .....	ix
INTRODUCTION GENERALE.....	1
<b>CHAPITRE I : PRESENTATION DES SGI ET DES ENJEUX DU PROJET .....</b>	<b>5</b>
I. LE CADRE LEGAL RELATIF A LA CREATION ET AU FONCTIONNEMENT D'UNE SGI.....	5
II. LES ENJEUX DE LA CREATION D'UNE AGENCE DE SGI.....	10
<b>CHAPITRE II : L'ETUDE DE MARCHÉ.....</b>	<b>18</b>
I. L'ANALYSE STRATEGIQUE DE L'ENVIRONNEMENT.....	18
II. LE MARKETING .....	36
<b>CHAPITRE III : LE PLAN D'AFFAIRES .....</b>	<b>45</b>
I. LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET LES ACTIVITES DES AGENCES DE SGI.....	45
II. L'ETUDE DE LA RENTABILITE.....	48
CONCLUSION GENERALE.....	56
BIBLIOGRAPHIE .....	57
ANNEXES .....	58
TABLE DES MATIERES .....	68

*« L'accessibilité de la bourse à tous est un de nos objectifs majeurs. C'est la raison pour laquelle nous encourageons les SGI à ouvrir des agences commerciales. Ces agences de placement ont pour objectifs de commercialiser tous les produits d'épargne auprès d'un large public. »*

**Gabriel Fal, Président du Conseil d'Administration  
de la BRVM, le 21 Juin 2013**

## INTRODUCTION GENERALE

La plupart des pays africains souffrent des problèmes de financement de leurs économies. Les sources de financement sont rares et même quand elles sont disponibles, elles sont coûteuses. En effet, l'ensemble des pays africains utilise comme source de financement principale les institutions bancaires. Ces institutions n'arrivent pas à satisfaire le marché à cause des risques qu'elles associent aux prêts et des lourdes garanties demandées. Aussi, la mise à disposition de lignes de crédits revient-elle chère aux emprunteurs tandis que la rémunération d'une épargne est relativement faible.

Les constats liés à cette situation ont conduit l'ensemble des pays soucieux de leur développement à la création de marchés financiers. Ces marchés permettent à des agents dits « à capacité de financement » de rencontrer directement les agents dits « à besoins de financements ». Vu sous cet angle, l'on peut affirmer que l'un des principaux avantages de ce système réside dans le fait que les épargnants pourraient obtenir une rémunération plus élevée et les demandeurs pourraient se financer à des coûts plus bas et sans beaucoup de contraintes.

Le 16 Septembre 1998, le projet de mise en place d'une bourse commune aux huit (8) pays de l'UEMOA s'est concrétisé. Ce marché a trois (3) missions essentielles : mieux mobiliser l'épargne des résidents, accroître les moyens de financement des entreprises permettant ainsi de générer plus d'activité économique et de créer des emplois, et pour finir attirer les capitaux étrangers. Le marché a été placé sous la supervision du Conseil Régional de l'Epargne Publique et des Marchés Financiers (CREPMF) qui est accompagné dans la gestion quotidienne du marché par la Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM), le Dépositaire Central /Banque de Règlement (DC/BR) et un ensemble d'intermédiaires dont les Sociétés de Gestion et d'Intermédiation (SGI). Ces dernières (SGI), constituées en sociétés anonymes, exercent à titre principal les activités de négociation de valeurs mobilières en bourse et de conservation de titres pour le compte de la clientèle ; à titre accessoire, elles font de la gestion sous mandat ainsi que du conseil financier.

Aujourd'hui, le marché financier régional compte<sup>1</sup> trente-sept (37) sociétés cotées, vingt et une (21) Sociétés de Gestion et d'Intermédiation, une (01) Société de Gestion de Patrimoine, douze (12) OPCVM, cinq (05) conservateurs et cinq (05) Apporteurs d'affaires. Ces chiffres

---

<sup>1</sup> Brvm.org consulté le 01/06/2014

sont en deçà du potentiel de la zone. En effet la zone UEMOA connaît une activité économique prospère caractérisée par des taux de croissance du PIB (6.4% en 2012)<sup>2</sup> nettement au-dessus du taux de croissance mondiale (3.2% en 2012)<sup>3</sup>.

Aussi, le rapprochement du nombre de parties prenantes de notre marché avec celui des bourses voisines (NSE<sup>4</sup> et GSE<sup>5</sup>) confirme que notre marché financier est en deçà de ses potentialités. Ainsi on constate que le nombre d'entreprises cotées est de trente-sept (37) tandis que NSE en compte près de deux cents (200). Pour ce qui est des épargnants, ils sont autour de deux cent mille (200 000)<sup>6</sup> ; ce chiffre reste relativement très faible lorsqu'on le compare au nombre d'épargnants de GSE (1 000 000 d'épargnants environ)<sup>7</sup>.

D'un autre côté, avec un niveau de DAT (Dépôts à termes) relativement élevé (5 900 000 millions FCFA)<sup>8</sup> au niveau de l'UEMOA, on s'aperçoit que notre marché financier peut être beaucoup plus dynamique. **Il suffit pour cela d'une bonne diffusion de la culture boursière aussi bien au niveau des épargnants que des entreprises.**

Notons par ailleurs, que la BRVM est la septième place financière africaine en termes de capitalisation boursière (environ 4863,2 milliards de FCFA)<sup>9</sup>. Il faut donc impérativement définir une stratégie visant à accroître le nombre de parties prenantes. En effet, les épargnants ne s'y bousculent pas, ceux-ci ayant une très faible culture boursière. Outre cela, un grand nombre d'entreprises rechignent à se faire financer par le marché, celles-ci ayant une culture patrimoniale ou ne se sentant pas capables de faire face aux exigences du marché financier régional.

Dès lors, la dynamisation du marché financier de l'UEMOA passe par une synergie des efforts aux niveaux de toutes les structures du marché financier ; d'où notre volonté de définir une stratégie de croissance adaptée aux SGI ivoiriennes.

En Côte d'Ivoire, il y a dix (10) SGI qui n'ont toutes qu'une seule représentation, étant située dans la capitale économique (Abidjan), plus précisément dans le quartier des affaires. Mais,

---

<sup>2</sup> Rapport annuel de la BCEAO 2012, P.3

<sup>3</sup> Rapport annuel de la BCEAO 2012, P.3

<sup>4</sup> Nigerian Stock Exchange

<sup>5</sup> Ghana Stock Exchange

<sup>6</sup> Brvm (Gabriel Fall, PCA de la BRVM, le 02/06/2013)

<sup>7</sup> Brvm (Gabriel Fall, PCA de la BRVM, le 02/06/2013)

<sup>8</sup> Base de données de la BCEAO (consultée le 01/06/2014)

<sup>9</sup> Rapport Annuel du CREPMF 2012, P.9

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

au vu de l'importance du système financier du pays, il est possible d'accroître le nombre de parties prenantes à la bourse en structurant une stratégie permettant de se rapprocher d'elles. Le projet professionnel que nous proposons vise à mettre en place des représentations d'une SGI dans la capitale politique (Yamoussoukro) et la deuxième ville du pays (Bouaké). Le choix de ces villes se justifie par le fait que le gouvernement en place a affiché sa volonté de transférer la capitale au niveau de Yamoussoukro et que Bouaké est, sur le plan économique, la deuxième ville la plus importante de Côte d'Ivoire. Il s'agira pour nous de définir de façon détaillée la mise en œuvre d'une stratégie d'expansion.

La problématique du projet est la suivante : **Comment une SGI ivoirienne peut-elle parvenir à accroître le nombre de parties prenantes (épargnants et entreprises cotées) à la BRVM à travers la création d'agences à l'intérieur du pays ?**

Notre but est donc de présenter de façon claire tous les éléments qu'une SGI ivoirienne doit prendre en compte dans le processus d'élargissement de son réseau. Il s'agira pour nous de :

- présenter l'enjeu de la création d'agences à l'intérieur du pays ;
- présenter les modalités de ce déploiement ;
- évaluer la rentabilité de cette stratégie.

Notre étude présentera un intérêt à plusieurs niveaux. Pour le marché financier, elle aura pour impact d'augmenter le nombre d'épargnants et d'entreprises cotées. En effet, la SGI implantée à l'intérieur du pays aura une plus grande visibilité du public et touchera beaucoup plus d'épargnants. En outre, les entreprises basées à l'intérieur du pays seront plus facilement abordées ce qui pourra les encourager à se faire coter dès l'ouverture du compartiment qui leur sera dédié. Pour la SGI, elle pourra prendre un avantage stratégique vis à vis de ses concurrentes de la sous-région. Son chiffre d'affaire augmentera car sa proximité avec les épargnants et les entreprises lui permettra de se faire plus de clients. Pour le CESAG, ce projet pourra servir de support à tout étudiant soucieux de poursuivre la réflexion sur le sujet. Il prouvera aussi l'aptitude de l'école à former des étudiants capables de mener des réflexions à enjeu sous régional au terme de leur formation. Pour nous même, ce travail sera un moyen de parfaire tout ce qui nous a été enseigné au cours de notre prestigieuse formation. Il nous facilitera l'insertion professionnelle dans la mesure où l'un des objectifs de ce projet est de fournir un avantage stratégique à la structure qui l'implémentera.

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Notre démarche méthodologique vise à déterminer l'enjeu du projet. Pour y parvenir, il est indispensable de collecter des informations nécessaires à l'élaboration de notre projet. Nous obtiendrons ces informations par le biais des analyses documentaires des rapports et publications de la CREPMF, de la BRVM, de la BCEAO (Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest) et aussi par le biais d'entretiens avec les agents des différents ministères de tutelles à savoir le Ministère de l'Economie et des Finances, le Ministère de l'Emploi, le Ministère de la Fonction Publique et le Ministère du Commerce, de l'Industrie et de la Promotion des PME.

Nous procéderons aussi à une collecte de données concernant les deux villes cibles (Bouaké et Yamoussoukro) sur une période d'un mois (du 15 Février au 15 Mars 2014). Il sera question de recouper toutes les données concernant les potentiels épargnants (travailleurs, commerçants, etc..) de ces départements ; nous récolterons également toutes les données concernant les PME/PMI basées dans ces régions et à qui nous pourrions fournir des services (préparation à l'introduction en bourse, activité de gestion active de la dette, conseil, etc..).

Enfin, nous évaluerons, en relation avec une SGI de la place, le coût total de l'investissement ainsi que la rentabilité attendue.

Le projet professionnel sera rédigé selon un plan tripartite. Nous présenterons dans la première partie les Sociétés de Gestion et d'Intermédiation ainsi que les enjeux de notre projet. Dans la deuxième, nous procéderons à l'étude de marché suivie de la présentation du plan stratégique de création d'agences de SGI et nous terminerons par l'étude financière du projet dans la dernière partie.

## **CHAPITRE I : PRESENTATION DES SGI ET DES ENJEUX DU PROJET**

Le marché financier de l'UEMOA est animé par deux structures de gestion du marché et cinq (5) catégories d'intervenants commerciaux qui agissent sous le contrôle du Conseil Régional de l'Épargne Publique et des Marchés Financiers. Ce dernier remplit les fonctions d'autorité de tutelle et de régulation du marché.

Les principaux intervenants commerciaux sur le marché sont les SGI ; elles sont au nombre de vingt et un (21) et bénéficient du monopole de l'arrangement et de la négociation des titres en bourse.

Ce premier chapitre donne une vue d'ensemble sur les SGI et sur leur fonctionnement (première partie du Chapitre 1). Il permettra aux lecteurs de se faire une idée précise sur les potentialités de ces structures afin de mieux apprécier les enjeux de notre projet professionnel (deuxième partie du Chapitre 1).

### **I. LE CADRE LEGAL RELATIF A LA CREATION ET AU FONCTIONNEMENT D'UNE SGI**

Nous aborderons d'une part les modalités de création d'une SGI et d'autre part celles relatives à son fonctionnement.

#### **1. Le cadre légal relatif à la création d'une SGI**

Les conditions de création d'une SGI sont définies dans le Règlement Général du CREPMF (de l'article 26 à 35).

Une fois créées, les SGI ont la forme juridique de Société Anonyme et sont considérées selon le Règlement comme une catégorie d'établissements financiers dont les dispositions réglementaires sont les suivantes.

##### **a. Les conditions générales de création**

Selon le Règlement Général du CREPMF, les sociétés postulantes doivent présenter des garanties suffisantes, notamment en ce qui concerne la composition et le montant de leur capital, leur organisation, leurs moyens humains, techniques, financiers, l'honorabilité et



l'expérience de leurs dirigeants, ainsi que les dispositions propres à assurer la sécurité des opérations de la clientèle.

Le Conseil Régional requiert au préalable les avis techniques motivés de la Bourse Régionale des Valeurs Mobilières et du Dépositaire Central/Banque de Règlement, lors de l'analyse d'un dossier d'agrément déposé par une société postulant à l'exercice des activités de négociateur-compensateur d'une part, et de teneur de compte d'autre part, conférées à titre de monopole aux SGI. En cas d'avis défavorable de l'une ou de l'autre de ces institutions, la demande d'agrément est rejetée par le Conseil Régional.

Toutefois, un recours peut être introduit par le postulant auprès du Conseil Régional si les avis des institutions susvisées sont tous deux favorables, le Conseil Régional, n'est nullement lié par ceux-ci. Il procède à l'analyse du dossier, hors les aspects techniques, et fait connaître, à l'issue de celle-ci, sa décision au demandeur.

#### **b. Conditions tenant au capital**

Le capital des SGI est fixé à un minimum de 150 millions de FCFA. Ses fonds propres ne peuvent être inférieurs à ce montant pendant la durée de leur existence.

Les apports en numéraire faits au titre du capital de la SGI sont obligatoirement libérés de l'intégralité de leurs montants dès l'émission des actions correspondantes.

#### **c. Les autres conditions d'agrément**

Les autres conditions d'agrément sont définies à travers les articles 30 à 32. Retenons en ce qui concerne l'actionnariat que le Règlement Général du CREPMF stipule que tout actionnaire, dirigeant ou administrateur d'une société postulant en qualité de SGI, ne doit avoir jamais encouru, dans un pays quelconque, une ou plusieurs condamnations pour crime ou délit de droit commun, tentative, complicité ou recel pour :

- faux en écriture ou usage de faux ;
- escroquerie, abus de confiance, détournement de deniers publics, extorsion de fonds ou de valeurs et actes de faux-monnayage ;
- infraction aux législations bancaire et des changes ;

- ou, de manière générale, toute condamnation pour des crimes ou délits assimilés à l'un quelconque de ceux énumérés ci-dessus.

Par ailleurs, les sociétés postulantes doivent s'engager par écrit à ce que les modifications apportées en cours d'existence à leurs statuts soient soumises à l'autorisation préalable du Conseil Régional lorsqu'elles sont relatives à la répartition du capital, aux garanties présentées et aux méthodes comptable. Toutefois, en présence de circonstances particulières, le Conseil Régional peut décider que des modifications a priori non substantielles devront néanmoins faire l'objet d'une autorisation préalable avant leur mise à exécution effective.

#### **d. Les procédures d'agrément**

L'examen de la candidature des sociétés qui sollicitent leur agrément en qualité de SGI a lieu après le dépôt des pièces et documents justifiant des renseignements suivants :

- les statuts de la société et de ses participations à plus de 10%, s'il y a lieu
- la présentation des dirigeants sociaux accompagnée de leurs casiers judiciaires respectifs ;
- une fiche de renseignements détaillés et un extrait de casier judiciaire concernant la personne appelée à remplir les fonctions de contrôleur interne ;
- la description des capacités opérationnelles, en termes de personnel spécialisé, de locaux, d'équipements informatiques, de suivi comptable et transactionnel ;
- pour les sociétés préexistantes, les 3 derniers états financiers certifiés, le dernier datant de moins de 3 mois, accompagnés d'une description détaillée des actifs sociaux ;
- les trois derniers bilans et comptes de résultat certifiés des filiales détenues majoritairement ;
- une description détaillée, avec analyse prévisionnelle, des activités envisagées ;
- les garanties et cautionnements proposés par les actionnaires ;
- l'engagement écrit de souscrire au capital de la Bourse Régionale et du Dépositaire Central / Banque de Règlement dès l'octroi de l'agrément, à hauteur d'un minimum défini par une Instruction Générale du Conseil Régional ;
- l'engagement écrit d'adhérer à l'Association Professionnelle des SGI (APSGI) constituée pour la représentation et la défense des intérêts de ce secteur professionnel ;

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

- le Règlement Intérieur auquel sera joint un descriptif des procédures prévues pour le contrôle des agents et mandataires opérant pour le compte de la SGI ;
- l'engagement de déclarer au Conseil Régional l'identité de la personne qu'elle a désignée pour assurer les fonctions de contrôleur interne ;
- tous les documents complémentaires et les informations que le Conseil Régional serait amené à exiger de la société postulante afin de conduire une analyse complète et éclairée de son dossier.

Le Conseil Régional rend compte de sa décision, d'agrément ou de refus d'agrément, conformément à son Règlement Général.

## **2. Le fonctionnement des SGI**

Après décision d'agrément, la SGI peut commencer à opérer. Son fonctionnement s'articule autour de 4 grandes activités définies dans le Règlement général (de l'article 34 à l'article 40).

Il s'agit de :

- la période transitoire ;
- les monopoles d'exercice ;
- les activités connexes ;
- les dispositions communes.

### **a. La période transitoire**

La SGI est habilitée à exercer dès réception de la lettre d'agrément. Toutefois elle bénéficie d'un délai pour devenir actionnaire de la BRVM et du DC/BR, en cas d'indisponibilité de titres ; ce délai est défini dans les statuts desdites sociétés. Il faut dans ce cas qu'elle dépose auprès de la BRVM et du DC/BR un montant que ces derniers auront déterminé. Ce montant lui sera restitué lorsqu'elle aura rempli toutes les conditions relatives à la prise de participation au capital de BRVM et du DC/BR.

### **b. Les monopoles d'exercice**

Les SGI dispose de l'exclusivité quant à l'exercice de certaines activités. Ces activités sont essentiellement :

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

- la négociation-compensation de valeurs mobilières cotées pour le compte de tiers. Elles sont, en conséquence, habilitées à recevoir et détenir des fonds du public dans le cadre de cette activité ;
- la cession sur titres cotés à la Bourse Régionale sauf cas de dérogation accordée par la Bourse Régionale ;
- l'activité de teneur de compte de valeurs mobilières. Toutefois, les émetteurs pourront détenir leurs propres titres pour le compte de tiers.

La transgression de ces dispositions constitue une infraction au sens du Règlement Général. Aussi, les activités de négociateur-compensateur et de teneur de compte ne peuvent être déléguées, sauf à une filiale à 100 % dont c'est l'objet social unique.

**c. Les activités connexes**

Les SGI sont habilitées à exercer, à titre d'activité connexe, la gestion financière de comptes de titres pour leur client, et ce dans le respect des règles spécifiques édictées par le Conseil Régional.

Tout mandat de gestion confié à une SGI doit être signifié par écrit et signé par les parties. Cet acte doit préciser la nature des opérations dont l'initiative est laissée à la SGI, les conditions de fonctionnement du compte et de rémunération de la société convenues entre les parties.

Le mandat est établi en deux exemplaires, l'un remis au client et l'autre conservé dans les livres de la SGI.

Elles peuvent également exercer l'activité de conseil en ingénierie financière.

Par ailleurs, les SGI peuvent, seules, en association avec d'autres SGI ou en concours avec des établissements bancaires, et en vertu d'un contrat écrit passé avec l'émetteur, assurer le placement de titres à émettre par ce dernier.

**d. Les dispositions communes**

L'agrément accordé aux SGI par le Conseil Régional emporte agrément pour toutes les activités qui leur sont ouvertes.

Les transgressions ou manquements éventuels commis par les SGI au regard des textes réglementaires édictés par la Bourse Régionale, seront passibles de sanctions décidées par la Bourse Régionale, dans les limites de ses pouvoirs.

## **II. LES ENJEUX DE LA CREATION D'UNE AGENCE DE SGI**

A travers cette partie, nous souhaitons montrer les enjeux que peuvent représenter la mise en œuvre de notre projet tant au niveau du marché financier de l'UEMOA qu'au niveau des SGI elles-mêmes.

### **1. Les enjeux pour le marché financier de L'UEMOA**

Nous commencerons par présenter la situation actuelle du marché, ensuite nous ferons l'exposé des enjeux de notre projet professionnel.

#### **a. La situation du marché financier**

Le marché financier régional s'est fixé plusieurs objectifs lors de sa création. Parmi ces objectifs il figurait en priorité la mobilisation de l'épargne des résidents et des étrangers, ainsi que le financement des entreprises. Aujourd'hui, au regard des performances du marché en général et de la BRVM en particulier, on observe une progression. Cependant les objectifs sont loin d'être atteints. En effet le nombre d'épargnants dans les 8 pays de l'UEMOA ne dépasse pas 200.000<sup>10</sup> tandis que dans certains pays tels que le Ghana, ce nombre atteint plus de 1.000.000<sup>11</sup>.

La capitalisation totale du marché a crû de 25.5% s'établissant à 4863,2 milliards en 2012 contre 3875,1 milliards en 2011<sup>12</sup>. Pourtant la BRVM reste la 7eme<sup>13</sup> (classement de 2012) place boursière d'Afrique derrière la bourse de Tunis ; les bourses de Johannesburg, de Casablanca, et le Nigeria Stock Exchange restant en tête.

---

<sup>10</sup> Brvm (Gabiell Fall, PCA de la BRVM, le 02/06/2013)

<sup>11</sup> Brvm (Gabiell Fall, PCA de la BRVM, le 02/06/2013)

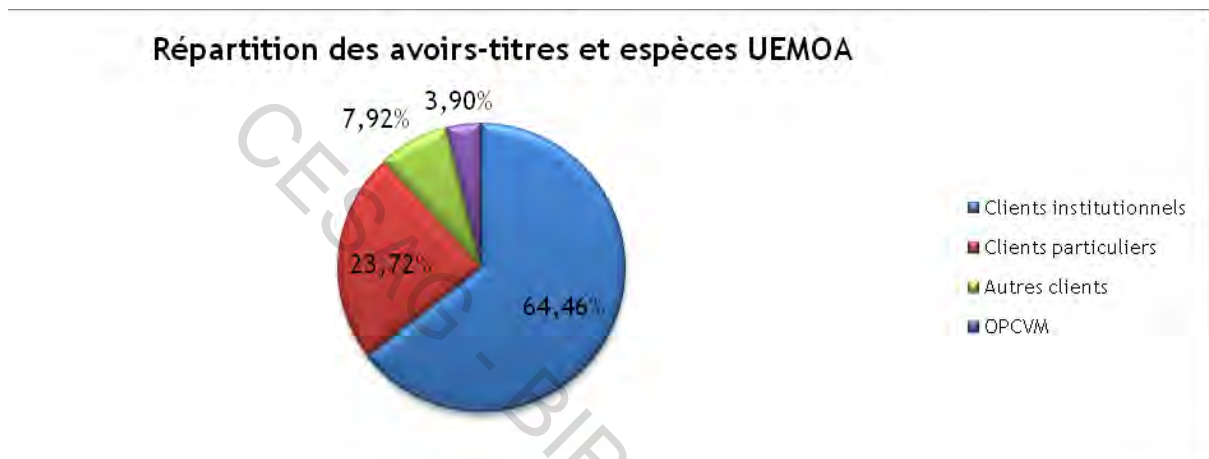
<sup>12</sup> Rapport annuel du CREPMF 2012, P.9

<sup>13</sup> Africa Alliance Securities

En termes de ratio de roulement, la performance de notre marché est très faible. Notre ratio est de 2%<sup>14</sup> ; très loin de celui du Nigeria (9%), de la Tunisie (13%), de l'Egypte (38%) et de l'Afrique du Sud (58%).

En ce qui concerne la répartition des avoirs-titres et espèces, on peut dire que la BRVM est surtout fréquentée par les institutionnels locaux (57.7% des avoirs titres et espèces), les particuliers ne représentant que 21%<sup>15</sup> des avoirs titres et espèces du marché financier.

**Figure 1 Répartition des avoirs titres et espèces UEMOA**



Source : rapport annuel du CREPMF 2012, P.34

Face à cette situation, la création d'agences commerciales de SGI peut participer à la promotion du marché financier. En effet ces agences auront pour objectifs de commercialiser les produits d'épargne auprès d'un large public or la distribution de produits d'épargne et des titres boursiers à une large clientèle représente le meilleur vecteur de croissance pour le marché.

Nous avons identifié trois grands canaux par lesquelles le marché financier peut être positivement impacté par la mise en œuvre de notre projet.

### **b. L'accroissement du nombre d'épargnants**

La mise en œuvre du projet sera accompagnée d'une stratégie marketing adaptée afin d'obtenir le maximum d'ouverture de compte dans les régions de Bouaké et de

<sup>14</sup> Banque mondiale en 2012

<sup>15</sup> Sur la base du rapport annuel du CREPMF 2012

Yamoussoukro. Les épargnants seront régulièrement sensibilisés et cela se répercutera sur le nombre de nouvelles souscriptions.

En agissant ainsi, nous participerons à l'accroissement du nombre d'épargnants que compte le marché financier de l'UEMOA.

Par ailleurs, une augmentation du nombre d'épargnants peut améliorer la profondeur et la liquidité du marché afin d'attirer de nouveaux investisseurs et donc permettre de dynamiser le marché financier.

### **c. La sensibilisation des PME**

Le responsable du développement du marché financier à la BRVM M. Kassoum DIOP a annoncé le mardi 08 Mars 2013 à Niamey le projet d'ouverture d'un compartiment dédié aux PME/PMI à la BRVM.

La PME/PMI candidate devra être sous la forme de Société Anonyme et le montant de titres émis devra atteindre au moins 50 millions de FCFA ; elle devra aussi présenter une (1) à deux (2) années de comptes certifiés. Cette mesure aura comme impact l'accroissement du nombre d'émetteur à la BRVM. Cependant pour que ce projet rencontre un succès, il faut d'une part que les PME soient sensibilisées aux avantages qu'elles pourraient en tirer et d'autre part qu'elles soient à mesure de remplir les conditions à satisfaire.

Avec la mise en œuvre de notre projet professionnel, les agences implantées à l'intérieur du pays auront pour but de démarcher régulièrement les PME afin de les sensibiliser.

Nous leur fournirons des services tels que

- l'appui technique : c'est à dire l'assistance dans l'optimisation de la structure bilancielle, l'élaboration d'outils d'aide à la prise de décision, la définition de plan stratégique, la restructuration de bilan etc. ;
- l'assistance comptable : il s'agira ici de s'assurer que la comptabilité de la structure reflète au mieux situation financière de l'entreprise ;
- le conseil en levée de fonds : ce service consistera à assister l'entreprise dans une augmentation de capital ou dans une levée de fonds ;
- le conseil en gestion.

#### d. La sensibilisation des collectivités territoriales

Les sources de financements les plus connues au niveau des collectivités territoriales sont les appuis financiers de l'Etat ainsi que les collectes de taxes communales. Pourtant à côté de cela, il existe une source moins connue. Elle consiste à avoir recours au marché financier. En effet, le marché financier offre une alternative de financement aux collectivités qui souhaiteraient lever des fonds.

Nos agences auront donc pour objectif de sensibiliser les districts autonomes ainsi que les communes de l'intérieur du pays sur ces modes de financements peu connus d'elles.

Sur le schéma ci-dessous nous avons résumé le mécanisme selon lequel la mise en œuvre de notre projet pourrait impacter positivement le marché financier de l'UEMOA.

Figure 2 La Dynamisation du marché financier

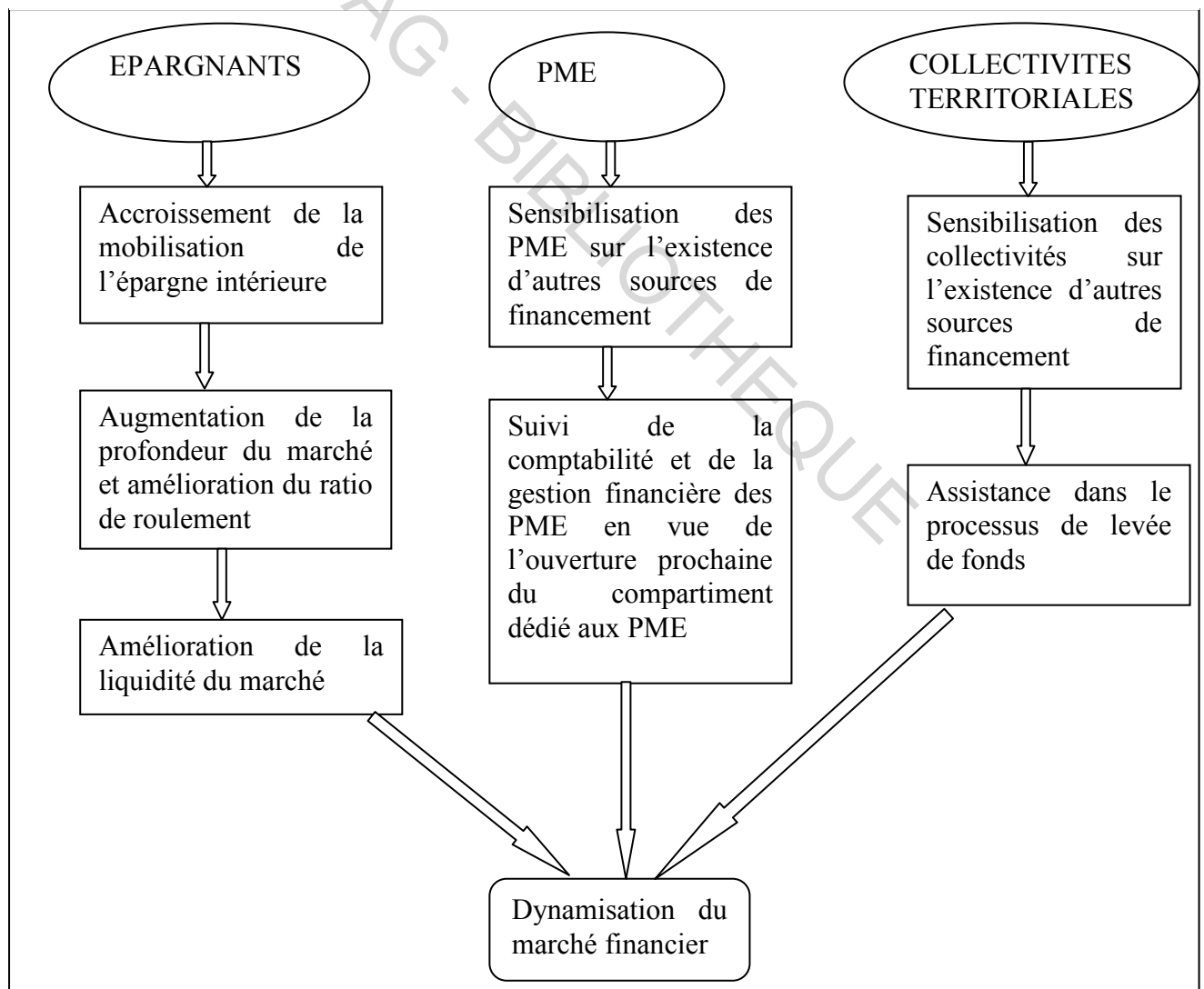


Schéma : mécanisme de dynamisation du marché financier (source : nous-mêmes)



## **2. Les enjeux pour les SGI elles-mêmes**

Nous avons procédé à une analyse de la situation des SGI de la sous-région en général et de celle des SGI ivoiriennes en particulier. Elle nous permettra d'identifier quels sont les avantages qu'elles peuvent tirer de la mise en œuvre de notre projet.

### **a. La répartition des SGI**

Dans le tableau ci-dessous nous présentons une répartition par pays des SGI et nous indiquons, sur la base de nos investigations, si celles-ci possèdent ou non une agence commerciale en dehors de son siège.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**Tableau 1 Répartition géographique des SGI de l'UEMOA**

<b>PAYS</b>	<b>SGI</b>	<b>AGENCES</b>
Bénin	ACTIBOURSE	NON
	AFRICABOURSE	NON
	BIBE FINANCES & SECURITIES	NON
	SGI BENIN	NON
Burkina-Faso	CORIS BOURSE SA	NON
	SGI SBIF	NON
Côte d'Ivoire	AFRICAINNE DE BOURSE	NON
	ATLANTIQUE FINANCE	NON
	BICI BOURSE	NON
	BNI FINANCES	NON
	CITICORP SECURITIES WEST AFRICA	NON
	EDC INVESTMENT CORPORATION	NON
	NSIA FINANCE	NON
	PHOENIX CAPITAL MANAGEMENT	NON
	SGI HUDSON & Cie	NON
	SOGEBOURSE	NON
Mali	SGI MALI SA	NON
Niger	SGI NIGER	NON
Sénégal	CGF BOURSE	OUI
	IMPAXIS SECURITIES	NON
Togo	SGI TOGO SA	NON

Source : nous-mêmes (sur la base d'enquêtes auprès des SGI)

Il apparait clairement dans ce tableau que le nombre de SGI en Côte d'Ivoire représente environ cinquante pourcent (50%) du nombre total de SGI. Cette forte concentration dans le pays indique que l'environnement y est fortement concurrentiel. Il est donc indispensable pour une SGI implantée dans ce pays de mener des actions stratégiques lui permettant de prendre un avantage sur ses concurrentes.

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Par ailleurs, aucune SGI Ivoirienne ne possède d'agences commerciales. Elles n'ont toutes qu'une seule représentation qui n'est autre que leur siège social. Ce siège se situe dans le quartier des affaires d'Abidjan ; c'est à partir de ce point qu'elles distribuent leurs services.

Au vu des analyses ci-dessus, l'on se rend compte que la mise en place d'agences dans les deux (2) plus importantes villes du pays à savoir Bouaké et Yamoussoukro apparaît donc comme une stratégie à envisager dans le souci de prendre un avantage concurrentiel.

**b. Le classement des SGI ivoiriennes**

Le tableau ci-dessous présente le rang qu'occupent les SGI ivoiriennes par rapport aux SGI de la zone UEMOA. Ce classement a été fait en fonction d'indicateurs pertinents tels que le Produit d'exploitation (PE), Le Résultat d'exploitation (RE), le Résultat net (RN) et la Part de Marché (PM).

**Tableau 2 Classement SGI et parts de marché en 2012**

PAYS	SGI	PE	RE	RN	PM *
COTE D'IVOIRE	ATLANTIQUE FINANCE	2	8	7	12,79%
COTE D'IVOIRE	SOGEBOURSE	3	1	1	10,76%
COTE D'IVOIRE	EIC BOURSE	4	2	2	9,13%
COTE D'IVOIRE	BICI BOURSE	5	3	3	6,67%
COTE D'IVOIRE	SGI PCM	7	17	17	5,52%
COTE D'IVOIRE	BIAO FINANCES	8	12	16	5,45%
COTE D'IVOIRE	HUDSON ET CIE	12	18	18	3,53%
COTE D'IVOIRE	AFRICAINNE DE BOURSE	13	6	6	3,48%
COTE D'IVOIRE	BNI FINANCES	15	14	13	2,81%
COTE D'IVOIRE	CI SWA	21	19	20	0,18%

Source : CREPMF

*\*sur la base du Produit d'exploitation*

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Il ressort de l'analyse de ce tableau que certaines SGI ivoiriennes telles que CITI SECURITIES WEST AFRICA et BNI FINANCES ont une part de marché très faible. Ainsi une des alternatives qui s'offrent à ces structures est la création d'agences pour conquérir de nouveaux marchés. Ces sociétés pourront accroître leur part de marché, bénéficier d'une notoriété dans ces zones, et par ricochet améliorer leur situation financière.

Certaines SGI telles qu'ATLANTIQUE FINANCE, SOGEBOURSE et EIC BOURSE semblent par contre avoir une part de marché relativement importante. Elles peuvent alors considérer ce projet comme un investissement destiné à conforter leur position de leader. Elles prendront un avantage concurrentiel important sur les autres et pourront mettre des barrières à l'entrée des marchés conquis.

Après la présentation des SGI et des enjeux liés à la mise en œuvre de notre projet professionnel, nous présentons dans le Chapitre suivant une analyse fine du marché dans le quel évoluera nos agences.

## CHAPITRE II : L'ETUDE DE MARCHÉ

### I. L'ANALYSE STRATEGIQUE DE L'ENVIRONNEMENT

Nous présentons à travers cette partie les caractéristiques des villes de Bouaké et de Yamoussoukro.

#### 1. La ville de Bouaké

##### a. Présentation

Située au centre de la Côte d'Ivoire, à 350 Km de d'Abidjan et à peu près égale distance du Burkina Faso, du Mali, du Ghana, de la Guinée et du Libéria, **Bouaké se positionne comme la deuxième ville de Côte d'Ivoire**. Capitale du pays Baoulé<sup>16</sup>, elle est située au carrefour des grands axes routiers et ferroviaires, et à la lisière de deux grandes zones à économies complémentaires ; une situation géographique faisant d'elle un lieu privilégié d'échanges. La région forme ainsi un tissu économique, social et culturel dynamique avec 85<sup>17</sup> Villages suburbains et 45<sup>18</sup> Quartiers pour la ville.

##### b. Taille du marché

Cette sous partie nous permettra de connaître la structure de la population de Bouaké ainsi que le marché potentiel qu'il faudra conquérir.

##### i. La population

La ville de Bouaké est la 2<sup>e</sup> ville la plus peuplée de Cote d'Ivoire après Abidjan. La population y est estimée à 974 468<sup>19</sup> habitants (en 2014) dont 476 778 hommes (48.94%) et 497 960 femmes (51.06%). Le taux de croissance annuel moyen (TCAM) de la population pour ces trois dernières années est estimé à 2.65%.

---

<sup>16</sup> Ethnie Ivoirienne

<sup>17</sup> Données fournies par la Mairie de Bouaké

<sup>18</sup> Données fournies par la Mairie de Bouaké

<sup>19</sup> Données fournies par l'Institut National de la Statistique

**Tableau 3 Taux de croissance annuel moyen de la population de Bouaké**

Années	2 011	2 012	2 013	2 014
Population	901 010	925 281	949 727	974 468
taux de croissance annuel		2,694%	2,642%	2,605%
taux de croissance annuel moyen	2,65%			

Source : INS

La population totale de la ville devrait atteindre en 2015 environ 1 million d'habitants selon l'Institut National de la Statistique.

*ii. La répartition de la population de Bouaké selon les tranches d'âge*

Le tableau qui suit présente la population de Bouaké selon la tranche d'âge.

**Tableau 4 La répartition de la population de Bouaké selon les tranches d'âge**

Tranches d'âge	2 012	2 013	2 014	TACM	Estimation 2015
20-40 ans	267 122	271 180	281 320	2,623%	288 536
40-60 ans	109 277	112 063	115 085	2,623%	118 037
plus de 60 ans	46 259	47 482	48 721	2,627%	49 968
<b>TOTAL</b>	422 658	430 725	445 126	2,624%	456 541

Source : INS

Cette répartition nous donne un aperçu de la structure de la population par rapport aux différents cycles de vie. Les cycles de vie que nous avons sélectionnés sont ceux sur lesquels nous nous focaliserons. En effet entre 20 et 40 ans les individus épargnent dans le souci d'acquérir des biens dans le futur. Entre 40 et 60 ans, ils épargnent pour garantir leur niveau de vie et faire face aux imprévus. Dans la dernière tranche d'âge les individus peuvent épargner pour les mêmes raisons que la tranche précédente ou épargner dans le but de préparer leur succession.

iii. *Le taux d'alphabétisation de la ville de Bouaké*

Le taux d'alphabétisation de Bouaké se présentait comme suit lors du dernier Recensement Général de la Population et de l'Habitat en 1998 (RGPH 1998).

**Tableau 5 Le taux d'alphabétisation de la ville de Bouaké**

	TOTAL	%	HOMMES	FEMMES
<b>TOTAL</b>	621 791	100%	299 820	312 971
<b>ALPHABETE</b>	242 576	40%	140 959	101 617
<b>ANALPHABETE</b>	370 215	60%	158 861	211 354

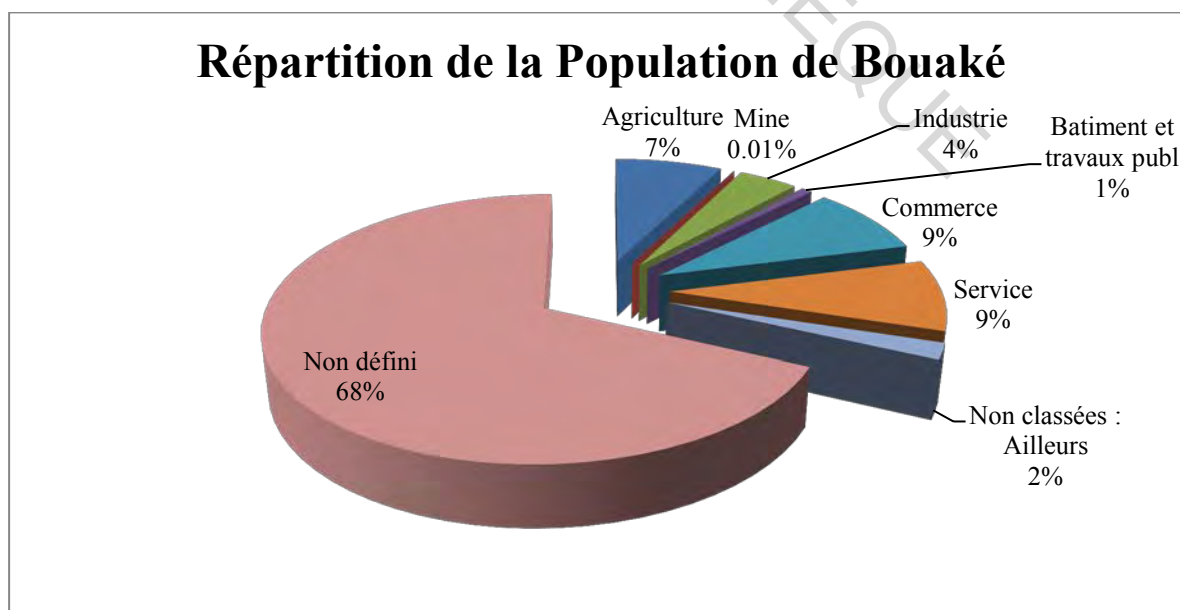
Source : RGPH 1998

Lors du dernier RGPH en 1998 la population était en majorité analphabète (environ 60% de la population). Cette donnée, considérée comme une menace, sera prise en compte dans l'élaboration de la stratégie marketing.

iv. *La répartition de la population de Bouaké par branche d'activités*

Le diagramme suivant présente la répartition de la population de Bouaké par branches d'activités.

**Figure 3 La répartition de la population de Bouaké par branche d'activités**



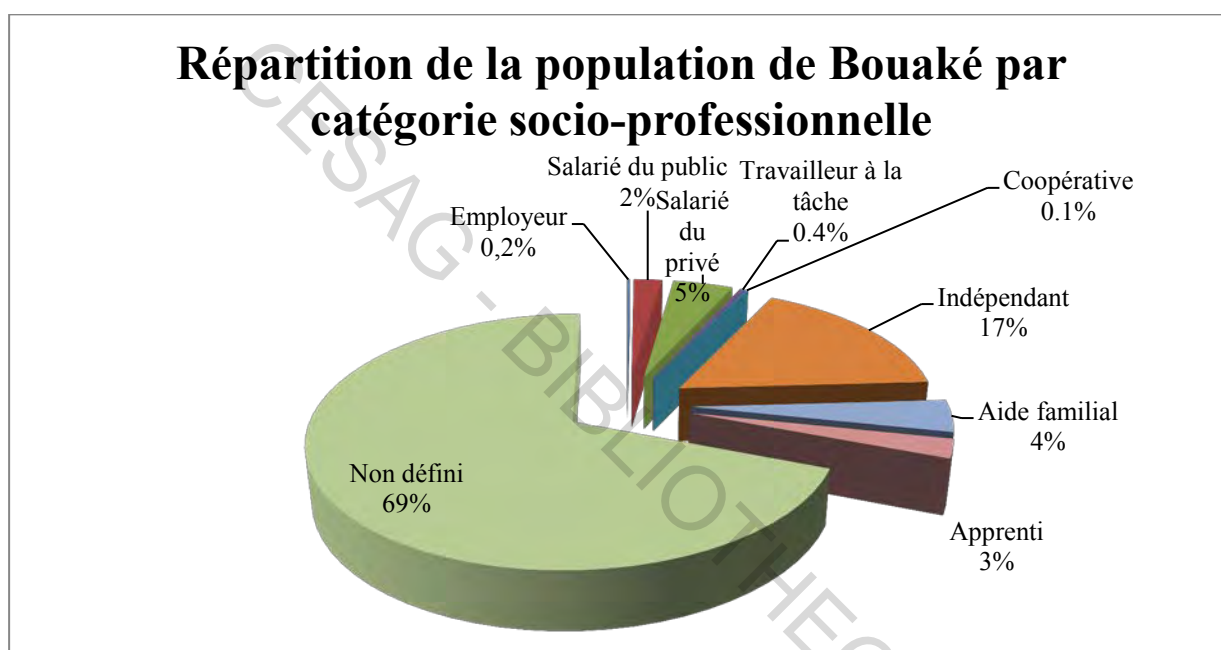
Source : RGPH 1998

Nous ciblerons l'ensemble des branches d'activités car elles sont toutes génératrices de revenus pour la population. Aussi nous tiendrons compte de la forte présence du secteur informel qui représente 68% de la population active.

v. *La répartition de la population par situation socioprofessionnelle*

La figure suivante présente la répartition de la population de la ville de Bouaké selon la catégorie socioprofessionnelle.

**Figure 4 La répartition de la population de Bouaké par catégorie socioprofessionnelle**



Source : RGPH 1998

Nous ferons une étude plus approfondie afin de déterminer les niveaux de revenu à l'intérieur de chacune des catégories socioprofessionnelles ; cela nous permettra d'affiner notre stratégie de ciblage.

vi. *Les PME/PMI de la zone de Bouaké*

Bouaké abrite un nombre important de PME/PMI. En effet elle est une ville où l'activité commerciale et industrielle est développée. Nous avons recensé grâce à la Direction Régionale des Impôts (DGI) de Bouaké et à la Chambre de commerce un nombre important d'entreprises. Ces dernières seront démarchées afin de leur proposer les services d'assistance technique et d'ingénierie financière.



Par ailleurs, une fois les agences implantées, nous poursuivrons les actions d'identification afin de trouver de potentiels clients parmi les PME/PMI de la région que nous n'avons pas pu recenser. (En annexe -Tableau A36- la liste de quelques PME/PMI de la ville de Bouaké).

### **c. La concurrence à Bouaké**

La concurrence est un aspect qu'il est important d'étudier pour le succès de notre projet. Nous avons scindée cette partie en 2 sous partie : La concurrence directe et la concurrence indirecte.

#### *i. La concurrence directe*

La concurrence directe est représentée par les entreprises proposant les mêmes services que nous<sup>20</sup>.

Nous considérons sur cette base qu'il n'y a aucune concurrence directe dans la ville de Bouaké. En effet aucune SGI n'y possède une agence.

#### *ii. La concurrence indirecte*

La concurrence indirecte est représentée par les entreprises proposant un produit ou service différent, mais répondant au même besoin que celui auquel nous cherchons à répondre par notre offre commerciale.

Nous classons donc les agences de banque commerciale dans cette catégorie. En effet elles offrent des produits d'épargne.

Il y a 9 banques représentées à Bouaké, avec chacune une agence. Les taux des DAT vont du 2% à 5% maximum, en fonction du montant et de la durée du placement. Les taux d'épargne sont en moyenne de 3.5%.

Dans le tableau ci- dessous, nous trouvons les banques présentes à Bouaké ainsi que les différents taux qu'elles pratiquent.

---

<sup>20</sup> LENDREVIE Jacques, LEVY Julien, LINDON Denis (2009), Mercator (théories et nouvelles pratiques du marketing, 9e Edition

**Tableau 6 Les taux des produits d'épargne des banques commerciales de Bouaké**

<b>AGENCES</b>	<b>Taux d'épargne annuel</b>	<b>Taux des DAT</b>
BACI	3,5%	Taux négocié
BIAO	3,5%	Durée du blocage : 5 ans au minimum Le taux de rémunération (3,50% ou plus à négocié) est fixé en fonction de la durée de blocage et du montant
BICICI	3,5%	500 000 FCFA à 5 000 000 FCFA : 2 à 2,5 % 5 000 000 FCFA à 100 000 000 FCFA : 2 à 3 % au delà de 100 000 000 FCFA : 2,5 à 3,5 %
BOA	3,5%	-
CNCE	3,5%	Minimum 500 000 F CFA durée minimum 6 mois en fonction du montant et de la durée de l'épargne
CORIS	3,5%	Taux négocié
ECOBANK	3,5%	-
SGBCI	3,5%	Minimum 5 000 000 FCFA Dépôt à Terme (DAT) Taux d'intérêt: Durée comprise entre 3 et 6 mois 2,5% Durée > 6 mois et ≤12 mois 3% Durée >12 et ≤ 24 mois 3,5%
SIB	3,5%	Minimum 5 000 000 FCFA Taux négocié

Source : sites internet des banques (consulté le 08/06/2014)

Les taux proposés par les banques commerciales sont peu attractifs mais les clients bénéficient d'un niveau de risque quasi-nul.

Nous mettrons donc en avant les taux attractifs que propose le marché financier. Le niveau de risque acceptable sera déterminé par rapport au profil du client.

**d. Analyse des opportunités et des menaces : Bouaké**

DOMAINES	COMPOSANTES	OPPORTUNITES	MENACES
Politique	Stabilité politique, politique fiscale, régulation du commerce extérieur, protection sociale, etc.	-Fin de la crise en Côte d'Ivoire -Retour à la stabilité dans la ville de Bouaké	
Juridique	Droit du travail, législation, norme de sécurité etc.	-Ouverture prochaine d'un compartiment dédié aux PME/PMI	-Liberté d'installation des entreprises
Economique	Evolution du PNB, taux d'intérêt, politique monétaire, inflation, chômage, pouvoir d'achat, etc.	Perspectives de croissance <sup>21</sup> économique intéressantes au lendemain de la crise sociopolitique	
Démographique	Démographie, mobilité sociale, répartition par sexe et par âge de la population, niveau d'éducation etc.	-Bouaké est la 2 <sup>e</sup> ville la plus peuplée, -le taux de croissance de la population est intéressant	Population en majorité analphabète
Socioculturel	Modes de vie, attitudes par rapport aux loisirs et au travail, etc.	Campagne de sensibilisation du CREPMF pour la promotion de la culture boursière	Faible culture Boursière
Marché	Caractéristiques du marché	-Taille du marché importante -Existence d'un marché potentiel	Existence de produits d'épargne proposés par les banques et établissements de crédit

Source : inspiré de LEHMANN- Ortega Laurence (2013), Strategor, Dunod, Paris

<sup>21</sup> <http://www.africaneconomicoutlook.org> consulté le 03/06/2014

## 2. La ville de Yamoussoukro

### a. Présentation

La ville de Yamoussoukro est **la capitale politique et administrative** de la Côte d'Ivoire.

Elle est essentiellement peuplée par les Baoulés mais, vu son aspect de ville carrefour, on y rencontre toute sorte de population venant du nord, du sud, de l'est et de l'ouest. La ville possède un atout majeur pour attirer pèlerins, visiteurs et touristes : la Basilique Notre Dame de la Paix.

Région agricole au départ, Yamoussoukro est devenue progressivement la technopole ivoirienne avec ses grandes écoles. Elle entend dans l'avenir, du fait de son cadre propice, se positionner comme une métropole moderne et perpétuer sa vocation de grandes rencontres de réflexion tout en mettant un point d'honneur à préserver son environnement. En outre, **avec le transfert effectif de la capitale politique d'Abidjan à Yamoussoukro**, le District de Yamoussoukro se présente comme un pôle particulièrement prometteur pour investisseurs, touristes, etc.... parce que bénéficiant d'atouts réels.

### b. Taille du marché

Cette sous partie nous aidera à connaître la structure de la population de Yamoussoukro et nous permettra de cerner le marché auquel nous serons confrontés.

#### i. La population

Le critère principal ayant motivé le choix de la ville de Yamoussoukro pour l'implantation de notre agence est essentiellement la perspective très intéressante qu'elle présente.

La ville de Yamoussoukro est peuplée d'environ 475 860<sup>22</sup> habitants dont 236 469 hommes et 239 391 femmes.

**Tableau 7 Taux de croissance annuel moyen de la population de Yamoussoukro**

Années	2 011	2 012	2 013	2 014
Population	439 989	451 841	463 778	475 860
taux de croissance annuel		2,694%	2,642%	2,605%
taux de croissance annuel moyen	2,65%			

Source : INS

<sup>22</sup> Institut Nationale de la Statistique

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

La population affiche un taux de croissance sur les 3 dernières années de 2.65% et devrait atteindre environ 500 000 en 2015 selon l'INS.

ii. *La répartition de la population de Yamoussoukro selon les tranches d'âge*

Le tableau suivant présente la répartition de la population de Yamoussoukro par tranche d'âge. Nous avons sélectionné les tranches d'âge qui présentent un intérêt pour nous.

**Tableau 8 La répartition de la population de Yamoussoukro selon les tranches d'âge**

Tranches d'âge	2 012	2 013	2 014	TACM	Estimation 2015
<b>20-40 ans</b>	120 703	123 896	127 121	2,624%	130 384
<b>40-60 ans</b>	53 193	54 597	56 021	2,624%	57 456
<b>plus de 60 ans</b>	22 813	23 416	24 024	2,620%	24 641
<b>TOTAL</b>	196 709	201 909	207 166	2,624%	212 481

Source : l'INS

Les tranches d'âge présentées dans ce tableau constituent pour nous un marché potentiel.

iii. *Le taux d'alphabétisation de Yamoussoukro*

Ci-dessous le taux d'alphabétisation de Yamoussoukro. Ce taux a été déterminé sur la base du dernier recensement de la population (RGPH 1998).

**Tableau 9 Le taux d'alphabétisation de Yamoussoukro**

	TOTAL	%	HOMMES	FEMMES
<b>TOTAL</b>	299 243	100%	148 703	150 540
<b>ALPHABETE</b>	101 115	34%	59 687	41 428
<b>ANALPHABETE</b>	198 128	66%	89 016	109 112

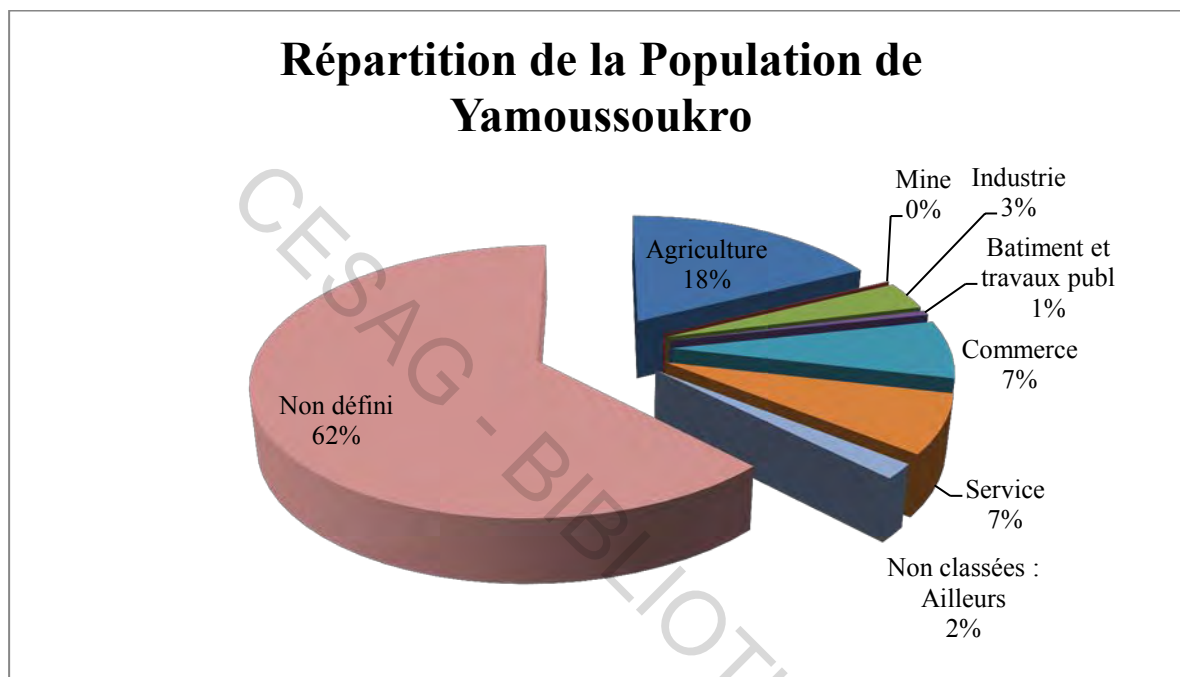
Source : RGPH 1998

Le taux d'analphabète dans la région était de 66% (en 1998). Cette donnée est considérée comme une menace et sera donc prise en compte dans la stratégie de conquête du marché.

iv. *La répartition de la population de Yamoussoukro par branche d'activités*

La figure ci-dessous présente la répartition de la population de Yamoussoukro par branche d'activités.

**Figure 5 La répartition de la population de Yamoussoukro par branche d'activités**



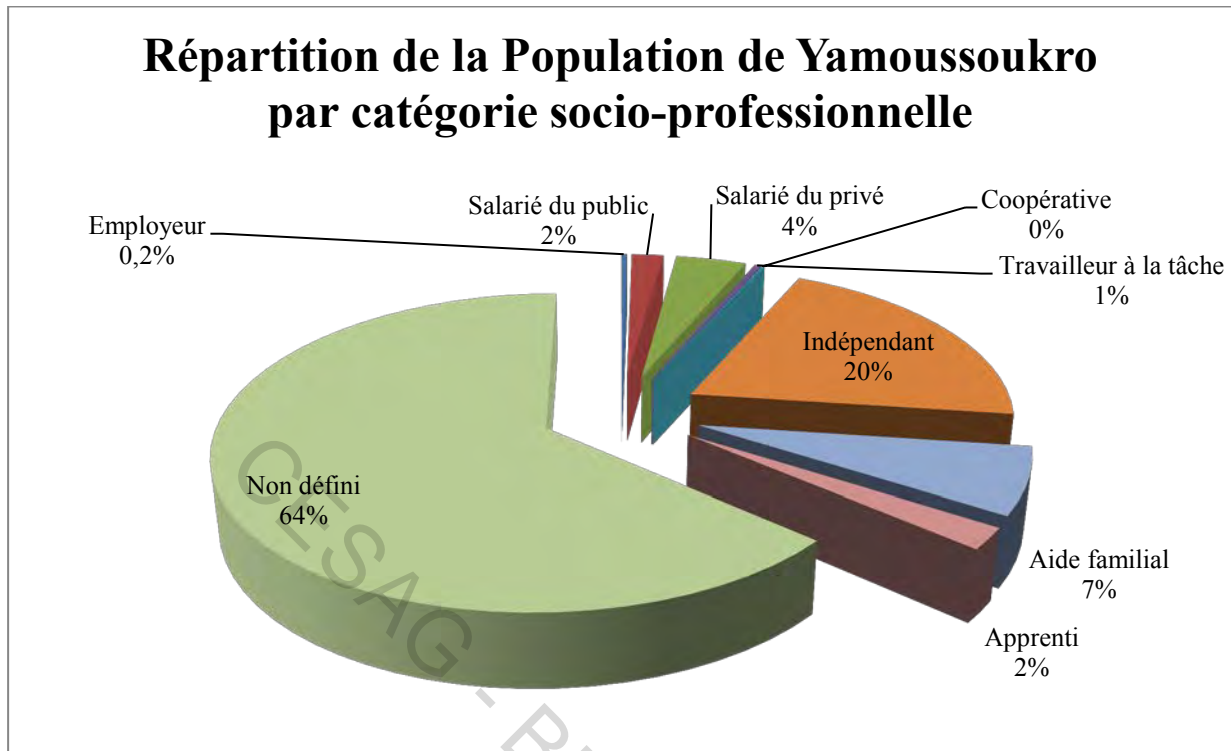
Source : RGPH 1998

Nous ciblerons l'ensemble des branches d'activités car elles sont toutes génératrices de revenus.

v. *La répartition de la population de Yamoussoukro par situation socioprofessionnelle*

La figure suivante présente la répartition de la population de la ville de Yamoussoukro selon la catégorie socioprofessionnelle.

**Figure 6 La répartition de la population de la ville de Yamoussoukro selon la catégorie socioprofessionnelle.**



Source : RGPH 1998

Nous ferons une étude plus approfondie afin de déterminer les niveaux de revenu à l'intérieure de chacune des catégories socioprofessionnelles.

*vi. Les PME/PMI de la zone de Yamoussoukro*

La Chambre de Commerce et d'industrie nous a permis de recenser un nombre important d'entreprises dans la ville de Yamoussoukro. Ces dernières seront démarchées afin de leur proposer les services d'assistance technique et d'ingénierie financière. (En Annexe -Tableau A37- Nous avons listé quelques PME/PMI de la ville).

**c. La concurrence à Yamoussoukro**

*i. La concurrence directe*

Nous considérons qu'il n'y a aucune concurrence directe dans la ville de Yamoussoukro. En effet aucune SGI n'y possède une agence. (Voir la définition de la concurrence directe dans la partie 1 –Page 22).

ii. *La concurrence indirecte*

Comme pour la ville de Bouaké nous serons confrontés à la concurrence indirecte des agences de banque commerciales présentes dans la ville.

Il y a dans la localité de Yamoussoukro 9 agences de banque commerciale. Ces agences proposent des taux de DAT allant de 2 à 5% en fonction du montant placé et de la durée du placement. Les taux d'épargne sont en moyenne de 3,5%.

Le tableau ci-dessous nous indique les taux de rémunération des différents produits d'épargne proposés par les banques commerciales présentes dans la ville.

CESAG - BIBLIOTHEQUE



**Tableau 10 Les taux des produits d'épargne des banques commerciales de Yamoussoukro**

<b>AGENCES</b>	<b>Taux d'épargne annuel</b>	<b>Taux des DAT</b>
BACI	3,5%	Taux négocié
BIAO	3,5%	Durée du blocage : 5 ans au minimum Le taux de rémunération (3,50% ou plus à négocié) est fixé en fonction de la durée de blocage et du montant
BICICI	3,5%	500 000 FCFA à 5 000 000 FCA : 2 à 2,5 % 5 000 000 FCFA à 100 000 000 FCFA : 2 à 3 % au delà de 100 000 000 FCFA : 2,5 à 3,5 %
BNI	3,5%	Dépôt minimum 1000 000 FCFA taux négocié
BOA	3,5%	-
CNCE	3,5%	Minimum 500 000 F CFA durée minimum 6mois En fonction du montant et de la durée de l'épargne
ECOBANK	-	-
SGBCI	3,5%	Minimum 5 000 000 FCFA Dépôt à Terme (DAT) Taux d'intérêt : Durée comprise entre 3 et 6 mois 2,5% Durée > 6 mois et ≤12 mois 3% Durée >12 et ≤ 24 mois 3,5%
SIB	3,5%	Minimum 5 000 000 FCFA taux négocié

Source : sites internet des banques (consulté le 08/06/2014)

Nous mettrons l'accent sur les taux attractifs offert par le marché financier. En effet, les taux proposés par les banques commerciales sont peu attractifs.

**d. Analyse des opportunités et des menaces : Yamoussoukro**

DOMAINES	COMPOSANTES	OPPORTUNITES	MENACES
Politique	Stabilité politique, politique fiscale, régulation du commerce extérieur, protection sociale, etc.	-Fin de la crise en Côte d'Ivoire -La ville a toujours été considérée par les Ivoirien comme une zone de paix	
Juridique	Droit du travail, législation, norme de sécurité etc.	-Ouverture prochaine d'un compartiment dédié aux PME/PMI	-Liberté d'installation des entreprises
Economique	Evolution du PNB, taux d'intérêt, politique monétaire, inflation, chômage, pouvoir d'achat, etc.	-Perspectives de croissance économique de la Côte d'Ivoire intéressantes <sup>23</sup> -projet de transfert de la capitale à Yamoussoukro	
Démographique	Démographie, mobilité sociale, répartition par sexe et par âge de la population, niveau d'éducation etc.	Taux de croissance de la population intéressant	Le taux d'alphabétisation est faible
Socioculturel	Modes de vie, attitudes par rapport aux loisirs et au travail, etc.	Campagne de sensibilisation du CREPMF pour la promotion de la culture boursière	Faible culture boursière
Marché	Caractéristique du marché	-Existence d'un marché potentiel	Existence de produits d'épargne proposés par les banques et Etablissements de crédit

Source : nous-mêmes

<sup>23</sup> <http://www.africaneconomicoutlook.org> consulté le 03/06/2014

### 3. Le rapport de l'enquête

#### Base de sondage

Les informations sont collectées par l'administration d'un questionnaire. Notre base de sondage se constitue d'une population exerçant dans plusieurs secteurs d'activités repartis sur la zone de Yamoussoukro et de Bouake.

#### L'échantillonnage

La méthode d'échantillonnage utilisée pour mener à bien cette enquête est celle dite des quotas. La méthode des quotas est une méthode d'échantillonnage qui consiste à s'assurer de la représentativité d'un échantillon en lui affectant une structure similaire à celle de la population de base. La structure que nous allons retenir dans le cadre de notre étude est celle de la répartition par branche d'activité de la population (selon l'INS).

Le tableau suivant présente les branches d'activités ainsi que leur importance exprimée en pourcentage.

**Tableau 11 Répartition de la population de Bouaké et de Yamoussoukro selon les branches d'activités**

Branches d'activité	Nombre	Proportion en %
Agriculture	98 682	32,12
Mine	326	0,11
Industrie	35 507	11,56
Commerce	73 556	23,95
Service	75 337	24,53
Non classées ailleurs	17 404	5,67
Bâtiments & travaux publics	6 317	2,06
Total	307 129	100

Source : INS (RGPH-98)

Nous avons interrogé 500 personnes reparties en tenant compte des proportions par branches d'activité.

**Tableau 12 Répartition de l'échantillon par branches d'activité**

BRANCHE D'ACTIVITE	NOMBRE	PROPORTION EN %
Agriculture	161	32,12
Mine	1	0,11
Industrie	58	11,56
Commerce	120	23,95
Service	123	24,53
Non classées ailleurs	28	5,67
Bâtiment. & travaux publique	10	2,06
<b>TOTAL</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Source : INS

Nous tenons à signifier que cet échantillon sera réparti comme suit :

- Echantillon Yamoussoukro : 255 personnes ;
- Echantillon Bouaké : 245 personnes.

**Les points qui suivent représentent les questions abordées avec les administrés.**

(En annexe 1 : le questionnaire administré aux individus et en annexe Tableau A23 à A34 : les tableaux récapitulatifs des résultats de l'enquête).

- **La catégorie socio professionnelle**

L'enquête a révélé que notre échantillon se compose en majorité de fonctionnaires pour 41% (105 interrogés pour la localité de Yamoussoukro et 96 pour celle de Bouaké), d'agents du secteur privé qui représentent 22% de notre échantillon et enfin de 124 commerçants soit 20% de notre échantillon.

Cela témoigne de la diversité des sources de revenus de la population active.

- **L'âge**

Pour ce qui est de l'analyse de l'âge de notre échantillon, 228 soit 45.5% des interrogés ont un âge compris entre 25 et 40 ans ; 247 ont un âge se situant entre 40 et 60 ans et 5% ont plus de 60 ans.

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Au-delà de cette analyse nous avons pu remarquer le nombre important de personnes se situant dans la première tranche d'âge (20 à 40 ans).

Ce constat traduit la jeunesse de cette population ce qui laisse croire en de bien meilleures perspectives pour notre projet.

- **Les revenus**

L'analyse des réponses des interviewés nous a permis d'avoir une appréciation des revenus (annuels) engrangés par notre cible d'étude aussi bien à Yamoussoukro (la capitale politique de la Côte d'Ivoire) qu'à Bouaké.

En effet c'est environ 32,5% de notre échantillon qui dispose de revenu compris entre 1200 000 et plus de 5 000 0000 FCFA à l'inverse de 67.5% qui dispose de revenu compris entre 500 000 et 1 200 000 de FCFA.

D'une manière générale, les interviewés disposent de revenu assez important et donc pourraient être intéressés par nos offres, dans la mesure où cela contribuera à accroître leurs avoirs à moyen et long terme.

- **Le compte d'épargne**

Au regard des résultats, nous pouvons affirmer que la majeure partie de notre population cible (69,5%) possède un compte d'épargne dans une banque à l'inverse des 152 personnes (30,5% des interrogés) qui quant à eux n'en dispose d'aucun soit pour des raisons économiques ou d'ignorance.

L'intérêt de cette analyse réside dans le fait qu'elle nous permet d'apprécier la culture bancaire des interviewés.

- **La rémunération du compte d'épargne**

Ce point est très important pour nous. En effet il présente la rémunération octroyée aux détenteurs de compte d'épargne. 100% des individus possédant un compte d'épargne sont rémunérés entre 3% et 5%.

Ces taux restent faibles devant ceux offerts par le marché financier.

- **Le dépôt à terme**

En ce qui concerne le dépôt à terme, sur un échantillon constitué de 500 personnes, c'est seulement 93 soit 18.5% des interviewés qui a souscrit à des dépôts à terme contre 81.5%.

Ce constat pourrait se justifier par le manque d'information de notre population sur les produits bancaires car comme vous avez pu le constater plus haut, les clients disposaient d'une manière générale de revenu assez suffisant pour prétendre à un DAT. Cela peut aussi s'expliquer par le faible taux de rémunération des dépôts à terme.

- **La durée du placement**

Cette information nous donne une vue sur les durées de placement des dépôts à terme (DAT) de notre échantillon. Il nous montre que la grande majorité des interviewés a souscrit à un DAT pour une durée comprise entre 6 mois et 1 an contre 30.5% qui ont quant à eux souscrit pour une durée allant d'un (1) an à plus de deux (2) ans.

A travers cette information nous recherchions la durée possible pendant laquelle un épargnant est capable d'immobiliser son épargne.

- **La rémunération du DAT**

Pour ce qui est de la rémunération du DAT, la quasi-totalité de l'échantillon possède des DAT rémunérés à un taux compris entre 1% et 3% et seulement 4,5% des interrogés ont des DAT produisant des intérêts allant au-delà.

- **La notoriété de la BRVM**

Au terme de notre étude, il ressort que sur notre échantillon d'étude, 9.5% connaît réellement la BRVM ainsi que les services qui y sont proposés contre 452 personnes représentant 90.5%. Ce constat montre que la Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM) reste encore méconnu du grand public et cela malgré les efforts de communication entrepris par cette dernière.

Cette faible notoriété pourrait se justifier par :

- l'ignorance des populations dues sans doute au faible taux d'alphabétisation qui s'évalue respectivement à 34% pour Yamoussoukro et 40% pour Bouaké ;
- le manque d'information. En effet l'absence, voire la quasi inexistence de spots publicitaire pourraient le justifier.

- **Compte en bourse**

En ce qui concerne les proportions de personnes disposant d'un compte en bourse nous pouvons dire que plus de 95% des interviewés ne dispose d'aucun compte en bourse contre 5% représentant 25 personnes.

Cette analyse confirme la faible connaissance de la BRVM constatées à la question précédente.

- **Perspectives**

D'une manière générale notre échantillon est favorable à l'idée de pouvoir souscrire à l'un de nos produits à condition que nous leurs propositions des taux attrayants. Cette analyse nous laisse croire en l'existence d'un marché potentiel que nous pourrions satisfaire à travers notre offre.

## **II. LE MARKETING**

Le marketing sera composé de deux (2) parties. Le marketing stratégique et le marketing opérationnel.

### **1. Le marketing stratégique**

La stratégie marketing que nous comptons mettre en place prendra en compte 3 notions clés du marketing moderne. Il s'agit de la segmentation, du ciblage et du positionnement.

#### **a. La segmentation**

La segmentation nous permettra d'une part de mieux répondre à la demande des clients et d'autre part de concentrer nos forces en offrant des services sur mesure à chaque segment.

Notre clientèle sera segmentée sur la base de critères objectifs ; nous aurons donc 3 groupes distincts et quasi homogènes : les particuliers, les PME/PMI, les collectivités territoriales.

##### *i. Les particuliers*

Il s'agit des personnes physiques, professionnelles ou non ressentant un besoin de placement, c'est-à-dire un besoin d'épargner et de rentabiliser leur épargne.

ii. *Les PME/PMI*

Les PME/PMI situées dans le centre et le nord du pays constitueront un segment très important de notre clientèle. Nous les scinderons en 3 groupes : les PME/PMI aptes à être cotées en Bourse, les PME/PMI nécessitant une assistance technique avant d'être éligibles, les PME/PMI souhaitant uniquement bénéficier de nos produits sans intention de se faire coter à moyen terme.

iii. *Les collectivités locales*

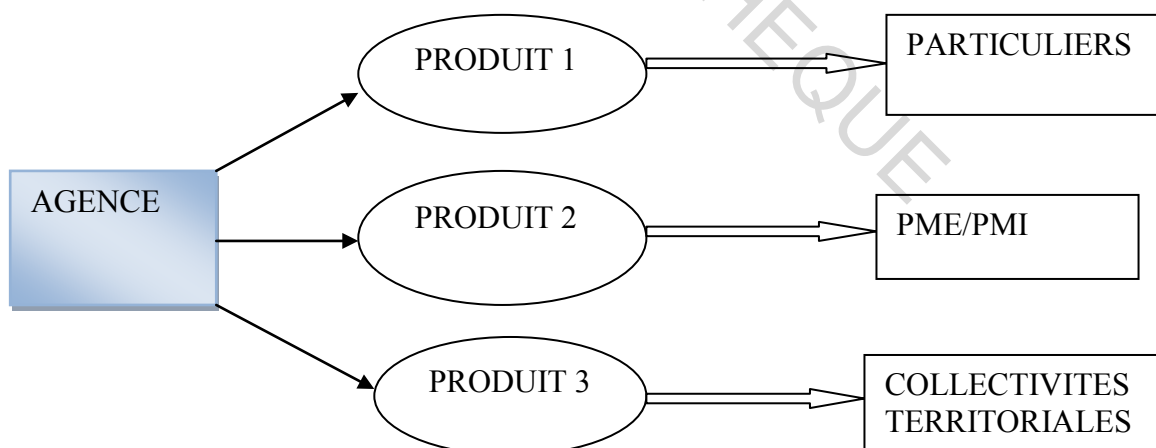
Les communes du centre du pays constitueront le dernier segment de notre clientèle.

**b. Le ciblage**

Nous adopterons une approche multi segments c'est-à-dire que nous ciblerons les 3 segments avec une série différenciée de produits.

La figure ci-dessous présente le ciblage de notre clientèle :

Figure 7 Le ciblage de notre clientèle



Source : inspiré de LENDREVIE Jacques, LEVY Julien, LINDON Denis (2009), *Mercator (théories et nouvelles pratiques du marketing)*, 9e Edition, Dunod, Paris



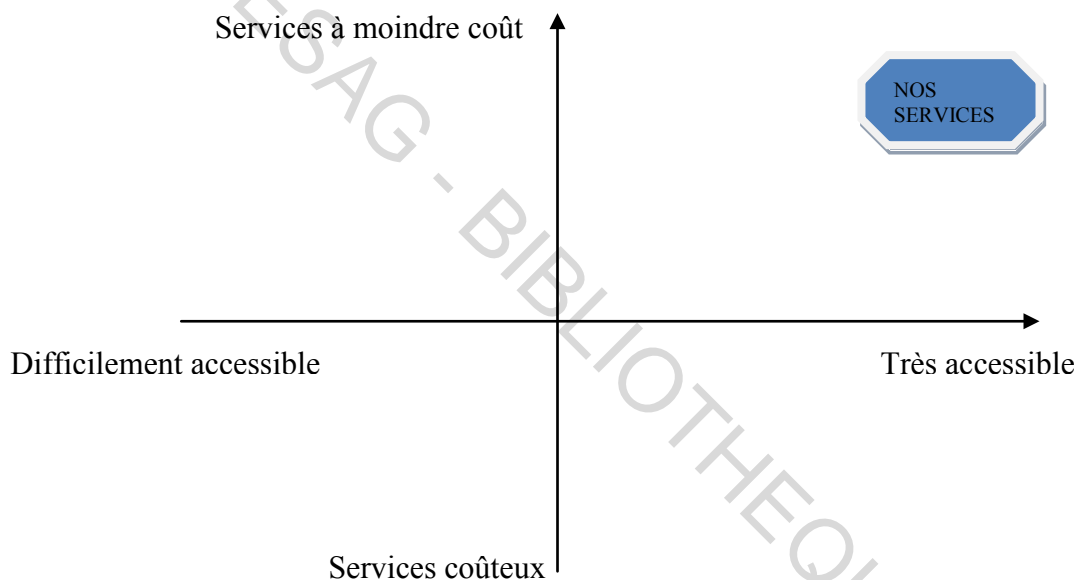
### c. Le positionnement

Le positionnement consiste à faire un choix stratégique qui cherche à donner à une offre une position crédible, attractive et différente au sein d'un marché et dans l'esprit des clients.

Notre objectif étant de nous rapprocher du public, nous proposerons aux clients des produits ayant pour caractéristique d'être facilement accessible c'est-à-dire facile à comprendre et disponible à un coût relativement bas.

La figure ci-dessous présente notre carte de positionnement

Figure 8 La carte de positionnement



Source : inspiré de LENDREVIE Jacques, LEVY Julien, LINDON Denis (2009), *Mercator (théories et nouvelles pratiques du marketing)*, 9e Edition, Dunod, Paris

## 2. Le marketing opérationnel

Nous sommes conscients que le marketing opérationnel est indispensable au succès de notre projet. Ainsi nous adopterons une stratégie qui intégrera tous les aspects du Marketing mix à savoir la publicité (la communication), la promotion (distribution), le prix et le produit (le service).

### a. La communication<sup>24</sup>

Notre principal objectif en créant des agences est d'aller vers le client ; nous adopterons donc une communication « push ».

Nous utiliserons plusieurs outils connus à savoir la confection de prospectus, les spots radios, le sponsoring et le bouche à oreille pour nous faire connaître de notre cible.

Mais à côté de cela, nous utiliserons des moyens de communication très efficaces à savoir les rencontres avec les autorités de la région, le personnel des entreprises, les associations de commerçants, les fonctionnaires et les chefs d'entreprises. Nous utiliserons aussi des approches telles que la tenue d'ateliers de formation, le site web et les périodiques d'information.

#### i. Les rencontres

- **Les autorités de la région** : lorsque nous serons installés, nous irons vers les autorités des régions à savoir, les Maires et les Présidents de conseil Régional. Le but de ces rencontres sera de les sensibiliser sur les avantages du marché financier en matière de levée de fonds.
- **Le personnel des entreprises** : nous aurons à organiser en collaboration avec les Chefs de personnel (entreprises privées et publics) des rencontres avec l'ensemble des agents de leur entreprise dans le souci de leur communiquer les produits d'épargne que nous offrons. A la suite de ces entretiens, nous conserverons les contacts de ces derniers afin de les recontacter par téléphone ou par mail.
- **Les commerçants** : des accords seront trouvés avec les chefs d'associations afin d'organiser des rencontres de sensibilisation avec les membres des différentes associations. Les échanges se feront en langue local si besoin est.
- **Les chefs d'entreprises** : nous rencontrerons les responsables d'entreprises afin de les sensibiliser sur les produits qui sont destinés aux sociétés. Ces rencontres seront soigneusement préparées. En effet elles seront précédées d'une « étude » de l'entreprise afin de pouvoir aisément montrer au responsable dans quelle mesure nos services peuvent lui être utiles.

---

<sup>24</sup> Inspiré de LENDREVIE Jacques (2014), *Publitor*, 8e Edition, Dunod, Paris

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

*ii. Les commerciaux*

Les commerciaux auront chacun une zone géographique définie. Nous aurons 5 zones par villes.

Pour Bouaké nous aurons : « Bouaké Est », « Bouaké Ouest », « Bouaké Nord », « Bouaké Sud » et « Bouaké Environs ». Il en sera de même pour Yamoussoukro.

Les agents percevront un pourcentage sur le business qu'ils apportent. Leur rôle sera d'aller vers le client et, en utilisant leurs compétences, les amener à souscrire à un ou plusieurs de nos produits.

*iii. Le Site web*

Etant donné que nous sommes le bureau de représentation d'une SGI déjà existante, nous ne pouvons avoir notre propre site web. Nous allons alors avoir une page sur le site de la SGI. Il y sera marqué nos contacts et notre localisation ainsi que les services que nous délivrons.

*iv. Périodiques d'informations*

Il sera mis à la disposition de notre clientèle trois types de périodiques à savoir mensuels, semestriels et annuels. Ces périodiques retraceront le bilan de nos activités et donneront des informations sur les perspectives du marché financier en général et sur certaines valeurs boursières en particulier.

*v. Formations*

Des formations seront organisées dans nos agences chaque « Premier » Samedi du mois (de 10h30 à 11h45) pour entretenir les participants sur le fonctionnement de la bourse ainsi que les avantages que l'on peut en tirer. Les commerciaux seront chargés d'informer les personnes qu'ils démarchent sur la tenue de ces formations.

**b. La politique de distribution**

L'avantage d'avoir un bon circuit de distribution réside dans le fait qu'il permet d'assurer une meilleure représentation du service sur le marché.

C'est dans cette optique que nous avons envisagé ce projet professionnel qui consiste à installer des agences dans les villes de l'intérieur du pays, notamment à Bouaké et Yamoussoukro.

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Nos agences seront situées dans des quartiers stratégiques facilement accessibles par notre cible.

**c. La politique de prix**

La fixation du prix se fera en fonction de la SGI dont nous serons le bureau de représentation. Cependant pour tous les nouveaux produits créés dans le cadre de la conquête des marchés de Bouaké et Yamoussoukro, les prix seront fonction de la cible.

Le tableau suivant représente la grille tarifaire relative aux opérations sur le marché financier de l'UEMOA avec les « plafonds » exigés par le CRPEMF.

**Tableau 13 Grille tarifaire relatives aux opérations sur le marché financier**

RUBRIQUES	BASE	TAUX MAXIMUM
<b>OPERATIONS DU MARCHE PRIMAIRE</b>		
Commissions de structuration et d'arrangement d'opérations financières de marché	Montant levé	2%
Commission de placement de titres	Montant placé	1.72%
Frais d'introduction en bourse	Forfait	10 625 000 FCFA
<b>OPERATIONS DU MARCHE SECONDAIRE</b>		
Commission de courtage sur transactions ordinaires	Montant de la transaction	1%
Commission de courtage sur transaction sur dossier	Montant de la transaction sur dossier	0.81%
<b>CONSERVATION DE TITRES ET TENUE DE COMPTE</b>		
Commission de conservation	Valeur du portefeuille d'actifs conservés	0.5%
Frais de tenue de compte	Forfait par ligne	2%
Commission de gestion sous mandat	Valeur du portefeuille sous gestion	2%
<b>AUTRES SERVICES</b>		
Commission de transfert de titres	Forfait par ligne	34 375 FCFA

Source : législation applicable aux tarifs sur le marché financier

#### **d. La politique de service (le produit)**

Nous proposerons les services (produits) en fonction de la segmentation de notre cible. Ainsi nous aurons des produits pour les particuliers, les entreprises (les PME/PMI), les collectivités territoriales.

##### *i. Pour les particuliers*

Le produit qui leur sera proposé est **la Gestion de portefeuille**. Il s'agira pour le client d'ouvrir un compte (dont le montant minimum sera déterminé par la politique de la SGI). Notre offre suivra les étapes suivantes :

- Détermination des objectifs et des contraintes de placement.

À la suite de la détermination du profil d'investisseur ainsi que de la tranche d'âge à laquelle il appartient nous trouverons les objectifs en termes de rendement et de risque client.

- Élaboration d'un énoncé de politique de placement.

Cette étape sera déterminée par le comité d'investissement de la SGI et communiquée au Gestionnaire en charge de la négociation.

- Établissement de la répartition stratégique du portefeuille et Sélection des titres individuels.

A cette étape il sera déterminé la proportion qui sera investie dans les liquidités, les titres d'emprunt et les titres de participation et autres produits financiers. Cette décision dépend des objectifs et des contraintes du client, de même que des rendements et risques offerts sur les marchés des capitaux. La sélection des titres est l'étape qui consiste à choisir les valeurs mobilières à inclure dans le portefeuille.

- Suivi de l'évolution du marché et Évaluation de la performance du portefeuille :

Les informations à collecter et les documents à élaborer dans le cadre de la recherche financière permettront un meilleur suivi de l'évolution du marché des capitaux et de la situation du client. Pour évaluer le portefeuille du client, nous utiliserons les outils de mesures de performance ajustées en fonction du risque sera pratiqué.

- Réajustement du portefeuille

Le réajustement constitue l'étape finale du processus de gestion des placements, et il est effectué en fonction de l'évaluation du rendement et du risque.

*ii. Pour les PME / PMI*

Les PME/PMI de la zone représentent une partie très importante dans notre segmentation. Il sera donc question pour l'agence de leur accordée une attention particulière afin de les fidéliser. On rappelle que l'un de nos objectifs en allant dans les villes de l'intérieur consiste aussi en l'assainissement de la structure financière et au dénouement des problèmes qu'elles rencontrent dans la gestion courante de l'activité. Elles bénéficieront donc de notre expertise en matière de finance. Nous leur proposerons les services suivant : l'appui technique, le conseil stratégique et financier et le plan d'épargne entreprise

**L'appui technique :**

- L'ingénierie financière :

Cette activité consistera à :

- assister l'entreprise dans l'optimisation de sa structure bilancielle ;
- optimiser les opérations de haut de bilan ;
- effectuer des montages financiers spécifiques ;
- aider à réaliser des optimisations fiscales ;
- élaborer les business plan en vue de les défendre devant les partenaires financiers
- évaluer les entreprises.

- L'assistance comptable :

Elle consistera à s'assurer que les écritures comptables sont correctement passées et que les états financiers reflètent aux mieux l'activité de l'entreprise.

**Le Conseil stratégique et financier**

- Le conseil en levée de fonds

Cette activité consistera à :

- assister l'entreprise dans une augmentation de capital ou la levée de financement ;
- identifier les partenaires financiers potentiels ;
- assister l'entreprise dans les négociations avec les partenaires financiers.

- élaboration d'outils d'aide à la prise de décision :

Cette activité consistera à :

- effectuer des études de faisabilité ;

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

- identifier les enjeux spécifiques propre à une opération ;
- élaborer des plans stratégiques.

**Le Plan d'épargne entreprise (PEE)**

Ce produit aura pour objectif de mettre en place un système d'épargne collectif qui permet au salarié d'augmenter ses revenus par la constitution, avec l'aide de l'entreprise, d'un portefeuille de valeurs mobilières.

*iii. Pour les collectivités locales*

Les collectivités locales ont été définies comme faisant partie de notre cible à cause du fait qu'elles peuvent, si elles le désirent lever des fonds sur le marché financier.

Nous serons donc disposés à accompagner les collectivités locales dans le processus de levée de fonds. Il s'agira essentiellement de leur fournir l'assistance technique et le Conseil.

Nous avons présenté les opportunités et les menaces liées à notre projet au niveau de Bouaké et de Yamoussoukro. Aussi nous avons définis la stratégie marketing que nous adopterons. Dans le troisième et dernier chapitre, nous exposons notre plan d'affaires.

## CHAPITRE III : LE PLAN D'AFFAIRES

### I. LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET LES ACTIVITES DES AGENCES DE SGI

Nous présenterons l'organisation des différentes agences sur le plan des ressources humaines et le fonctionnement de celle-ci.

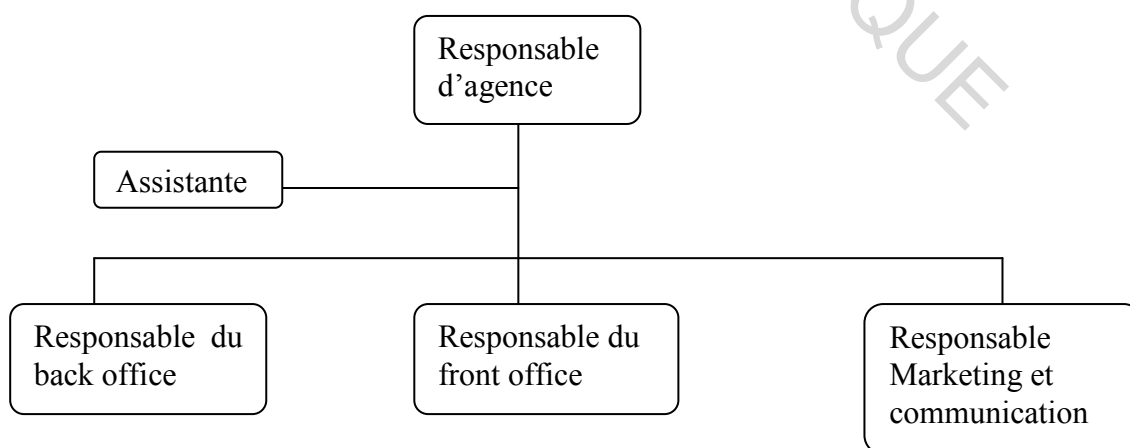
#### 1. La structure organisationnelle

L'organigramme de chaque agences se présentera comme suit avec différents postes clés à savoir, le responsable du front office, le responsable du back office et le responsable marketing et communication.

Il est à noter du fait de la position que désire occuper la structure à moyen terme, les ressources humaines devront avoir au minimum un BAC + 4 avec au moins 2 ans d'expérience dans le domaine de la banque et de la finance.

Notons aussi qu'un quota de stagiaires sera recruté pour des durées allant de 1 à 3 mois. Le nombre de stagiaire sera déterminé en fonction des besoins de l'agence.

Figure 9 L'organigramme des agences



Source : inspiré de EMERY Yves (2009), *Gérer les ressources humaines*



**a. Le responsable de l'agence**

Avec une formation en management et en finance, il sera en charge de la gestion de l'agence sous tous ses aspects.

Il devra donc posséder des qualités telles que la rigueur, la discipline, et savoir mobiliser les énergies en interne. Il devra en outre avoir une force de persuasion ; cette qualité se révèlera très utiles lors des rencontres et des négociations.

**b. Le responsable du front office**

Avec un background en économie, en analyse financière et en gestion de portefeuille, il travaillera en étroite collaboration avec le responsable du front office du siège de la SGI. Il aura comme mission de détecter les opportunités du marché afin de réaliser les meilleures opérations financières possible en termes de placement, de couverture et de spéculation.

S'agissant des gestions sous mandat, il devra participer à la discussion des orientations (vendre, acheter à quel taux..) en tenant compte des contraintes règlementaire ainsi que celles définies par le client.

Nous recruterons un analyste junior si le niveau d'activité est jugé satisfaisant.

Le responsable du front office devra être rigoureux, réactif, proactif et savoir travailler sous la pression.

**c. Le responsable du back office**

Le Responsable Back Office sera en charge de l'administration des ordres du Front Office.

Il aura un rôle de vérification des opérations, d'envoi de confirmations, de suivi des échéances, de facturation et de comptabilisation.

Il devra faire preuve de rigueur, de discipline et respecter les délais.

**d. Le responsable marketing et communication**

Il aura la lourde mission de mener à bien notre stratégie marketing ainsi que notre stratégie de communication.

Il sera le responsable direct des commerciaux, et leur donnera les différentes instructions dans le cadre de la conquête du marché.

Il ira à la rencontre des associations de commerçants ainsi que celles des travailleurs.

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Les qualités requises à ce poste sont la connaissance des produits, du marché, et de la cible. Il faudra en outre disposer d'aptitudes relationnelles (capacité d'écoute) et avoir une force de persuasion.

**e. Le budget du personnel**

L'effectif du personnel par agence est de cinq (05) personnes permanentes. Les rémunérations sont liées au niveau de responsabilité occupé au sein de l'agence.

Les charges sociales sont représentées par un taux de 15.45<sup>25</sup> %, ce taux regroupe :

- Les prestations familiales 5%
- L'assurance maternité 0.75%
- Les accidents maladies 2% -5%
- L'assurance vieillesse 7,7%

La masse brute annuelle s'établit à 30 000 000 F FCFA.

Le tableau suivant montre un détail de la masse salariale brute annuelle en CFA.

**Tableau 14 La masse salariale**

POSTES	SALAIRES	CHARGES SOCIALES
Responsable d'agence	600 000	70 000
Responsable front office	400 000	61 800
Responsable back office	400 000	61 800
Responsable marketing	400 000	61 800
Assistante	200 000	30 900
<b>TOTAL/MOIS</b>	<b>2 000 000</b>	<b>286 300</b>
<b>TOTAL/AN</b>	<b>24 000 000</b>	<b>3 435 600</b>
<b>TOT. AVEC CH. SOCIALES</b>	<b>27 435 600</b>	

Source : nous-mêmes

**2. Les activités**

Nos activités tourneront autour de :

- la gestion de portefeuille pour les particuliers et entreprises,
- l'appui technique et le conseil pour les PME/PMI ainsi que les collectivités territoriales.

(Ces éléments sont détaillés au niveau du Chapitre 2 –Page 42)

<sup>25</sup> Cnps.ci consulté le 15/06/2014

## II. L'ETUDE DE LA RENTABILITE

Cette partie a pour but de présenter les moyens financiers nécessaires à la mise en place de notre projet ainsi que la rentabilité attendue de celui-ci.

### 1. Les données chiffrées

Il s'agira des frais généraux, des investissements, du besoin en fond de roulement, du plan de financement et du bilan d'ouverture. Ces données sont agrégées à partir des tableaux dont les détails se trouvent en annexes. Notons par ailleurs que toutes ces données sont présentées sur un horizon de quatre (4) ans.

#### i. Les frais généraux

Les prévisions en ce qui concerne les charges externes pour chaque agence sont présentées dans le tableau ci-dessous. Les estimations ont été faites sur la base données collectées sur le terrain.

**Tableau 15 La consommation intermédiaire**

	N	N+1	N+2	N+3
Loyer et charge locative	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000
Charges du personnel	27 435 600	27 435 600	27 435 600	27 435 600
Facture eau, électricité, internet	960 000	1 008 000	1 058 400	1 111 320
Frais divers de fonctionnement et Communication	1 500 000	1 650 000	1 815 000	1 996 500
Assurance	100 000	100 000	100 000	100 000
Impôts et taxes	387 000	1 105 000	1 785 750	2 123 188
<b>Total consommation intermédiaire</b>	<b>31 882 600</b>	<b>32 798 600</b>	<b>33 694 750</b>	<b>34 266 608</b>
Evolution		2,87%	2,73%	1,70%

Source : nous-mêmes

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Au terme de la première année, les charges s'élèveront selon nos estimations à environ 31 882 600 FCFA. Elles seront maîtrisées durant les trois (3) années qui suivent ; en effet leur évolution sera maintenue autour de 2.5%.

ii. *Le plan de financement*

Le plan de financement nous permettra de faire face aux investissements prévus. Il est donc impératif de mettre en place un plan adéquat.

Le tableau suivant nous présente le plan de financement envisagé pour chaque agence.

**Tableau 16 Le plan de financement**

	N	N+1	N+2	N+3
<b>BESOINS</b>				
Investissements	13 500 000	-	-	600 000
Augmentation du BFR	3 833 150			
Autofinancement négatif	6 582 850			
Remboursement Emprunts				
<b>TOTAL DES BESOINS</b>	<b>23 916 000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>600 000</b>
<b>RESSOURCES</b>				
Capital investis	15 000 000			
Diminution du BFR		8 279 333	1 252 004	3 841 671
Emprunt				
Autofinancement positif		19 655 150	44 511 163	56 069 576
<b>TOTAL RESSOURCES</b>	<b>15 000 000</b>	<b>27 934 483</b>	<b>45 763 167</b>	<b>59 911 247</b>
<b>SOLDE PLAN DE FINANCEMENT</b>	<b>- 8 916 000</b>	<b>27 934 483</b>	<b>45 763 167</b>	<b>59 311 247</b>

Source : nous-mêmes

Le solde du plan de financement nous indique que nos ressources couvriront nos besoins durant notre horizon c'est-à-dire 4 ans.

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

iii. *Les investissements*

Le tableau ci-dessous présente la décomposition de nos investissements pour chaque agence.

**Tableau 17 Les Investissements**

	N	N+1	N+2	N+3
Frais d'établissement	2 000 000			
Agencement	1 500 000			
Logiciels	1 000 000			
Matériel de Bureau	2 000 000			100 000
matériel informatique	2 000 000			500 000
Serveur internet	-			
Matériel de transport	5 000 000			
<b>Total Investissements</b>	<b>13 500 000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>600 000</b>
<b>Investissements cumulés</b>	13 500 000	13 500 000	13 500 000	14 100 000

Source : nous-mêmes

La grande partie des investissements sera réalisée au démarrage des activités. Il s'élèvera à environ 13 500 000. Un autre interviendra au bout de la 3eme année et aura pour objectif de nous aider à soutenir le niveau d'activité atteint à cette période.

iv. *Le Besoin en fonds de roulement*

Ci-dessous l'évolution du besoin en fonds de roulement

**Tableau 18 Le BFR**

	N	N+1	N+2	N+3
BFR	3 833 150	- 4 446 183	- 5 698 188	- 9 539 859
VARIATION DU BFR	3 833 150	- 8 279 333	- 1 252 004	- 3 841 671

Source : nous-mêmes

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Selon nos prévisions, le besoin en fond de roulement pour chaque agence durant notre horizon sera inexistant.

v. *Le bilan d'ouverture*

Le tableau suivant nous présente le bilan au démarrage de l'activité.

**Tableau 19 Le bilan d'ouverture**

<b>ACTIF</b>	<b>Montant</b>	<b>Montant</b>	<b>PASSIF</b>
<b>Charges immobilisées</b>			<b>Capital</b>
Frais d'établissement	2 000 000	15 000 000	Capitaux propres
Prime de remboursement			
Charges à répartir			
<b>Immobilisations incorporelles</b>			
Brevets			
Logiciels	1 000 000		
Marques			
Dettes et ressources			
Assimilées			
<b>Immobilisations corporelles</b>			<b>Dettes et ressources assimilées</b>
Installation et agencements	1 500 000		Emprunts
Équipement d'exploitation	2 000 000		
Matériel et mobilier bureau	2 000 000		
Matériel de transport	5 000 000		
<b>Immobilisation financière</b>			
<b>Total actif immobilisé</b>			
<b>Actif circulant</b>			<b>Passif circulant</b>
Stock			Fournisseurs d'exploitation
Créances Clients			
<b>Total actif circulant</b>			<b>Total passif circulant</b>
<b>Trésorerie actif</b>	1 500 000		<b>Trésorerie passif</b>
<b>Total actif</b>	15 000 000	15 000 000	<b>Total passif</b>

Source : nous-mêmes

## 2. La rentabilité

Cette sous partie sera consacrée à l'étude de la rentabilité de notre projet professionnel. Il s'agira pour nous de présenter les prévisions du chiffre d'affaires, les comptes d'exploitations prévisionnels, la VAN et le TRI de notre projet.

### *i. Le chiffre d'affaire prévisionnel*

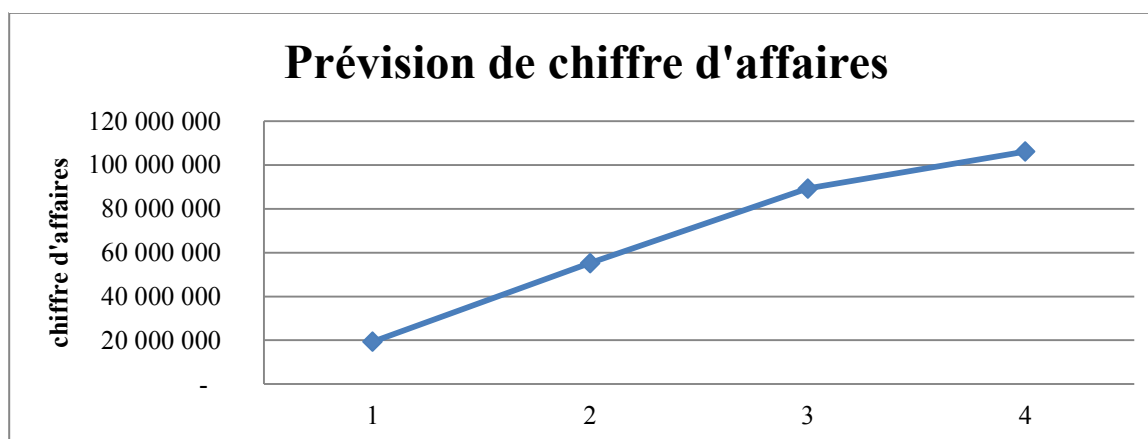
Sur la base de l'estimation de la population cible ainsi que de la stratégie marketing que nous prévoyons déployer, notre chiffre d'affaire devrait se présenter comme suit pour chaque agence.

**Tableau 20 La formation du chiffre d'affaires**

	N	N+1	N+2	N+3
Commission de conservation	8 000 000	24 000 000	30 000 000	37 500 000
Frais de tenue de compte	1 250 000	3 750 000	4 687 500	5 859 375
Commission de gestion sous mandat	8 000 000	24 000 000	30 000 000	37 500 000
Frais d'introduction en bourse			16 000 000	16 000 000
Commission perçue / Levée de fonds			3 000 000	3 000 000
Frais pour évaluation de la structure financière et assistance comptable	2 100 000	3 500 000	5 600 000	6 300 000
Autres services financiers	1 200 000	1 260 000	1 323 000	1 389 150
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>19 350 000</b>	<b>55 250 000</b>	<b>89 287 500</b>	<b>106 159 375</b>
TCAM	53,05%			

Source : nous-mêmes

**Figure 10 La prévision du chiffre d'affaires**



Le chiffre d'affaire aura une croissance moyenne de 53% sur les quatre (4) années. On observera une hausse prononcée en N+3 ; cela s'explique par la mise en place du compartiment dédiée aux PME.

ii. *Le compte d'exploitation prévisionnel*

Sur la base du chiffre d'affaires, notre compte de résultat prévisionnel se présente comme suit :

**Tableau 21 Le compte d'exploitation prévisionnel**

	N	N+1	N+2	N+3
Chiffre d'affaires net	19 350 000	55 250 000	89 287 500	106 159 375
<b>Total produits exploitation</b>	<b>19 350 000</b>	<b>55 250 000</b>	<b>89 287 500</b>	<b>106 159 375</b>
Consommation Intermédiaire	4 447 000	5 363 000	6 259 150	6 831 008
Charges de personnel	27 435 600	27 435 600	27 435 600	27 435 600
<b>Total charges exploitation</b>	<b>31 882 600</b>	<b>32 798 600</b>	<b>33 694 750</b>	<b>34 266 608</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>- 12 532 600</b>	<b>22 451 400</b>	<b>55 592 750</b>	<b>71 892 768</b>
Impôts sur le bénéfice	- 3 133 150	5 612 850	13 898 188	17 973 192
<b>Résultat Exercice</b>	<b>- 9 399 450</b>	<b>16 838 550</b>	<b>41 694 563</b>	<b>53 919 576</b>
Dotations aux amortissements	2 816 600	2 816 600	2 816 600	2 150 000
<b>Autofinancement</b>	<b>- 6 582 850</b>	<b>19 655 150</b>	<b>44 511 163</b>	<b>56 069 576</b>

Source : nous-mêmes

Le résultat de l'exercice après déduction des différentes charges de l'agence s'élève respectivement à -9 399 450 FCFA, 16 838 550 FCFA, 41 694 563 FCFA et 53 919 576 FCFA pour les années N, N+1, N+2, N+3.



iii. La VAN et le TRI et le délai de récupération (DR)

La VAN est un flux de trésorerie actualisé qui représente l'enrichissement supplémentaire d'un investissement en comparaison avec ce qui avait été exigé comme étant le minimum à réaliser pour les investisseurs. Elle permet ainsi de définir si un investissement va s'avérer rentable ou non, et surtout s'il va pouvoir répondre aux attentes de rendement fixées par les apporteurs de capitaux.

Le taux d'actualisation retenu dans le calcul de la VAN de notre projet professionnel est de 16%. Ce taux a été choisi en fonction du taux de rémunération des bons du trésor de la zone UEMOA qui se chiffre en moyenne à 6% avec une prime de risque estimé à 10%.

Le TRI désigne le taux qui annule la VAN. Ainsi, pour qu'un projet soit jugé intéressant, il faut que ce taux soit suffisamment supérieur au taux d'actualisation retenu.

Le tableau suivant présente la VAN, le TRI et le DR pour chaque agence :

**Tableau 22 La VAN et le TRI**

	N	N+1	N+2	N+3
Investissement	13 500 000	-	600 000	-
variation du BFR	3 833 150	- 8 279 333	- 1 252 004	- 3 841 671
<b>Décaissement (2)</b>	17 333 150	- 8 279 333	- 652 004	- 3 841 671
Autofinancement	- 6 582 850	19 655 150	44 511 163	56 069 576
<b>Encaissement (1)</b>	- 6 582 850	19 655 150	44 511 163	56 069 576
<b>Flux de trésorerie (1)-(2)</b>	- 23 916 000	27 934 483	45 163 167	59 911 247
<b>Flux de trésorerie actualisé</b>	- 20 617 241	20 759 872	28 934 129	33 088 448
<b>VAN</b>	<b>62 165 208</b>			
<b>TRI</b>	<b>43%</b>			
Année	1	2	3	4
cumul	- 20 617 241	142 630	29 076 760	62 165 208

Source : nous-mêmes

Notre projet professionnel est viable. En effet la VAN est de 62 165 208 FCFA pour chaque agence créée et le TRI est de 43%, nettement supérieur au taux d'actualisation qui est de 16%. Le délai de récupération est de 1 an et 10 mois.

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Ce dernier chapitre nous renseigne sur la structure organisationnelle et sur les aspects financiers du projet à savoir les investissements à réaliser et la rentabilité espérée sur un horizon de quatre (4) ans.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## **CONCLUSION GENERALE**

Nous arrivons au terme de la présentation de notre projet de fin d'étude. Ce dernier consiste en la création d'une agence de Société de Gestion et d'Intermédiation (SGI) dans les villes de Bouaké et de Yamoussoukro. Cette idée de projet professionnel est née d'un constat selon lequel aucune SGI ivoirienne ne possède de bureau de représentation ailleurs que dans la capitale économique du pays ; alors que celle-ci possède des atouts favorables à une telle opération.

Il (le projet) a pour objectifs de contribuer à dynamiser le marché financier en général et procurer un avantage concurrentiel à la SGI qui l'implémente.

Au cours de la présentation, plusieurs aspects ont été abordés à savoir dans la première partie, la présentation des SGI ainsi que des enjeux du projet ; dans la seconde partie il a été question d'étudier le marché dans lequel évolueront les agences ; et pour finir, nous avons exposé l'étude financière dudit projet.

De toutes ces études il ressort que le projet mérite effectivement d'être mis en œuvre et il s'avère viable.

Plusieurs informations peuvent avoir été omises selon votre appréciation dans ce document.

Par ailleurs, il se pourrait qu'il soit de notre volonté et omis, car étant considéré comme stratégique à notre égard. Ce choix résulte du caractère public qu'aura ce document à la fin de notre formation.

Toutefois, toute SGI intéressée, pourra prendre contact avec l'auteur pour de plus amples informations en vue la réalisation de ce projet qui résulte d'un long parcours et d'une formation assez pointue dans le domaine de la banque et de la finance.

## BIBLIOGRAPHIE

1. AFTALION Florin et VIALLET Claude (2007), Évaluation de la rentabilité des projets d'investissement : méthodologie pratique, Editions L'Harmattan, Paris, 293 pages.
2. EMERY Yves (2009), Gérer les ressources humaines, PPUR presses polytechniques, Paris, 567 pages.
3. FLEURIET Michel (2003), Bourse et marché financier, Economica, Paris, 265 pages.
4. LEHMANN- Ortega Laurence (2013), Strategor, Dunod, Paris, 704 pages.
5. LENDREVIE Jacques (2014), Publicitor, 8e Edition, Dunod, Paris, 561 pages.
6. LENDREVIE Jacques, LEVY Julien, LINDON Denis (2009), Mercator (théories et nouvelles pratiques du marketing, 9e Edition, Dunod, Paris, 1230 Pages.
7. VERNIMMEN Pierre (2013), Finance d'entreprise, 11e Edition, Dalloz, Paris, 1219 pages.

## MEMOIRES

8. AGOPOME Gilles Carlos (2012), *Création d'une Société de Gestion et d'Intermédiation au Togo*, Master en Banque et finance, (?)
9. DIARA Sidi Mohamed (2013), *Création d'une Société de gestion et d'intermédiation au Burkina Faso*, Master en Banque et Finance, 96 pages.

## WEBOGRAPHIE

1. Site internet de la BRVM, <http://www.brvm.org/>
2. Site internet du CREPMF, <http://www.crepmf.org/>
3. Site internet de la BCEAO, <http://www.bceao.int/-Statistiques-.html>
4. Site de l'INS <http://www.ins.ci/>
5. Sites internet de SGI  
<http://www.hudson-cie.com/>  
<http://www.cgfbourse.com/>  
<http://phoenixafricaholding.com/fr/>  
<http://www.atlantiquefinance.net/>

## PUBLICATIONS

1. CREPMF, Rapport annuel 2012
2. CREPMF, Règlementation des intervenants commerciaux

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**ANNEXES**

## QUESTIONNAIRE

*Dans la perspective de mise en place d'un dispositif efficace de gestion de votre épargne nous vous prions de bien vouloir renseigner le questionnaire suivant. Cela ne vous prendra que 5 minutes*

**1- Quelle est votre catégorie socio professionnelle ?**

- Agriculteur
- Fonctionnaire
- Agent du secteur privé
- Profession libérale
- Chef d'entreprise
- Retraité
- Commerçant
- Autres précisez

**2- Quelle est votre tranche d'âge ?**

- 25-40 ans
- 40-60 ans
- + 60 ans

**3- Quel est le montant moyen annuel de vos revenus (CFA)?**

- [500 000 - 1 200 000 [
- [1 200 000 - 3 000 000[
- [3 000 000 - 5000 000[
- Supérieur ou égal à 5 000 000

**4- Possédez-vous un compte d'épargne (si non passez à question 6) ?**

- Oui
- Non

**5- A quel taux est-il rémunéré ?**

- [0- 3% [
- [3%- 5%]
- Supérieur à 5%

**6- Possédez-vous un compte un compte de DAT (si non passez à question 9)?**

- Oui
- Non

**7- Quel est la durée du placement ?**

- [6 mois- 1 an]
- ] 1 an – 2 ans]
- Supérieure à 2 ans

**8- A quel taux est-il rémunéré ?**

- [1% à 3% [
- [3%- 5%]
- Supérieur à 5%

**9- Connaissez-vous la Bourse Régionale des valeurs mobilière ?**

- Oui
- Non

**10- Possédez-vous un compte dans une Société de Bourse ?**

- Oui
- Non

**11- Seriez Vous prêt à ouvrir un compte dans une société de Bourse si les taux proposés sont meilleurs que ceux de votre Banque ?**

- Oui
- Non

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouaké et de Yamoussoukro

**Tableau A23 Répartition de l'échantillon selon catégorie socioprofessionnelle**

Catégories	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
Agriculteur	28	11	15	6
Fonctionnaire	105	41	96	39
Agent du secteur privé	66	26	44	18
Chef d'entreprise	8	3	7	3
Retraité	3	1	5	2
Commerçant	46	18	78	32
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100</b>	<b>245</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

**Tableau A24 Répartition de l'échantillon selon l'âge**

Tranches	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
[25-40ans [	135	53	93	38
[40-60ans [	102	40	145	59
[60 ans- +∞ [	18	7	7	3
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100</b>	<b>245</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

**Tableau A25 Répartition de l'échantillon selon les revenus**

Tranches (FCFA)	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
[500 000- 1 200 000 [	135	53	201	82
[1 200 000- 3 000 000 [	69	27	22	9
[3 000 000- 5 000 000 [	33	13	17	7
[5 000 000- + ∞ [	18	7	5	2
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100</b>	<b>245</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouaké et de Yamoussoukro

Tableau A26 Répartition de l'échantillon selon la possession ou non d'un compte épargne

	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
<b>Oui</b>	184	72	164	67
<b>Non</b>	71	28	81	33
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100</b>	<b>245</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

Tableau A27 La rémunération du compte épargne de l'échantillon

Tranches	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
[1- 3% ]	0	0	0	0
[3%- 5%]	184	100	164	100
Plus de 5%	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>184</b>	<b>100</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

Tableau A28 Répartition de l'échantillon selon la possession ou non d'un compte de DAT

	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
<b>Oui</b>	64	25	29	12
<b>Non</b>	191	75	216	88
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100</b>	<b>245</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

Tableau A29 Répartition de l'échantillon selon la possession ou non d'un compte de DAT

	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
<b>Oui</b>	64	25	29	12
<b>Non</b>	191	75	216	88
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100</b>	<b>245</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude



Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouaké et de Yamoussoukro

Tableau A30 La durée des placements DAT de l'échantillon

	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
[6 mois- 1 an]	38	60	23	79
] 1an- 2ans]	21	33	5	17
] 2 ans- +∞ [	4	7	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

Tableau A31 La rémunération du compte DAT de l'échantillon

Tranches	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
[1% à 3% [	61	96	28	95
[3%- 5%]	3	4	1	5
Plus de 5%	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

Tableau A32 Répartition de l'échantillon selon la notion ou non de la BRVM

	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
<b>Oui</b>	33	13	15	6
<b>Non</b>	222	87	230	94
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100</b>	<b>245</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

Tableau A33 Répartition de l'échantillon selon la possession ou non d'un compte en valeurs mobilières

	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
<b>Oui</b>	18	7	7	3
<b>Non</b>	237	93	238	97
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100</b>	<b>245</b>	<b>100</b>

Source: Données de l'étude

Tableau A34 Répartition de l'échantillon selon la possibilité ou non d'ouvrir un compte titres dans uns SGI

	Yamoussoukro		Bouaké	
	Nombre	Proportion en %	Nombre	Proportion en %
<b>Oui</b>	235	99	226	95
<b>Non</b>	2	1	12	5
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>	<b>238</b>	<b>100</b>

Source : Données de l'étude

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

Tableau A35 Tableau d'amortissement

	Valeur d'origine	N	N+1	N+2	N+3	Taux
Frais d'établissement	2 000 000	666 600	666 600	666 600		33,33%
Agencement	1 500 000	150 000	150 000	150 000	150 000	10,00%
Logiciels	1 000 000	200 000	200 000	200 000	200 000	20,00%
Matériel de Bureau	2 000 000	400 000	400 000	400 000	400 000	20,00%
matériel informatique	2 000 000	400 000	400 000	400 000	400 000	20,00%
Serveur internet	-					20,00%
Matériel de transport	5 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	20,00%
<b>Total</b>	<b>13 500 000</b>					
<b>Dotation aux amortissements</b>		<b>2 816 600</b>	<b>2 816 600</b>	<b>2 816 600</b>	<b>2 150 000</b>	
<b>Amortissement cumulés</b>		<b>2 816 600</b>	<b>5 633 200</b>	<b>5 633 200</b>	<b>4 966 600</b>	
<b>VNC comptable</b>		<b>10 683 400</b>	<b>7 866 800</b>	<b>7 866 800</b>	<b>8 533 400</b>	

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

**Tableau A36 Quelques PME/PMI de la ville de Bouaké**

NOMS	QUARTIERS	DOMAINES
COOPERATIVES DES CONFECTIONNEURS DE BOUAKE	Bouake, gonfreville	Confection vestimentaire
ENTREPRISE BERTHE FOUSSENI	Bouake	Travaux publics, bâtiments, fournitures bureau
ENTREPRISE DE CONSTRUCTION EN BATIMENT	Bouake , n'gattakro	Travaux bâtiment
GLOBAL COTTON	Bouake , gonfreville	Egrenage de coton graine
GROUPE FIBAKO IVOIREMBAL	Bouake	Sacherie, ficellerie, corderie
HEREMANKONO IMPRIM	Bouake , commerce	Fournitures de bureau
IFEX CI	Bouake	Industrie du bois
IVOIRE BOISSON FRUITEE	Bouake , broukro	Production boisson fruitée
KOUASSI KONAN ETS KIHNDEY	Bouake , gonfreville	Savon et produits
LA BOIKOISE	Bouake	Eau conditionnée
LES MANUFACTURES IVOIRIENNES	Bouake	Production linge maison
L'O TABA SEKOU	Bouake , koko	Eau conditionnée
MAISON IVOIRIENNE DE TAMPON ET D'IMPRESSION	Bouake	Imprimerie
MANUFACTURE D'IMPRESSION ET DE TEINTURE	Bouake	Impression, teinture
MULTISERVICES COTE D'IVOIRE	Bouake , nimbo	Construction bâtiment
OLAM IVOIRE	Bouake	Décorticage de cajou
OLHEOL INDUSTRIE	Bouake	Huilerie trituration
PRESTA SERVICE IVOIRE	Bouake , air France	Construction bâtiment et TP

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

ROMAF CAJOU	Bouake	Transformation de noix de cajou
SIC G (GROUPE SOFRECAP FRANCE)	Bouake	Confection industrielle
SITAB (IMPERIAL TOBACCO)	Bouake	Fabrication de tabacs
SOCIETE IVOIRIENNE DE CONSTRUCTION	Bouake	BTP
SODIALCI	Bouake	Distillerie alcool
SOPRIL CI	Bouake	Transformation du riz
TAPISSERIE GLE	Bouake	Tapiserie
TWACYN EXPERTISE	Bouake , ahougnansou	Construction bâtiment

Source : Direction Régionale des Impôts

**Tableau A37 Quelques PME/PMI de la ville de Yamoussoukro**

NOMS	QUARTIERS
SOCIETE D'EXPLOITATION MINIERE SA	
HOTEL ATTOUNGLAN	Residentiel yamoussoukro cote d'ivoire
CENTRAL TRANSPORT INTERNATIONAL	
SOCIETE DE MARCHANDISES DIVERSES	Mo faitai yamoussoukro cote d'ivoire
COOPERATIVE AGRICOLE SABOUGNOUMAN DE BOUNAFLA	Bazre sinfra cote d'ivoire
SOFTPRO CORPORATION	220 lgts yamoussoukro cote d'ivoire
BURINFORT SARL	Habitat carrefour ancien maquis wayofait yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE DE MARCHANDISES DIVERSES	
ONELIS	220 logements yamoussoukro cote d ivoire
COOPERATIVE EYOENIAN DE DOKA	Doka yamoussoukro cote d'ivoire
COOPERATIVE CAFE CACAO EYO DES LACS	Quartier dioulakro yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE DE GESTION DES CARRIERES	Yamoussoukro cote d'ivoire
ECOLE SPECIALE DU BATIMENT ET DES TRAVAUX PUBLICS	220 logements yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE DE GESTION ORION-SARL	Yamoussoukro cote d'ivoire
DISTRILUBE	Bvrd des banques residentiel yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE FINANCIERE ET D EXPERTISE COMPTABLE	Lot 1911 il sopim yamoussoukro cote d'ivoire
GLOBAL EXPLORATION SERVICES	Yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA REGION DES LACS	Hotel president millionnaire yamoussoukro cote d'ivoire
IVOIRE GENIE CIVIL	Vers maquis habitat le jardin yamoussoukro cote d'ivoire
SERVICE IVOIRIEN DE NETTOYAGE	Energie yamoussoukro cote d'ivoire
ENTREPRISE DE TRANSPORT ET DE TRAVAUX	Yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE IVOIRIENNE DE GENIE CIVIL	
SOCIETE GENERAL EDEN	Residentiel yamoussoukro cote d'ivoire
ECOLE SUPERIEURE DE L'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE ET COMMERCIAL	Centre diocesain assabou yamoussoukro cote d' ivoire

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

GENERALE DE COMMERCE EN COTE D'IVOIRE	
CENTRE DE GESTION AGREE DE YAMOUSSOUKRO	Quartier habitat yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE D'INVESTISSEMENT ET D'ACTION SOCIALE	220 logements yamoussoukro cote d'ivoire
HOTEL VILLA DES HOTES	Quartier millionnaire yamoussoukro cote d'ivoire
SOREFI-CIM-NET'S	Derriere tele habitat yamoussoukro cote d'ivoire
ENTREPRISE DE PRESTATIONS DE SERVICES	Millionnaire yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE IVOIRIENNE DES GRUMES (SOCIETE EN SOMMEIL)	Quartier habitat yamoussoukro - cote d'ivoire
ENTREPRISE DE CARRIERE ET DE BATIMENT	Dioukaro yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE IVOIRIENNE DE DISTRIBUTION ET DE COMMERCE	Habitat grand marche yamoussoukro cote d'ivoire
COMMERCE GENERAL DE MARCHANDISES	Immeuble zaher yamoussoukro cote d'ivoire
CABINET D'INGENIERIE ET CONSEIL	Quartier 220 logement route inp-hb yamoussoukro cote d'ivoire
SOCIETE DE DISTRIBUTION ET DE COMMERCE	Route d'oume yamoussoukro cote d'ivoire
EZZEDINE MAZEN EAU OXYGENE	
SECURITE ET ENTRETIEN DES SERVICES	

Source : Chambre de commerce et d'industrie

## TABLE DES MATIERES

AVANT PROPOS.....	i
DEDICACES .....	ii
REMERCIEMENTS .....	iii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iv
LISTE DES TABLEAUX.....	v
LISTE DES FIGURES.....	vi
RESUME.....	vii
ABSTRACT .....	viii
SOMMAIRE .....	ix
INTRODUCTION GENERALE.....	1
<b>CHAPITRE I : PRESENTATION DES SGI ET DES ENJEUX DU PROJET .....</b>	<b>5</b>
I. LE CADRE LEGAL RELATIF A LA CREATION ET AU FONCTIONNEMENT D'UNE SGI.....	5
1. Le cadre légal relatif à la création d'une SGI.....	5
a. Les conditions générales de création.....	5
b. Conditions tenant au capital .....	6
c. Les autres conditions d'agrément.....	6
d. Les procédures d'agrément .....	7
2. Le fonctionnement des SGI.....	8
a. La période transitoire.....	8
b. Les monopoles d'exercice .....	8
c. Les activités connexes .....	9
d. Les dispositions communes.....	9
II. LES ENJEUX DE LA CREATION D'UNE AGENCE DE SGI.....	10
1. Les enjeux pour le marché financier de L'UEMOA .....	10
a. La situation du marché financier .....	10
b. L'accroissement du nombre d'épargnants.....	11
c. La sensibilisation des PME .....	12
d. La sensibilisation des collectivités territoriales.....	13
2. Les enjeux pour les SGI elles-mêmes .....	14
a. La répartition des SGI .....	14
b. Le classement des SGI ivoiriennes.....	16
<b>CHAPITRE II : L'ETUDE DE MARCHÉ.....</b>	<b>18</b>
I. L'ANALYSE STRATEGIQUE DE L'ENVIRONNEMENT .....	18
1. La ville de Bouaké.....	18

Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

a. Présentation .....	18
b. Taille du marché .....	18
c. La concurrence à Bouaké .....	22
d. Analyse des opportunités et des menaces : Bouaké .....	24
2. La ville de Yamoussoukro .....	25
a. Présentation .....	25
b. Taille du marché .....	25
c. La concurrence à Yamoussoukro .....	28
d. Analyse des opportunités et des menaces : Yamoussoukro .....	31
3. Le rapport de l'enquête .....	32
II. LE MARKETING .....	36
1. Le marketing stratégique .....	36
a. La segmentation .....	36
b. Le ciblage .....	37
c. Le positionnement .....	38
2. Le marketing opérationnel .....	38
a. La communication .....	39
b. La politique de distribution .....	40
c. La politique de prix .....	41
d. La politique de service (le produit) .....	42
<b>CHAPITRE III : LE PLAN D'AFFAIRES .....</b>	<b>45</b>
I. LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET LES ACTIVITES DES AGENCES DE SGI .....	45
1. La structure organisationnelle .....	45
a. Le responsable de l'agence .....	46
b. Le responsable du front office .....	46
c. Le responsable du back office .....	46
d. Le responsable marketing et communication .....	46
e. Le budget du personnel .....	47
2. Les activités .....	47
II. L'ETUDE DE LA RENTABILITE .....	48
1. Les données chiffrées .....	48
2. La rentabilité .....	52
CONCLUSION GENERALE .....	56
BIBLIOGRAPHIE .....	57
ANNEXES .....	58
TABLE DES MATIERES .....	68



Thème : Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro

CESAG - BIBLIOTHEQUE