



Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion

CESAG



MASTER EN BANQUE ET FINANCE

MBF

Année académique 2015-2016

Option : Gestion Bancaire et Maîtrise des Risques

**PROJET PROFESSIONNEL**

**CRÉATION D'UNE PLATEFORME DE CROWDFUNDING POUR LE  
FINANCEMENT DES PROJETS INNOVANTS EN CÔTE D'IVOIRE :  
« GOLD SEED EQUITY CROWDFUNDING »**

**Présenté par :**

Ange Marie Grâce LOUGBO

15<sup>ème</sup> promotion

**Sous la supervision de :**

M. Hugues Oscar LOKOSSOU

Contrôleur de Gestion

Chargé des analyses budgétaires à la BCEAO

Dakar, Juin 2016

## **DEDICACE**



Ce projet professionnel est dédié à ma mère Amélie KOUALOU et à ma sœur Frédérique GUEDE. Merci pour tous les sacrifices consentis à mon égard et pour votre soutien indéfectible. Vous êtes une véritable source de motivation pour moi.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## REMERCIEMENTS



Ce projet professionnel est le résultat d'un travail de recherche mené avec le concours et la prière de plusieurs personnes auxquelles j'aimerais adresser mes sincères remerciements.

Je pense particulièrement à M. Hugues Oscar LOKOSSOU, en sa qualité de Directeur de projet, pour ses précieux conseils et ses remarques pertinentes. Il m'a soutenu avec rigueur et disponibilité.

Je remercie M. Yazi MOUSSA et M. Joël DIEDHIOU, pour la confiance qu'ils ont eue en moi et le soutien qu'ils m'ont apporté tout le long de mon parcours universitaire.

Mes chaleureux remerciements au Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG), particulièrement à la Coordination du Programme Master en Banque et Finance (MBF), le Pr. Alain KENMOGNE, Mme Chantal OUEDRAOGO et Mr Aboudou OUATTARA ainsi qu'au corps professoral sans lequel ce travail n'aurait pas été possible.

A tous les membres de la quinzième (15<sup>ème</sup>) promotion du MBF, merci pour la parfaite collaboration et l'esprit de fraternité.

A nos amies, Jocelyne OBO, Rachidate ZEBA et Vanessa SILUE, pour leurs encouragements.

Que tous ceux qui m'ont aidée de près ou de loin durant ma formation, trouvent ici l'expression de ma profonde gratitude.

## LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

AD	Assistante de Direction
ARTCI	Autorité des Régulation des Télécommunications de Côte d'Ivoire
BFR	Besoin en Fonds de Roulement
BIC	Bénéfice Industriel et Commercial
BOA	Bank of Africa
BRVM	Bourse Régionale des Valeurs Mobilières
CCI	Chambre de Commerce de Cote d'Ivoire
CEDEAO	Communauté Economique des Etats d'Afrique de l'Ouest
CEPCI	Centre de Promotion des Investissements de Côte d'Ivoire
CESAG	Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion
CI	Côte d'Ivoire
DG	Directrice Générale
DR	Délai de Récupération
ECP	Emerging Capital Partner
FAGACE	Fonds Africain de Garantie et de Coopération Économique
FIDEN	Fonds Ivoirien de Développement National
GARI	Fonds Régional de Garantie pour les Investissements
I&P	Investisseurs et partenaires
IMF	Impôt Minimum Forfaitaire
IP	Indice de Profitabilité
MBF	Master en Banque et Finance
ONG	Organisation non gouvernementale
PARE	Projet d'Appui à la Revitalisation
PESTEL	Politique Economique Social Technologique Environnemental et Légal
PIB	Produit Intérieur Brut
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PND	Programme National de Développement
RAF	Responsable Administratif et Financier
RI	Responsable Investissements
RMC	Responsable Marketing et Commercial
RT	Responsable Technique
SA	Société Anonyme
SME	Small and Medium Enterprises
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication
TRI	Taux de Rentabilité Interne
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
VAN	Valeur Actuelle Nette

## LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

---



### Liste des tableaux

Tableau 1: Récapitulatif des forces et faiblesses du financement participatif .....	15
Tableau 2 : Analyse PESTEL.....	24
Tableau 3 : Répartition du nombre d'entreprises déclarées selon la taille (2008-2012) .....	25
Tableau 4 : Création d'entreprises en Côte d'Ivoire .....	25
Tableau 5: Politique prix de la plateforme Gold Seed .....	41
Tableau 6 : Détail des immobilisations .....	44
Tableau 7: Masse Salariale et charges de personnel .....	45
Tableau 8 : Frais généraux .....	46
Tableau 9 : Chiffre d'Affaires Prévisionnel.....	47
Tableau 10 : Détermination du BFR initial .....	49
Tableau 11: Compte de résultat prévisionnel .....	50
Tableau 12 : Coût total du projet.....	51
Tableau 13 : Plan de financement .....	52
Tableau 14 : Evaluation de la rentabilité.....	53
Tableau 15 : Evaluation de la VAN selon plusieurs hypothèses.....	54
Tableau 16 : Compte de résultat et indicateurs de rentabilité selon l'hypothèse pessimiste : Baisse de 20% de la taille globale du marché .....	73
Tableau 17 : Compte de résultat et indicateurs de rentabilité selon l'hypothèse optimiste : Hausse de 20% de la taille globale du marché .....	74
Tableau 18 : Compte de résultat et indicateurs de rentabilité selon l'hypothèse pessimiste : Baisse de 5% de la croissance du chiffre d'affaires.....	75
Tableau 19 : Compte de résultat et indicateurs de rentabilité selon une hypothèse optimiste : hausse de 5% de la croissance du chiffre d'affaires .....	76

## **Liste des figures**

Figure 1 : Part de marché selon le nombre d'abonnés mobile money .....	22
Figure 2: Organigramme de départ de la plateforme Gold Seed SA .....	35
Figure 3 : Evolution du Chiffre d'Affaires Prévisionnel .....	48
Figure 4 : Evolution du résultat prévisionnel .....	50
Figure 5 : A propos de vous .....	66
Figure 6 : Age des interlocuteurs .....	66
Figure 7: Niveau d'épargne mensuel .....	66
Figure 8 : Moyen de placement habituel .....	67
Figure 9 : Connaissance du crowdfunding .....	67
Figure 10 : Investissement via une plateforme de crowdfunding .....	67
Figure 11 : Intérêts des porteurs de projets pour le crowdfunding .....	68
Figure 12 : Intérêts des épargnants pour le crowdfunding .....	68
Figure 13 : Montant moyen investi .....	68
Figure 14 : Prise en compte du risque de perte totale .....	69
Figure 15 : Préférence parmi les modèles de crowdfunding .....	69
Figure 16 : Motivations de l'investissement en mode crowdfunding .....	69
Figure 17 : Freins à la décision d'investissement en crowdfunding .....	70
Figure 18 : Types de projets .....	70
Figure 19 : Bases de la décision d'investissement .....	70
Figure 20 : Modèle d'investissement .....	71
Figure 21 : Autres apports .....	71
Figure 22 : Formule de frais de Souscription .....	71
Figure 23 : Montant des frais de souscription .....	72
Figure 24 : Moyens de paiement .....	72

## SOMMAIRE

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iii
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES .....	iv
SOMMAIRE .....	vi
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 : ANALYSE DE L'OPPORTUNITE DE LA CREATION D'UNE PLATE- FORME DE CROWDFUNDING EN COTE D'IVOIRE .....	6
1.1 Petites et Moyennes Entreprises (PME) et Start-ups en Côte d'Ivoire.....	6
1.2 Crowdfunding comme solution au développement des PME en Côte d'Ivoire .....	13
1.3 Etude de marché .....	20
CHAPITRE 2: PRESENTATION DE LA PLATEFORME GOLD SEED EQUITY CROWDFUNDING .....	29
2.1 Description du projet .....	29
2.2 Organisation et fonctionnement de Gold Seed Equity Crowdfunding .....	32
2.3 Stratégie marketing de GOLD SEED Equity Crowdfunding.....	40
CHAPITRE 3 : MODALITES DE FINANCEMENT ET RENTABILITE DU PROJET .....	44
3.1 Evaluation du coût de la mise en place du projet .....	44
3.2 Modalités de financement et analyse de la rentabilité du projet.....	51
3.3 Risques du projet .....	54
CONCLUSION .....	56
BIBLIOGRAPHIE .....	58
ANNEXES .....	61
TABLE DES MATIERES .....	77
RESUME.....	81
ABSTRACT .....	82

**INTRODUCTION**

Après une décennie de crise, la Côte d'Ivoire s'est fixé l'objectif de rejoindre les rangs des pays émergents à l'horizon 2020. Dans ce cadre, le gouvernement ivoirien a adopté le 28 mars 2012 une stratégie globale de développement à moyen terme, intitulée « Plan National de Développement (PND 2012-2015) », qui est devenu le cadre de référence de l'action publique. La Côte d'Ivoire entend redevenir un havre de paix, un Etat de droit et de bonne gouvernance, une démocratie forte et solidaire, où le secteur privé pourra bénéficier d'un des meilleurs environnements des affaires en Afrique, dans une économie dynamique et ouverte sur le reste du monde. Pour ce faire, un accent particulier est mis sur l'entrepreneuriat et la promotion des Petites et Moyennes Entreprises (PME).

En effet, l'entrepreneuriat, en ce qu'il crée des emplois, stimule la croissance économique et l'innovation, améliore les conditions sociales et contribue à répondre aux défis environnementaux, est important pour les objectifs de développement durable. Il joue un rôle crucial dans la réduction de la pauvreté, l'égalité des sexes et la viabilité environnementale<sup>1</sup>.

Les PME sont en première ligne du PND car l'émergence suppose un tissu économique solide. Elles représentent, dans l'ensemble 98% des entreprises recensées par le PND, et contribuent à hauteur de 20% à la formation du PIB et à 23% à l'emploi moderne<sup>2</sup>.

L'Etat ivoirien a décidé de créer un Ministère de l'Entrepreneuriat National, de la Promotion des PME et de l'Artisanat, afin de promouvoir, d'inculquer la notion d'entrepreneuriat aux populations et de trouver des pistes de solutions pour l'essor de l'entrepreneuriat du pays. Il s'est également engagé dans un vaste processus de réformes pour améliorer l'environnement des affaires afin de stimuler et de faciliter les investissements privés nationaux et étrangers. En outre, des allègements fiscaux ont été consentis pour créer les conditions d'une relance durable du secteur privé. En effet, le taux d'imposition sur le Bénéfice Industriel et Commercial (BIC) a été réduit de 35% à 27% pour les particuliers et à 25% pour les entreprises et personnes morales. Quant à l'Impôt Minimum Forfaitaire (IMF), il est passé de 2 à 1 million de FCFA<sup>3</sup>.

Malgré les efforts conjugués du gouvernement ivoirien, la situation sociale, notamment la question de l'emploi, reste encore un défi majeur dans le sens de l'amélioration des conditions de vie des populations. Le chômage surtout des jeunes et des femmes, demeure important et

---

<sup>1</sup> Rapport de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (2015 : 5).

<sup>2</sup> Rapport du Groupe Consultatif du Plan National de Développement (2013 : 10).

<sup>3</sup> Rapport d'activités du Centre de Promotion des Investissements de Côte d'Ivoire (2014 : 20).

préoccupant. Selon l'Institut national de la statistique (2014), le taux de chômage est estimé à 25% et la durée moyenne de chômage est assez élevée dans l'ensemble (5 à 7 ans).

Même si beaucoup d'acteurs sont convaincus que la solution pour remédier à cette situation est la promotion de l'entrepreneuriat, une autre problématique persiste : par quels moyens seront financés les projets des jeunes entrepreneurs ivoiriens(es)?

Les mécanismes traditionnels, telles les banques, jouent toujours un rôle important dans le financement des PME. Toutefois, par aversion pour le risque, les banques sont parfois très réticentes à prêter de l'argent aux PME, en partie parce qu'elles ont peu d'actifs fixes à présenter à titre de garantie<sup>4</sup>.

Face à cette frilosité du système financier classique, les porteurs de projets se tournent vers des moyens de financement alternatifs, c'est le cas du crowdfunding ou financement participatif. Il permet à de petites entreprises de se financer en collectant de petits montants directement auprès de particuliers et d'organisations, au moyen d'internet et, de plus en plus, au moyen des technologies mobiles et des réseaux sociaux.

Le succès de cette pratique sous d'autres latitudes (Europe, Amérique du Nord) commence à inspirer l'Afrique<sup>5</sup>. Cependant, plusieurs obstacles se heurtent à la pratique de ce modèle de financement notamment le faible taux de bancarisation des populations. A cela s'ajoutent la difficulté de l'implémentation des plateformes et le manque de compréhension du concept du crowdfunding par les populations locales qui ne savent toujours pas comment et pourquoi ce genre de financement existe, ou qui restent dubitatives quant à l'utilisation des fonds dont ils auront bien voulu se départir.

En Côte d'Ivoire, ce type de financement n'est pas très développé et reste inconnu du grand public, cela en grande partie à cause du manque d'infrastructures requises par les plateformes, de l'absence de textes réglementaires et de dispositifs propres à instaurer un climat de confiance à l'égard des investissements et de la réticente au changement (l'afro-pessimiste). C'est de ces différents constats qu'il nous est venue l'idée de projet professionnel sous le thème « **Création d'une plateforme de crowdfunding pour le financement des projets innovants en Côte d'Ivoire : Gold Seed Equity Crowdfunding** ». Ce projet revêt une démarche stratégique qui consiste à apporter d'une part une solution à la recherche de

---

<sup>4</sup> Rapport de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (2015 : 20).

<sup>5</sup> Les Afriques n°253 (2013 : 9).

financement des PME et Start-ups porteuses d'un projet innovant, et d'autre part de mettre à leur disposition une assistance technique.

Des initiatives portant sur le financement participatif ont été faites par nos prédécesseurs tels que Kokou Augustin GAGLOZOUN (2014) et Richard NIAMIEN (2014). L'objectif du premier était de présenter cet instrument comme étant une alternative au financement des projets des jeunes entrepreneurs de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA). Le second proposait la mise en place d'une structure de financement des TPE et PME par prêts participatifs en Côte d'Ivoire.

Le prêt (Crowdlending) est un modèle de crowdfunding où les investisseurs ont l'occasion de prêter leur argent à des personnes en quête de financement, ceci pendant une période donnée et à des taux négociés. A côté du prêt, il existe deux autres modèles de crowdfunding notamment le don (Donation crowdfunding) et l'investissement contre prise de participations (Equity crowdfunding). Le don se prête davantage aux actions caritatives ainsi qu'aux projets personnels. L'investissement contre prise de participations quant-à-lui, permet à des investisseurs particuliers d'entrer dans le capital d'entreprises à la recherche de financement en échange de leurs contributions. Etant donné que la plateforme que nous envisageons de créer est à but lucratif, nous ne pouvons opter pour le modèle don. De même, le modèle prêt présente un risque puisqu'il n'y a aucune garantie de dépôt qui assurera que le prêteur récupère son argent dans le cas où l'emprunteur ne parvient pas à rembourser son emprunt. Au vu de ces arguments notre choix s'est porté sur le modèle investissement contre prise de participations (Equity crowdfunding). Il permet aux porteurs de projets de trouver de façon simple et rapide le financement nécessaire au développement de leurs activités et les particuliers disposent d'un moyen de rentabiliser et de diversifier leur épargne.

La principale motivation de notre projet est de répondre à la question suivante : quelle est la faisabilité de la création d'une plateforme de crowdfunding en Côte d'Ivoire ?

L'objectif principal est de définir les modalités de création, de fonctionnement et de financement d'une plateforme de crowdfunding. Pour ce faire, nous pouvons nous appuyer sur les objectifs spécifiques suivants :

- présenter l'opportunité de la création d'une plate-forme de crowdfunding en Côte d'Ivoire ;
- présenter l'organisation et les moyens nécessaires à la mise en place du projet ;

- présenter les projections financières de l'activité, son niveau de rentabilité et les modalités de financement.

Le projet, s'il est réalisé, contribuera à la réalisation des objectifs du Plan National de Développement de la Côte d'Ivoire en ce qui concerne la croissance des PME et startup, la création d'emploi et la réduction de la pauvreté. En outre, il permettra aussi de démocratiser le financement des startups et des PME en développement.

Au niveau personnel, il nous permettra d'approfondir nos connaissances sur le crowdfunding et de contribuer à la résolution du problème de l'emploi des jeunes. La conception du projet et la rédaction du rapport permettront de renforcer nos capacités en matière de formulation de projet qui se veut réaliste.

Pour le CESAG, il sera l'occasion d'enrichir ses sources documentaires sur ce thème et pourra servir de support d'information pour toute personne désireuse d'approfondir la réflexion dans ce domaine.

Notre démarche méthodologique s'appuiera sur deux grandes étapes : la collecte des données et la simulation financière de la plateforme. Durant la première étape, nous effectuerons des recherches documentaires sur le crowdfunding et la situation des PME et Start-ups en Côte d'Ivoire. A travers une étude de marché, nous analyserons l'opportunité de la mise en place du projet. A cet effet, une enquête sur la perception du crowdfunding sera réalisée auprès des professionnels du domaine financier, des porteurs de projets de PME et Start-ups, et des particuliers épargnants. Pour proposer une offre de qualité, nous nous inspirerons de l'exemple d'autres plateformes de crowdfunding existantes.

L'ensemble des observations et des données collectées nous permettront d'effectuer des simulations financières de la plateforme, celles-ci nous permettront de déterminer le coût total de sa mise en place, d'évaluer sa rentabilité du projet et d'identifier les modalités de financement auxquelles nous pourrions avoir recours.

Le rapport du projet sera subdivisé en trois (3) chapitres. Le premier chapitre traitera de l'opportunité de la création d'une plateforme de crowdfunding en Côte d'Ivoire ; le second chapitre présentera la plateforme Gold Seed Equity Crowdfunding et le troisième chapitre portera sur les modalités de financement et la rentabilité du projet.

## CHAPITRE 1 : ANALYSE DE L'OPPORTUNITE DE LA CREATION D'UNE PLATE-FORME DE CROWDFUNDING EN COTE D'IVOIRE

Dans ce chapitre, il sera question à travers un diagnostic de la situation des PME et Start-ups en Côte d'Ivoire, de présenter le crowdfunding comme une alternative au financement et au développement de celles-ci. A cet effet, nous présenterons la notion de crowdfunding, son fonctionnement, ses avantages ainsi que les risques y afférents.

Par ailleurs, nous analyserons l'opportunité de mise en place d'une plateforme de crowdfunding en Côte d'Ivoire à travers une étude du marché qui consistera à faire une analyse de l'environnement macroéconomique et microéconomique, de la demande de financement des PME et Start-ups et de l'offre existante.

### 1.1 Petites et Moyennes Entreprises (PME) et Start-ups en Côte d'Ivoire

Les petites et les moyennes entreprises sont des entreprises dont la taille, définie à partir du nombre d'employés, du bilan ou du chiffre d'affaires, ne dépasse pas certaines limites ; les définitions de ces limites diffèrent selon le ou les pays.

En Côte d'Ivoire, avant janvier 2012, il n'existait pas de texte juridique clair définissant la notion de PME. Désormais, le Décret N° 2012-05 du 11 janvier 2012 (JORCI N° 02 DU 30/01/2012) subdivise et définit les PME en trois groupes :

- la micro-entreprise qui est définie comme une entreprise qui emploie en permanence moins de dix (10) personnes ou qui réalise un chiffre d'affaires annuel hors taxes inférieur ou égal à trente (30) millions de francs CFA ;
- les petites entreprises, définies comme des entreprises qui emploient en permanence moins de cinquante (50) personnes ou qui réalisent un chiffre d'affaires annuel hors taxes supérieur à trente (30) millions de francs CFA et inférieur ou égal à cent cinquante (150) millions de francs CFA ;
- les moyennes entreprises, définies comme des entreprises qui emploient en permanence moins de deux cent (200) personnes, ou bien réalisant un chiffre d'affaires annuel hors taxes supérieur à cent cinquante (150) millions de francs CFA et inférieur ou égal à un (1) milliard de francs CFA.

Le mot « Start-up » quant à lui, est un terme anglophone d'origine américaine. Il est utilisé pour désigner une jeune entreprise innovante à fort potentiel de croissance.

Une start-up est, dans sa représentation, une entreprise lancée par de jeunes créateurs, dotés d'un esprit d'initiative et d'un certain talent pour l'entrepreneuriat. La start-up véhicule une certaine image de modernité. Ces entreprises en devenir font souvent l'objet de levées de fonds en raison de l'insuffisance de moyens de la part des entrepreneurs pour assurer leur croissance. Le risque d'échec est supérieur à celui des entreprises traditionnelles du fait des petites tailles et du manque de visibilité de ces structures<sup>6</sup>.

### **1.1.1 Importance des PME et Start-ups dans l'économie Ivoirienne**

Les PME constituent l'essentiel du tissu économique de la Côte d'Ivoire, soit 98% des entreprises recensées, largement représentées dans tous les secteurs d'activités. Elles représentent 20% de la richesse nationale, 12 % de l'investissement et 23% de la population active<sup>7</sup>.

Des chiffres qui attestent de l'importance des PME dans l'économie ivoirienne et qui portent à croire que la croissance inclusive tant attendue pour la Côte d'Ivoire à l'horizon 2020, passerait par un développement harmonieux des petites et moyennes entreprises. Si bien que le Gouvernement et les organisations patronales devront s'atteler à conjuguer leurs efforts pour accompagner ces dernières dans la voie du développement durable.

En ce qui concerne les Start-ups, elles regorgent d'énormes potentialités pour l'économie ivoirienne en ce qu'elles participent au développement économique, à la promotion de solutions innovantes porteuses de plus-values et à la réduction du chômage croissant de la population. A ce jour, plusieurs initiatives ont été recensées (8987 sociétés créées en 2015) mais il reste encore beaucoup de potentiel à exploiter<sup>8</sup>.

### **1.1.2 Atouts des PME et les Start-ups ivoiriennes**

Les PME représentent des acteurs clés pour le développement de l'économie ivoirienne. Elles jouent un rôle économique et social très important, à la fois par leur importance dans le tissu économique et par la création d'emplois.

Les PME disposent d'indéniables atouts et potentialités à savoir :

- une flexibilité et une réactivité aux demandes du marché ;
- des savoirs traditionnels et modernes ;

---

<sup>6</sup> CENAT & al, (2016 : 4).

<sup>7</sup> Rapport du Groupe Consultatif du Plan National de Développement (2013 : 10).

<sup>8</sup> Note de Reporting du Centre de promotion des investissements de Côte d'Ivoire (2015 : 3).

- une spécialisation et une innovation dans les différents secteurs ;
- une proximité des consommateurs et des marchés locaux.

De même, les PME participent à l'insertion économique et sociale des catégories les plus vulnérables. Elles sont non seulement un vecteur d'insertion des jeunes mais aussi un vecteur d'intégration des femmes dans le marché du travail et dans l'entrepreneuriat.

Les Start-ups, comme indiqué plus haut, constituent une réponse au chômage grandissant de la population. Elles sont également source de compétitivité et participent à alimenter l'économie locale car elles sont en général fondées et gérées par des locaux. Elles sont installées presque partout sur le territoire national et emploient des travailleurs indépendants locaux.

### 1.1.3 Difficultés des PME et Start-ups ivoiriennes

Malgré ces atouts, les PME et Start-ups ivoiriennes font aujourd'hui face à deux types de difficultés se rapportant au financement et au management.

En effet, accéder au financement demeure malheureusement l'une des difficultés majeures auxquelles les PME sont le plus confrontées. Plus de 70% des PME accèdent difficilement au financement, sur le moyen et long terme. Et près de 60% des prêts disponibles le sont pour moins d'un an<sup>9</sup>.

Les besoins financiers de la PME sont de plusieurs ordres :

- la faiblesse des fonds propres qui d'emblée freine l'accès au financement ;
- le besoin de capital amorçage ;
- le besoin de financer le développement de l'activité ;
- le besoin de financer le fonds de roulement ordinaire ;
- le besoin de financer d'autres services financiers comme la caution sur marché et la caution d'avance de démarrage.

Pour ce qui est des difficultés rencontrées dans le management, elles sont liées à la faiblesse technique et managériale des dirigeants de PME, ainsi que, dans leur grande majorité, au caractère informel de leurs activités. On remarque également que la qualité des ressources humaines et la qualité de l'offre de produits ou de service sont parfois insuffisantes<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Association Française des Investisseurs pour la Croissance (2016 : 20).

<sup>10</sup> Jeune Afrique (2015 : 3-4).

Par conséquent, la contribution des PME reste largement en-deçà des potentialités qu'elles regorgent. Leur taux de mortalité a été très élevé ces dernières années, du fait des crises successives qu'a connues la Côte d'Ivoire.

Concernant les Start-ups, le constat est le même, la difficulté d'accès au financement constitue un frein à la création d'entreprises. Les banques ivoiriennes préfèrent investir dans des projets dits « palpables ». Cette situation peut s'expliquer par le fait que les Start-ups ivoiriennes ne véhiculent pas suffisamment d'image de projet fort et viable. Bien plus, il n'y a pas de véritable exemple de « success story » de Start-up qui pourrait inciter les institutions financières à les voir autrement. Au-delà du financement, un autre frein à la création d'entreprise est le manque d'initiative. Les jeunes ivoiriens sont encore attachés à la « bureaucratie ». Ils rêvent tous en général d'être embauchés après leur cursus académique. Ceux qui décident d'entreprendre manquent aussi le plus souvent de connaissances en matière de business et de marketing. Aussi, y a-t-il un besoin de création d'organismes incubateurs, accélérateurs de projets pour accompagner les entrepreneurs débutants<sup>11</sup>.

#### **1.1.4 Solutions apportées aux PME et Start-ups ivoiriennes**

Beaucoup d'efforts sont fournis afin de mettre en place un cadre favorable à la compétitivité des entreprises et notamment des PME et Start-ups. Il serait difficile d'énumérer avec exhaustivité toutes les solutions existantes, toutefois nous présenterons quelques solutions initiées par l'Etat de Côte d'Ivoire, les organismes sous régionaux et le secteur privé.

##### **1.1.4.1 Solutions gouvernementales**

Face aux difficultés rencontrées par les PME et Start-ups ivoiriennes, l'Etat a mis en place plusieurs solutions notamment :

- le Programme National de Développement (PND), son objectif est de permettre à la Côte d'Ivoire d'être un pays émergent à l'horizon 2020 ;
- le nouveau code des investissements, adopté par le gouvernement ivoirien le 15 juin 2012 ;
- la création du Centre de Promotion des Investissements de Côte d'Ivoire (CEPICI) le 06 septembre 2012, il fédère, coordonne et rationalise l'ensemble des initiatives et

---

<sup>11</sup> La tribune du patronat n° 008 (2015 : 10)

des actions gouvernementales en matières de promotion des investissements et de développement du secteur privé ;

- le Projet d'Appui à la Revitalisation et à la gouvernance des PME (PARE-PME), un projet mis en place grâce à un don de la Banque Mondiale. Il a pour objectif la revitalisation des PME ivoiriennes par l'amélioration de leurs performances dans un contexte de relance post crise ;
- la création d'un fonds dédié au financement des entreprises à travers le Fonds Ivoirien de Développement National (FIDEN) ;
- le projet Phoenix, cette initiative a vu le jour en septembre 2013 avec l'appui de la banque mondiale. Il vise la création en 2020 d'une masse importante de PME compétitives, dynamiques et innovantes contribuant de manière significative au développement socio-économique durable de la Côte d'Ivoire.

Toutes ces actions susmentionnées constituent des avancées en termes de mise en place d'un cadre favorable à la compétitivité des petites entreprises et à la promotion de l'entrepreneuriat. Il appartient aux autorités de mettre en place des actions de communication pour permettre aux assujettis d'avoir l'information.

#### **1.1.4.2 Solutions non gouvernementales**

Nous évoquerons ici des structures à caractère public international et des structures typiquement privées.

##### **➤ Structures publiques sous régionales**

Il s'agit principalement de structures à vocation sous régionale ou internationale notamment :

- le Fonds Africain de Garantie et de Coopération Économique (FAGACE) : c'est une institution financière internationale dont le métier est de favoriser les investissements des organisations publiques et des entreprises privés. Ces missions sont articulées autour de plusieurs axes que sont : la garantie des prêts, la facilitation de l'accès à l'emprunt par un allègement de ses conditions (bonification du taux d'intérêt ou l'allongement de la durée de crédit) et la prise de participation dans le capital social d'entreprises nationales ou régionales ;

- le Fonds Régional de Garantie pour les Investissements Privés en Afrique de l'ouest (GARI) basé à Lomé : le principal objectif de ce fonds est d'aider au développement du secteur privé, en soutenant le financement des investissements qui en relèvent. Ce soutien prend la forme de garanties de crédits à moyen et long termes consenties aux banques et établissements financiers, et de garanties d'opérations de mobilisation de ressources effectuées par les entreprises privées intervenant dans les Etats de la Communauté Economique des Etats d'Afrique de l'Ouest (CEDEAO).
- la Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM) : elle envisage élargir les compartiments pour permettre aux PME d'accéder au financement, même si elles ne veulent pas nécessairement être cotées en Bourse. Cette option d'un nouveau type devrait être bientôt fonctionnelle.

En plus de toutes ces solutions, plusieurs structures privées essayent d'apporter d'autres solutions aux PME.

#### ➤ Structures privées

Nous parlerons des fonds de capital-risque, des institutions spécialisés dans le crédit-bail, des cabinets de conseils aux PME et des incubateurs de start-ups.

Selon ZOPOUNIDIS (1990 : 15), le capital risque est un financement par injection en fonds propres dans les entreprises récentes ou plus âgées, mais amorçant une nouvelle étape significative de croissance, de préférence dans des secteurs où les perspectives de développement sont importantes. Le but de cette opération est la réalisation d'une plus-value, dans un cadre de collaboration active lorsque cela est possible. Parmi les structures de capital investissement, l'on peut citer :

- Cauris Investment SA : c'est la première société de Capital Investissement à vocation sous régionale dont l'activité couvre les huit (08) Etats membres de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA). Elle investit dans des entreprises à fort potentiel de croissance et de rentabilité.
- Investisseurs & partenaires (I&P) : est un ensemble de fonds d'impact dédié entièrement au continent africain. Son objectif est de soutenir des entreprises africaines responsables, à forte valeur ajoutée et capables de développer une activité

rentable et durable. Il s'appuie sur un modèle combinant des instruments financiers à un accompagnement stratégique et opérationnel.

En ce qui concerne le crédit-bail ou leasing, il se définit comme un contrat par lequel une société financière (le crédit bailleur) mets un bien (meuble ou immeuble) à la disposition d'une entreprise pour une période déterminée, contre paiement d'une redevance périodique. Au terme du contrat, l'entreprise bénéficiaire a généralement le choix entre plusieurs options : soit restituer le bien, soit l'acquérir pour un montant défini lors de la conclusion du contrat, soit de renouveler le contrat à des conditions le plus souvent moins coûteuses<sup>12</sup>. Il existe des institutions spécialisées dans le crédit-bail en Côte d'Ivoire comme Alios Finance Côte d'Ivoire et Bank of Africa (BOA).

Partant du constat que les PME ont aussi besoin de mise à niveau, les cabinets de conseils mettent au service de ces dernières leur expertise et assistance technique, cela va de la tenue d'une comptabilité au montage de business plans adaptés à leur besoins spécifiques de financement. On distingue plusieurs cabinets de conseils en Côte d'Ivoire tel que PME Consulting Group.

L'incubateur d'entreprise est un dispositif mis en place pour accompagner les porteurs de projets innovants de création d'entreprise. Il crée donc un environnement de soutien logistique, technique et financier, qui aide des groupes de jeunes entrepreneurs sélectionnés à survivre à des difficultés de démarrage d'une nouvelle entreprise, en évoluant sous l'encadrement des spécialistes métiers. A titre illustratif nous pouvons citer Cofina Start-up House, le premier incubateur créé par une institution financière dans la sous-région.

Malgré les efforts conjoints des différents acteurs pour le renforcement de la capacité et de la compétitivité des PME/ Start-ups, nous constatons une faible amélioration de leurs activités. Nous avons ainsi identifié certaines limites aux solutions préconisées jusque-là.

#### **1.1.4.3 Quelques limites des solutions proposées**

A partir de l'analyse faite des différentes solutions apportées aux PME et Start-ups, nous constatons qu'elles contiennent des limites.

D'abord, la plupart des PME et Start-ups, étant des entreprises familiales ou des entreprises unipersonnelles, il se pose un problème de gouvernance avec les apporteurs de capitaux

---

<sup>12</sup> GOVOEI (2007 : 55)

propres, précisément au niveau du capital risque. D'autre part, pour les banques, une offre fortement concentrée sur les crédits à court terme, et qui exclut quasiment les PME relevant du secteur agricole, y compris la pêche. La répartition des crédits à la clientèle montre une nette préférence aux crédits à court terme qui représentent 45% des concours à la clientèle.

Il convient aussi de noter que les institutions financières existantes exigent généralement plusieurs garanties de la part des PME et Start-ups comme condition d'octroi des prêts avec des taux exorbitants.

Quant aux fonds d'investissement, le montant minimal à allouer aux entreprises est souvent trop élevé pour être supporté par les petites entreprises.

Au vu de toutes les limites des solutions jusqu'ici apportées aux PME, nous pensons que le financement participatif (crowdfunding) pourrait jouer un rôle important dans le financement des PME et Start-up ivoiriennes.

## **1.2 Crowdfunding comme solution au développement des PME en Côte d'Ivoire**

Dans cette section, nous présenterons la notion de crowdfunding, les différents modèles existants et son fonctionnement. Par la suite, nous mettrons en exergue l'intérêt pour les PME et Start-ups ivoiriennes de recourir au crowdfunding pour leur développement.

### **1.2.1 Définition et objectifs du crowdfunding**

Le terme anglais crowdfunding signifie littéralement « financement par la foule ». En français, le terme « financement participatif » prévaut. Il s'agit d'un mécanisme qui permet de collecter les fonds nécessaires à la réalisation de projets, qu'ils proviennent d'entreprises ou de particuliers. Ces fonds sont collectés auprès d'un large public de particuliers (internauts) par le biais de plateformes internet qui offrent une visibilité aux différents projets (DEHORTER, 2013 : 4).

Cette approche propose des méthodes et des outils de transaction financière basés sur une désintermédiation des acteurs traditionnels de la finance comme les banques. Il s'agit d'offrir la possibilité à chaque membre de la communauté d'investir une certaine somme d'argent qui, cumulée à celle des autres membres, permet de financer un projet.

Le crowdfunding existe sous plusieurs formes, lesquelles vont d'une simple donation à une prise de participation dans une entreprise. Il s'organise grâce à un intermédiaire,

une plateforme de crowdfunding, qui opère sur Internet. Le but de cette plateforme est de permettre aux investisseurs et entrepreneurs de se rencontrer et d'encadrer la levée des fonds.

L'objectif principal du crowdfunding est pour un entrepreneur de tirer profit de l'effet de levier conséquent que peuvent représenter des petites contributions générées par un nombre important de personnes. Contrairement au système bancaire classique, la philosophie du financement participatif n'est pas de tirer seulement un profit de son investissement mais d'aider, de soutenir un porteur de projet à concrétiser son idée (LAPLUME 2013 : 5).

### **1.2.2 Modèles de Crowdfunding**

On distingue trois modèles de crowdfunding, en les caractérisant selon la contrepartie accordée à l'investisseur par le porteur du projet suite au financement de ce dernier.

#### **- Le don (Donation crowdfunding)**

Une personne physique ou morale effectue une contribution financière à un projet sans aucune attente de rendement financier sur cette contribution. Cependant, des gratifications en fonction des sommes engagées par le contributeur peuvent éventuellement être proposées par le porteur de projet (remerciements, dédicaces, billetterie ou échantillons gratuits ou bien toute gratification symbolique).

#### **- Le prêt (Crowdlending)**

La personne physique (l'épargnant) ou morale prête une somme d'argent afin de financer un projet. La somme prêtée doit être rendue aux épargnants avec ou sans intérêts (les modalités du prêt sont fixées par la plateforme ou par le porteur de projet). Le porteur de projet s'engage par contrat à rembourser les prêteurs. Toutefois, un risque de perte totale ou partielle du capital investi existe pour l'investisseur, en cas d'échec du projet et/ou d'absence de garantie de prêt.

#### **- L'investissement contre prise de participations (Equity crowdfunding)**

Une personne physique ou morale (une entreprise) accepte d'investir dans un projet à condition d'acquérir des parts de l'entreprise à l'origine du projet. La collecte de fonds peut se faire sous la forme d'une souscription en actions ordinaires ou en obligations.

Chacun des modèles ci-dessus énoncés, présente des avantages et des inconvénients ce que l'on peut déceler à travers le tableau suivant.

**Tableau 1: Récapitulatif des forces et faiblesses du financement participatif**

Mode	Avantages	Inconvénients
<b>Dons</b>	Rapidité Communication Pas de dilution Garde le contrôle de la société Pas de remboursement de prêts	Absence de contrepartie financière Coût d'utilisation de la plateforme
<b>Prêts</b>	Taux d'intérêt (négociés) Pas de dilution Rapidité Communication	Remboursement de l'emprunt à court terme Absence de garanties Risque de défaut
<b>Investissement</b>	Rapidité Simplicité Communication Accompagnement et suivi	Dilution Risque de perte de tout ou partie du capital investi Risque d'illiquidité

Source : Nous-même à partir de la littérature

### 1.2.3 Fonctionnement du crowdfunding

Cette partie fournit une description du fonctionnement du crowdfunding à travers les différents acteurs qui y interviennent et le processus de crowdfunding a proprement dit.

#### 1.2.3.1 Acteurs du Crowdfunding

Le financement participatif est composé de trois principaux acteurs, les entrepreneurs d'une part, les investisseurs d'autre part et finalement les plateformes qui vont jouer le rôle d'intermédiaire.

- **Les entrepreneurs / start-ups** : ils ont recours au crowdfunding en raison des difficultés d'accès au financement auxquelles ils sont confrontés. Egalement, pour bénéficier du large public qu'il offre.

- **Les plateformes/intermédiaires** : elles peuvent être considérées comme des catalyseurs d'innovation, qui offrent les moyens et les systèmes pour permettre de faire du crowdfunding. Elles facilitent la transaction entre entrepreneurs et investisseurs grâce à leur savoir et leur expérience (DANMAYR, 2013 : 8).
- **Les Investisseurs** : Au-delà de sa contribution monétaire, l'investisseur peut encore jouer d'autres rôles importants pour aider le projet, tels que sensibiliser son entourage à propos du projet qu'il soutient pour pouvoir atteindre l'objectif de financement le rapidement possible ; utiliser son expérience, son savoir-faire pour donner des conseils à l'entrepreneur ou au porteur de projet. Donner du feedback ainsi que partager son opinion sur la direction que prend le projet fait aussi partie de ses responsabilités (GERBER & al, 2012 : 10).

### 1.2.3.2 Processus de crowdfunding

Il s'agit de présenter le processus de crowdfunding au niveau de l'entrepreneur et de la plateforme.

#### ❖ Au niveau de l'entrepreneur

Nous aborderons ici les étapes d'une campagne de crowdfunding. La recherche d'une plateforme adéquate constitue la première étape ensuite vient la recherche d'investisseurs et finalement la période post-financement. Il convient de préciser que le crowdfunding commence généralement quand une personne ou une entreprise ayant un certain projet estime que la meilleure solution pour le financer est de lancer une campagne de crowdfunding. Il espère ainsi pouvoir réaliser ce projet grâce aux contributions de plusieurs personnes. Bien que le financement soit souvent la raison principale pour faire appel, l'entrepreneur peut avoir d'autres motifs parfois très variés.

#### - La recherche d'une plateforme adéquate

Il s'agit pour l'entrepreneur ou le porteur de projet de trouver la plateforme qui réponde aux objectifs qu'il veut atteindre. Ce moment est crucial pour l'entrepreneur dans la mesure où il existe plusieurs plateformes possédant chacune ses spécificités. Tout dépend de ce que l'entrepreneur est prêt à donner en échange des contributions. Veut-il simplement des donations, ou est-il prêt à emprunter de l'argent en le rémunérant par des intérêts ? Il peut même aller plus loin en ouvrant le capital de son entreprise aux investisseurs.

Il est également important de s'informer sur la manière dont la plateforme se rémunère. D'autres variables sont aussi à prendre en compte, notamment la question de savoir quand l'argent sera-t-il octroyé aux entrepreneurs? En effet il existe deux méthodes de collecte notamment la méthode du « all or nothing » et celle du « keep it all ». Dans la première l'entrepreneur ne reçoit l'argent que si l'objectif de financement a été atteint. Tandis que la seconde lui garantit de toucher les fonds même si l'objectif de financement n'est pas atteint (DE BUYSERE & AL, 2013 : 20).

#### - **La recherche des fonds**

Dès que la plateforme idéale a été trouvée, il faut trouver les fonds pour financer le projet. Pour cela, l'entrepreneur va devoir convaincre trois cercles d'influences, qui sont déterminés sur base de leur distance avec le porteur de projet. Tout d'abord il y a son l'entourage proche, ses amis et sa famille, ensuite il y a le relais d'influence qui contient les amis de ses amis, et finalement le grand public, qui partage la même passion que lui.

La mission du porteur de projet est de parvenir à motiver son entourage proche de la validité de son projet. Ensuite, c'est cet entourage qui se mobilisera et en fera la publicité pour attirer le grand public.

#### - **La période post-financement**

C'est durant cette période que l'entrepreneur pourra effectivement créer son projet. Ici encore, les attentes diffèrent fortement en fonction du type de financement participatif, si le projet est basé sur un retour financier pour les investisseurs l'entrepreneur devra faire part de la santé financière du projet et les tenir informés de son développement.

#### ❖ **Au niveau de la plateforme**

La levée de fonds au niveau de la plateforme est organisée autour de cinq (5) étapes.

#### - **La sélection du porteur de projet par la plateforme**

Les plateformes se réservent le droit de sélectionner les porteurs de projet à présenter aux contributeurs et investisseurs selon leurs propres critères d'éligibilité. Le revenu des plateformes dépend en effet de l'aboutissement et de la popularité du projet publié.

- **La rédaction et publication de la page projet**

Le porteur de projet fait une proposition en détaillant l'origine, les étapes et les objectifs du projet ainsi que sa biographie ; le montant (total et par dépenses), la durée et les conditions de la collecte selon le mode de levée de fonds ; les contreparties éventuellement offertes, l'échéancier de remboursement ou le retour sur investissement espéré. En outre, le porteur de projet peut utiliser un visuel pertinent et attractif afin de se démarquer de ses concurrents.

- **La Collecte des fonds**

Les contributeurs sont libres d'investir le montant souhaité. Pour chaque contribution, un contrat à distance est conclu et dans les cas de prêt ou titres financiers, un questionnaire de connaissance des risques encourus est à remplir avant la finalisation de la collecte pour chaque investisseur.

- **La réalisation du projet**

En cas d'atteinte ou de dépassement du montant de la collecte, le porteur de projet peut bénéficier des fonds collectés pour réaliser son projet. La plateforme perçoit alors une commission sur les fonds effectivement collectés en guise de remboursement des frais de transaction et de gestion liés à l'opération.

- **Le remboursement des prêts et revente des titres financiers**

Les conditions de remboursement et/ou de retrait du capital sont indiquées dans le contrat préalablement signé.

#### **1.2.4 Intérêt pour les PME et Startups ivoiriennes de recourir au crowdfunding**

Dans un contexte où les banques restreignent leurs crédits, le crowdfunding apparaît comme un levier de mobilisation supplémentaire des épargnants (MOLLICK, 2014 : 25) dans un esprit de réappropriation citoyenne du financement.

En matière de financement des entreprises, la popularité du crowdfunding s'explique par la difficulté d'accès des entrepreneurs au financement, particulièrement en phase d'amorçage (SATORIUS & al, 2010 : 13), mais également par la facilité et la rapidité de levée de fonds qu'offre ce mécanisme (KOZLOWSKI, 2011 : 15).

Les PME et Start-ups ivoiriennes gagneraient à recourir à ce nouveau mode de financement en plein essor car il permet entre autres de :

- **ne plus être dépendant des banques** : obtenir un prêt bancaire pour lancer un service ou un produit innovant s'avère de plus en plus difficile, voire impossible pour certains projets créatifs. Au-delà des efforts déployés et du temps consacré pour obtenir un financement bancaire, celui-ci comporte en outre des risques et des contraintes comme les échéances et taux de remboursement.
- **profiter d'une publicité gratuite** : une campagne de crowdfunding peut être, lorsqu'elle est bien menée, un fabuleux tremplin pour tout projet. Le financement participatif, en général, permet d'interagir avec un large public d'une manière innovante en bénéficiant de retours d'informations précieux sans le moindre frais. La communication se fait de façon efficace et rapide à travers des supports facilement accessibles (photos, vidéos et documents téléchargeables librement). L'information est relayée par les internautes comme par les réseaux sociaux. Dès lors l'entrepreneur suscite l'effervescence et l'intérêt, avant même que le produit soit mis en production.
- **valider une idée et un marché potentiel** : le financement participatif permet de confronter le projet de l'entrepreneur à la réalité; de voir si d'autres personnes y croient, et si elles partagent les valeurs qu'il véhicule. Leur volonté d'y contribuer constitue un élément solide confirmant un marché potentiel pour le projet. A l'inverse, tout commentaire négatif ou tout faible taux de contribution, peuvent permettre une remise en cause et une refonte, parfois salutaire, du projet.
- **contrôler son projet** : conserver tous les droits et rester maître de son projet est l'un des atouts essentiels du financement participatif. Ne pas être soumis aux décisions de partenaires financiers est en effet l'un des grands avantages.
- **accroître sa crédibilité** : réussir à promouvoir un projet et à obtenir la confiance des internautes-contributeurs accroît la crédibilité du porteur de projet face à n'importe quel interlocuteur.

Toutefois, il faut garder à l'esprit que le financement participatif n'est pas une baguette magique. Comme toute autre initiative, il exige le déploiement d'efforts ciblés importants et demande beaucoup de travail (COMMISSION EUROPEENNE, 2015 : 8).

### 1.3 Etude de marché

Notre projet porte sur la création d'une plateforme basée sur le modèle equity crowdfunding pour le financement des projets innovants. Ce projet sera mis en place en Côte d'Ivoire avec pour principales cibles les PME et Start-ups. Cette initiative vient répondre aux difficultés que celles-ci rencontrent en phase d'amorçage et de croissance.

En vue de s'assurer de l'opportunité de la mise en place de ce projet, il s'agira dans cette partie de faire l'analyse de l'environnement du pays, l'analyse de la demande et celle des concurrents potentiels. Les conclusions de ces analyses serviront à déterminer les leviers qui nous permettront de prendre de l'avance sur ces derniers et de proposer une offre qui répond aux attentes des clients.

#### 1.3.1 Analyse de l'environnement

L'analyse de l'environnement se fera selon le modèle PESTEL par lequel nous décrirons six (6) facteurs (politique, économique, social, technologique, écologique et légal) relatifs à l'environnement de la Côte d'Ivoire. Mais avant, il convient de présenter brièvement le pays.

La Côte d'Ivoire, est un pays d'Afrique de l'Ouest, membre de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) et de la Communauté Economique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO). D'une superficie de 322 462 km<sup>2</sup>, sa population est de 22,6 millions d'habitants. Colonie française, la Côte d'Ivoire est devenue indépendante le 07 Août 1960; c'est une république, dirigée par un gouvernement démocratique. Elle a pour capitale politique, Yamoussoukro (Abidjan demeurant la capitale économique), pour langue officielle le français et pour monnaie, le franc CFA<sup>13</sup>.

##### 1.3.1.1 Environnement politique

Après une période de crise politique et sociale (2002-2011), l'environnement politique ivoirien est apaisé avec une démocratie renforcée. Cependant, cette situation reste fragile en raison des conflits politiques sous-jacents et de la menace terroriste à laquelle doit faire face le pays. En effet, le 13 mars 2016, la station balnéaire de Grand Bassam a été le théâtre d'un attentat meurtrier. Il s'agissait de la première attaque terroriste dans l'histoire du pays<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> BANQUE AFRICAINE DE DEVELOPPEMENT, Document stratégie pays (2013 : 8).

<sup>14</sup> FONDS MONÉTAIRE INTERNATIONAL, World Economic Outlook Database (2016: 20).

### 1.3.1.2 Environnement économique

Depuis la fin de la crise post-électorale et durant ces quatre dernières années, la Côte d'Ivoire connaît un succès économique impressionnant, illustré par une croissance rapide de son PIB qui est l'un des taux de croissance le plus élevé de l'Afrique Sub-Saharienne.

En effet, en 2015, la croissance s'est élevée à 8,2% du PIB, portée par le dynamisme de l'agriculture et des services et par les grands travaux publics. L'inflation quant-à-elle, est restée contenue (1,2%), de même que le déficit budgétaire (3% du PIB). Tous les secteurs ont profité d'une demande globale vigoureuse et d'une poussée de l'investissement autant privé que public. Les raisons de cette croissance sont étroitement liées au plan de redressement mis en place par le gouvernement en 2012 (PND).

En dépit de ses succès économiques, l'environnement des affaires en Côte d'Ivoire reste perfectible. Le rapport Doing Business 2015 classe la Côte d'Ivoire 147e sur 189 pays, elle gagne donc 11 places entre 2014 et 2015. Son ambition est d'intégrer le top 50 des pays disposant du meilleur environnement des affaires à moyen terme. Il lui faudra pour y parvenir continuer de simplifier les procédures administratives nécessaires à la création d'entreprises d'une part et assurer une sécurité juridique plus efficace aux entrepreneurs d'autre part. Par ailleurs, comme dans de nombreux pays d'Afrique, les difficultés liées de l'accès au crédit bancaire constituent un frein à l'entrepreneuriat et à la pérennité des entreprises (notamment les plus petites) en Côte d'Ivoire<sup>15</sup>.

### 1.3.1.3 Environnement social

Au plan social, la Côte d'Ivoire compte 22,6 millions d'habitants dont 17.172.297 d'ivoiriens, soit 75,8% et 5.491.972 d'étrangers, soit 24,2% de la population. C'est une population relativement jeune avec 36,2% dont l'âge oscille entre 15 et 34 ans et 77,7% de zéro à 35 ans. Elle est composée en majorité d'hommes, soit 51,7% contre 48,3% de femmes. Il faut préciser que 49,7% de la population vit en zone urbaine contre 50,3 % en zone rurale, la ville d'Abidjan étant la plus peuplée avec 4.707.000 habitants, soit 20% de la population ivoirienne<sup>16</sup>. Le chômage et la pauvreté restent les problèmes majeurs de la population. La dernière étude réalisée par la Banque Mondiale en 2015 estimait à 42% le taux de

---

<sup>15</sup> Rapport du Groupe Consultatif du Plan National de développement (2016 : 2-5).

<sup>16</sup> Rapport du Ministère de L'emploi, des Affaires Sociales et de la Formation Professionnelle (2014 : 10-15).

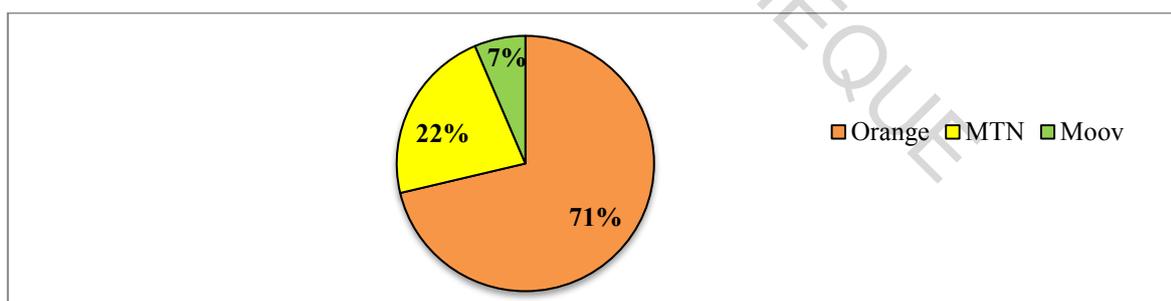
pauvreté. Il en résulte une espérance de vie à la naissance relativement faible (autour de 58 ans).

#### 1.3.1.4 Environnement technologique

Le secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) connaît une forte dynamique portée par la téléphonie mobile et l'internet. Le nombre d'abonnés à la téléphonie mobile s'élève à 24,5 millions repartis entre trois opérateurs (Orange, MTN et Moov). L'accès à internet est également en progression, avec six opérateurs (Orange, MTN, Aviso, Vipnet, Alink, Yoomee) qui fournissent des prestations à environ 8 millions d'utilisateurs. A côté de la téléphonie et de l'internet, se développe un marché de services connexes en pleine expansion à savoir l'e-money, l'e-banking, l'e-commerce avec 8 millions d'utilisateurs en 2015. La téléphonie mobile développe des services mobiles money qui ont connu une croissance avec 6 millions d'utilisateurs repartis entre trois (3) opérateurs pour un flux financier estimé à plus de 15 milliards de F CFA de flux journaliers en 2015.

Le secteur des télécommunications devrait connaître un bond qualitatif avec la mise en exploitation en 2015 de 2000 km de fibres optiques pour accroître la couverture du territoire national. Pour la période 2016-2020, 5000 km de fibre optique supplémentaires seront installés afin d'assurer le maillage total du territoire national<sup>17</sup>.

**Figure 1 : Part de marché selon le nombre d'abonnés mobile money**



Source : Autorité de Régulations des Télécommunications en Côte d'Ivoire (2016).

#### 1.3.1.5 Environnement écologique

L'engagement du secteur privé dans l'économie verte est réel en Côte d'Ivoire. Les instruments juridiques et économiques appliqués dans le cadre de la politique

---

<sup>17</sup> (Source: Ministère de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication, Côte d'Ivoire).

environnementale y contribuent de façon significative. En effet, le cadre institutionnel et juridique contraint les entreprises privées à prendre en compte les préoccupations environnementales dans le cadre de leurs activités sous peine de sanction légale. Même si de nombreuses activités non viables vis-à-vis de l'environnement échappent encore à la réglementation, le dispositif existe et peut être renforcé. Ce cadre juridique apparaît comme le cadre privilégié pour amener les entreprises à intégrer logique économique et logique environnementale dans leur process<sup>18</sup>.

### **1.3.1.6 Environnement légal**

Le cadre juridique du secteur des TIC est régi par l'Ordonnance n°2012-243 du 21 mars 2012. Elle apporte des innovations majeures dans le cadre légal et réglementaire des activités de Télécommunications/TIC<sup>19</sup>. Ces innovations portent notamment sur :

- la définition de trois (3) régimes juridiques, basés sur le principe de la neutralité technologique, pour l'entrée sur le marché des Télécommunications/TIC;
- l'information transparente des acteurs et du public et l'instauration de la consultation publique dans les processus de prise de décision ;
- l'encadrement juridique des prestations d'accès et d'interconnexion, y compris de partage d'infrastructures, de dégroupage et de co-localisation ;
- la définition des conditions d'accès aux domaines publics ;
- la définition de nouvelles infractions apparues avec l'évolution des technologies dans le secteur des Télécommunications/TIC, et le renforcement des sanctions existantes ;
- l'introduction de dispositions spécifiques pour la protection des consommateurs ;
- la définition du service universel, de son contenu et des modalités de sa mise en œuvre;
- la prise en compte de la gouvernance de l'Internet par la création d'un cadre juridique de gestion des noms de domaines et d'adresses Internet ;
- l'instauration d'une concurrence loyale entre les opérateurs du secteur des télécommunications.

---

<sup>18</sup> Rapport Pays du Programme des Nations Unies pour l'environnement (2015 : 18).

<sup>19</sup> Source : Ministère de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication, Côte d'Ivoire.

**Tableau 2 : Analyse PESTEL**

<b>Eléments</b>	<b>Composantes</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<b>POLITIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Risque politique</li> <li>☞ Lois et politique fiscale</li> <li>☞ Politique monétaire</li> <li>☞ Législation sociale et du travail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Fin de la crise par le démarrage des activités économiques</li> <li>☞ Fiscalité souple pour les investissements en fonds propres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Stabilité politique fragile</li> <li>☞ Menace terroriste</li> </ul>
<b>ECONOMIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Taux d'inflation, d'intérêt</li> <li>☞ Pouvoir d'achat</li> <li>☞ Politiques économiques et budgétaires</li> <li>☞ Croissance économique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Taux d'inflation maîtrisé</li> <li>☞ Taux d'intérêt en baisse dans la zone</li> <li>☞ Bonne croissance économique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Pouvoir d'achat faible</li> <li>☞ Taux de chômage élevé</li> </ul>
<b>SOCIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Démographie</li> <li>☞ Niveaux d'éducation</li> <li>☞ Taux de croissance de la population</li> <li>☞ Lois sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Population en forte croissance (2,3%/an)</li> <li>☞ Population jeune</li> <li>☞ Société civile active</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Taux de chômage élevé</li> <li>☞ Taux de pauvreté</li> </ul>
<b>TECHNOLOGIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Dépense de l'Etat en recherche et développement</li> <li>☞ Transfert de technologie</li> <li>☞ Intensité et création technologique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Accès aux TIC en hausse</li> <li>☞ Disponibilité d'une main d'œuvre qualifiée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Faible financement de la recherche</li> <li>☞ Faible transfert de la technologique</li> </ul>
<b>ENVIRONNEMENTAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Responsabilité sociale</li> <li>☞ Interconnexion avec les autres Etats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Entreprises moins polluées</li> <li>☞ Bon réseau routier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Absence de réglementation sur l'environnement</li> </ul>
<b>LEGAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Droit du travail</li> <li>☞ Normes comptables</li> <li>☞ Les jurisprudences</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ SMIG élevé</li> <li>☞ Normes comptables efficaces</li> <li>☞ Lutte contre la corruption</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Justice inefficace</li> <li>☞ Corruption élevée</li> </ul>

Source : Nous-même

### 1.3.2 Analyse de la demande

L'analyse de la demande vise à déterminer les potentiels clients de la plateforme et à s'enquérir de leur perception du crowdfunding.

Selon la chambre de commerce de Côte d'Ivoire, le nombre d'entreprises déclarées en 2012 s'élevait à 18615 entreprises, dont la répartition est la suivante :

**Tableau 3 : Répartition du nombre d'entreprises déclarées selon la taille (2008-2012)**

Taille de l'entreprise	Critère selon le CAHT (en f CFA)	2008	2009	2010	2011	2012
Micro Entreprise	< 30 millions	1377	2048	4181	8324	11181
Petite Entreprise	30 millions -150 millions	1218	1557	2115	2751	3500
Moyenne Entreprise	150millions - 1 milliards	1254	1432	1912	2228	2788
Grande Entreprise	1 milliards - 100 milliards	692	790	906	950	1121
Très grande Entreprise	>100 milliards	14	22	27	30	25
<b>TOTAL</b>		<b>4555</b>	<b>5849</b>	<b>9141</b>	<b>14283</b>	<b>18615</b>

Source : Chambre de commerce de Côte d'Ivoire, données disponibles.

En 2015, le pays comptait 8987 entreprises nouvellement créées soit un pourcentage de croissance de 50% par rapport à 2014.

**Tableau 4 : Création d'entreprises en Côte d'Ivoire**

Eléments	2014	2015	Evolution
Nombre de sociétés créées	5983	8987	50%

Source : Centre de Promotion des Investissements de Côte d'Ivoire, données disponibles.

Tous ces chiffres permettent d'affirmer qu'il existe un marché potentiel pour notre offre.

#### 1.3.2.1 Méthodologie adoptée pour l'analyse de la demande

En vue de connaître l'opinion des différents acteurs sur l'offre de produit que nous comptons mettre en place, nous avons réalisé une enquête sur la perception du crowdfunding. Cette enquête avait pour objet d'analyser les réactions des individus vis-à-vis du crowdfunding d'entreprises, leurs intentions d'utiliser ce système de financement comme un placement financier, leurs motivations et leurs freins éventuels.

L'enquête a été faite à partir d'un questionnaire<sup>20</sup> administré à 500 personnes. Pour se faire nous avons utilisé l'outil Google forms afin de pouvoir collecter un maximum de réponses.

### 1.3.2.2 Résultats de l'enquête sur la perception du crowdfunding

Nous avons interrogé cinq cent (500) personnes dont 61% des hommes et 39% des femmes. L'âge de notre échantillon était compris entre 18 et 64 ans. La proportion la plus élevée des personnes interrogées est celle de 25 à 34 ans. Le niveau d'épargne le plus élevé est compris dans l'intervalle de 0 à 30 000 F CFA. L'épargne est habituellement placée dans un compte d'épargne (59,5%), dans un compte courant (25,3%) ou thésaurisée (20,3%)<sup>21</sup>.

De façon générale, les interlocuteurs, porteurs de projets comme épargnants marquent un intérêt pour le crowdfunding même si la majeure partie (99%) d'entre eux n'ont encore jamais utilisé ce mode de financement. Certains (47,4%) sont prêts à y investir un montant moyen de moins de 65 000 F CFA, tandis que d'autres sont prêts à aller au-delà voire jusqu'à 250 000 F CFA.

Avertis du risque de perte totale du capital investi, les interlocuteurs déclarent l'accepter à 64% et sont plus intéressés pour le modèle de crowdfunding basé sur l'actionnariat (75%).

Parmi les motivations qui les conduiraient à investir, on note en premier lieu l'opportunité de participer à un projet (56,6%), ensuite aider au développement du pays (42,1%) et enfin diversifier ses investissements (34,2%) ou favoriser l'innovation (34,2%). Les principales causes de réticences seraient liées à l'insuffisance d'informations sur le projet (64,5%), au flou juridique ivoirien autour du crowdfunding (42,1%) ou aux risques présentés par les projets proposés (42,1%). Les trois éléments principaux sur lesquels se fondent leurs décisions sont la qualité du projet (78,9%), la qualité de l'équipe portant le projet (53,6%) et les perspectives de plus-values (42,2%). Par ailleurs, ils se basent aussi sur la qualité et le sérieux de la plateforme de crowdfunding. Les projets dans lesquels ils souhaiteraient investir sont les sociétés en démarrage (47,4%) et les sociétés déjà existantes (42,1%). Cela marque un véritable engagement aux côtés des entrepreneurs puisqu'au-delà de leur argent, les interlocuteurs sont prêts à apporter leurs conseils (75%), leurs expertises (62%) et leurs réseaux (entourage et réseaux sociaux) aux sociétés dans lesquels ils investiront. Seuls 3,8% d'entre eux déclarent ne rien vouloir apporter.

---

<sup>20</sup> Voir annexe 1 : questionnaire de l'enquête sur la perception du crowdfunding

<sup>21</sup> Voir annexe 2 : résultats de l'enquête

En outre, le modèle d'investissements via une holding retient 67% des préférences contre 33% pour l'actionnariat direct. Tous (porteurs de projets comme épargnants) s'accordent sur un modèle de plateforme avec frais de souscription uniquement lors de la souscription (58%) ou des frais réduits lors de la souscription plus des frais à la sortie (26%). A cet effet, ils sont prêts à payer un montant de frais compris entre 30 000 et 50 000 FCFA. Pour se faire, ils aimeraient disposer de plusieurs moyens de paiement notamment, le paiement par virement bancaire (57%), le paiement en ligne (39,2%), le paiement par mobile money (34,2%) et le paiement en espèce (27,8%).

En somme, ces résultats nous permettent d'être confiants quant aux parts de marché que nous pourrions capter car la majorité des choix des interlocuteurs sont pris en compte par notre offre.

### **1.3.3 Analyse de la concurrence**

L'analyse de la concurrence faite à partir de la méthode des cinq (5) forces de Michael Porter, permettra de mettre en relief l'intensité concurrentielle sur le marché du financement d'entreprises en Côte d'Ivoire, le pouvoir de négociation des clients et des fournisseurs, la menace des produits substitués au crowdfunding et celle des nouveaux entrants.

#### **1.3.3.1 Concurrence**

L'offre de services financiers aux PME et Start-ups ivoiriennes est assurée par un ensemble d'acteurs parmi lesquels on peut citer les établissements de crédit (24 établissements de crédits dont 23 banques et un établissement financier), les systèmes financiers décentralisés (62 institutions de microfinance), les fonds d'investissement (50 sociétés de gestion de fonds d'investissements actifs) et les entreprises de capital-risque (10 structures)<sup>22</sup>.

Concernant l'appui technique, il est assuré par les incubateurs, les cabinets privés et les partenaires financiers qui soutiennent les PME et Start-ups dans leur processus de croissance et de développement.

#### **1.3.3.2 Clients**

Les potentiels clients de la plateforme sont les promoteurs de Start-up et dirigeants de PME. Les investisseurs potentiels sont les populations majeures vivant en Côte d'Ivoire ou non,

---

<sup>22</sup> Trésor public de la Côte d'Ivoire.

ayant un intérêt pour le crowdfunding et les projets à fort potentiel de croissance. Ces derniers ont des exigences en termes de qualité de prestations et de rentabilité de leurs investissements.

### **1.3.3.3 Fournisseurs**

Les potentiels fournisseurs sont l'ensemble des partenaires techniques et financiers ainsi que les fournisseurs de matériels nécessaires au fonctionnement de la plateforme (meublier de bureau, matériel informatique, logiciels et applications, etc.). La présence d'un grand nombre d'acteurs augmentera le pouvoir de négociation.

### **1.3.3.4 Produits substitués**

Dans la mesure où il existe plusieurs sources de financement, les entrepreneurs ont la possibilité de se tourner vers des moyens autres que celui de crowdfunding notamment la famille et les amis, les économies personnelles, les crédits bancaires, etc. En outre, ils peuvent également avoir recours aux investissements providentiels. Néanmoins, ces solutions ne sont pas forcément avantageuses pour eux ni facilement accessibles.

### **1.3.3.5 Nouveaux entrants**

L'Etat Ivoirien s'est donné comme objectif de faire de la Côte d'Ivoire un pays émergent à l'horizon 2020, dans cette lancée, l'amélioration du climat des affaires et la promotion des PME sont en première ligne. Ainsi, plusieurs réflexions sont en cours pour résoudre le problème de l'accès au financement des PME, dans cette recherche de solutions, plusieurs investisseurs pourraient se pencher sur le crowdfunding et mettre sur place des plateformes allant dans la même optique que la nôtre.

## **1.3.4 Cadre réglementaire d'une plateforme de Crowdfunding en Côte d'Ivoire**

Pour ce qui concerne le crowdfunding, nos entretiens avec les responsables de la chambre de commerce de Côte d'Ivoire nous permettent d'affirmer qu'il n'y a pas encore de législation dans le domaine. Les autorités (ministères de l'économie et des finances) sont encore en réflexion sur ce sujet.

Après avoir analysé l'opportunité de la création d'une plateforme de crowdfunding en Côte d'Ivoire, nous présenterons notre projet : la plateforme Gold Seed Equity Crowdfunding.

## CHAPITRE 2: PRESENTATION DE LA PLATEFORME GOLD SEED EQUITY CROWDFUNDING

Dans ce présent chapitre, il sera question de présenter la plateforme « Gold Seed Equity Crowdfunding ». A cet effet, nous procéderons à une description du projet, de son organisation, et son fonctionnement ainsi que de la stratégie marketing à adopter pour son positionnement sur le marché.

### 2.1 Description du projet

La dénomination sociale de l'entreprise que nous envisageons de créer est : Gold Seed Equity Crowdfunding. « Gold Seed » signifie en français « Graine d'or », car la plateforme se veut être une place de marché attractive et innovante, prête à participer à l'essor des PME/Start-ups et à l'émergence de la Côte d'Ivoire.

En effet, Gold Seed est une plateforme de crowdfunding spécialisée dans le financement des PME et Start-ups, porteuses d'un projet d'innovation sociale, culturelle, environnementale ou technologique présentant une forte valeur-ajoutée pour le développement de la Côte d'Ivoire et par ricochet celui de l'Afrique.

En dehors de l'appui financier, elle accompagne l'entrepreneur de manière active à travers un coaching de proximité et la mise à disposition d'experts sectoriels répondant aux besoins spécifiques de l'entreprise pour réussir son plan de développement.

A travers son approche, Gold Seed souhaite participer au développement des nouveaux modèles d'investissements en Afrique notamment celui du crowdfunding.

#### 2.1.1 Origines et motivations du projet

Ce projet est né de la volonté de répondre aux difficultés rencontrées par les PME / Start-ups en Côte d'Ivoire en matière de financement et de management.

#### 2.1.2 Mission, Vision, Valeurs et Objectifs du projet

##### ↳ Mission

La mission de Gold Seed peut être déclinée en cinq (5) points :

- \* permettre à des investisseurs privés de financer collectivement des PME et Start-ups qualifiées pour leur permettre de se développer.

- \* apporter une réponse complète aux besoins des PME et start-ups ivoiriennes par un appui financier couplé à un appui technique ;
- \* permettre aux investisseurs particuliers d'avoir accès à des opportunités d'investissement dans des secteurs divers et variés;
- \* garantir un climat de confiance à travers une communication transparente et la sécurisation des transactions ;
- \* concilier responsabilité sociale et recherche de profits.

#### ☞ **Vision**

*‘‘Etre la première plateforme en Côte d'Ivoire dans le domaine de l'equity crowdfunding. Etendre nos activités à la zone UEMOA et à l'international. Etre le partenaire privilégié de nos clients et un acteur qui contribue à une croissance responsable et durable ‘’.*

#### ☞ **Valeurs**

Les valeurs partagées et prônées à sein de Gold Seed sont :

- ☞ la satisfaction client, être le partenaire préféré des clients, être à leur écoute et travailler de façon plus étroite avec eux ;
- ☞ la créativité, pousser les limites de la connaissance et ouvrir des voies nouvelles afin de proposer des produits/services innovants ;
- ☞ l'intégrité car agir avec intégrité est vital pour construire et maintenir la confiance et de bonnes relations ;
- ☞ la responsabilité afin de toujours mieux servir les intérêts des clients tout en étant soucieux de l'impact de nos actes sur la société;
- ☞ l'esprit d'équipe basé sur un environnement de travail motivant où chacun est traité avec équité et respect;
- ☞ le professionnalisme basé sur le savoir-faire de l'équipe et la recherche constante de la qualité des services et de l'excellence.

#### ☞ **Objectifs**

L'objectif principal de Gold Seed est de soutenir l'innovation en permettant à des investisseurs particuliers de financer collectivement des PME et Start-ups innovantes, leur donnant ainsi la possibilité de réaliser leurs projets et de se développer. Pour se faire, la plateforme envisage à court terme, de se faire connaître en Côte d'Ivoire à travers un plan

marketing solide basé sur une publicité massive. A moyen terme, l'objectif est d'asseoir une image d'entreprise de référence dans le financement des PME et Start-ups. A cet effet, elle vise la satisfaction et la fidélisation de sa clientèle en fournissant des services de qualité. Elle envisage sur le long terme l'élargissement de son marché à la sous-région et à l'international.

### **2.1.3 Originalité du projet**

L'originalité du projet repose sur son business model à savoir l'equity crowdfunding. En effet, il permet financer des entreprises déjà existantes (PME) et des jeunes entreprises (Start-ups) innovantes en mobilisant l'épargne d'investisseurs particuliers en échange de prises de participations dans le capital de celles-ci. En conséquence, les investisseurs deviennent actionnaires des entreprises qu'ils ont choisis de soutenir, et perçoivent ainsi une partie des bénéfices et des plus-values qu'elle réalise.

Notons qu'il n'existe pas encore de plateforme sous cette forme en Côte d'Ivoire et dans la sous-région. Sa mise en place permettrait de répondre au problème de financement auxquels sont confrontés les porteurs de projets car le crowdfunding s'avère être beaucoup plus rapide et simple d'utilisation, surtout s'il est comparé aux sources traditionnelles de levée de fonds. Egalement, cela participera à la promotion de l'entrepreneuriat et à la création d'emplois.

### **2.1.4 Produits / services proposés et clientèle visée**

Les deux (2) pôles d'expertise de Gold Seed dans l'investissement participatif sont les PME et les Start-ups. La plateforme se veut généraliste c'est-à-dire elle n'est pas seulement axé sur un domaine spécifique, mais vise des projets concernant n'importe quel domaine pourvu que celui-ci soit porteur.

Les activités réalisées par la plateforme sont :

- la détection des projets ;
- la valorisation des entreprises ;
- la mise en relation des porteurs de projet avec les investisseurs potentiels ;
- les prestations support (Formations, Business Plan, Publicité, etc.).

## 2.2 Organisation et fonctionnement de Gold Seed Equity Crowdfunding

Dans cette sous-section, il s'agira de présenter l'organisation ainsi que le fonctionnement de la plateforme Gold Seed.

### 2.2.1 Forme juridique et structure du capital

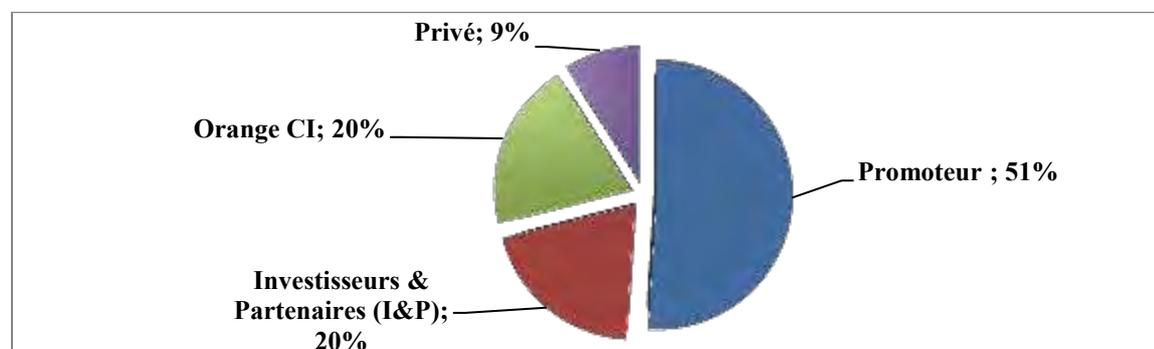
#### - Forme juridique

La plateforme Gold Seed sera constituée sous la forme d'une Société Anonyme (SA). Cette forme juridique est celle qui, selon nos objectifs et motivations, offre le plus d'avantages et le moins d'inconvénients, dans la mesure où le capital social prévu donne plus de flexibilité. Aussi, il s'agit d'une forme qui inspire plus la confiance des associés et des tiers. Enfin, la responsabilité des associés se limitent uniquement à leurs apports.

#### - Structure du capital

Le capital social de la plateforme Gold Seed sera fixé au capital minimum requis pour les Sociétés Anonymes (SA) soit dix millions (10 000 000 F CFA) divisé en milles (1000) actions d'un nominal de 10 000 F CFA par actions. Ce capital sera ouvert aux sociétés de télécommunications Ivoiriennes à hauteur de 20%, nous avons pensé notamment Orange Côte d'Ivoire, en raison du réseau internet et des paiements par mobile money ; aux particuliers souhaitant investir dans ce projet à hauteur de 9% et à un fonds de capital-risque à hauteur de 20%, notamment Investisseurs & Partenaires (I&P), le choix de cette dernière est stratégique et couvre deux aspects, la mobilisation des ressources et aussi l'appui-conseil. La promotrice se réserve elle-même 51% des parts de la plateforme pour en garder le contrôle.

**Figure 23 : Répartition du capital de Gold Seed SA**



Source : Nous-même

### 2.2.2 Structure organisationnelle

La structure organisationnelle de **Gold Seed** se présente comme suit :

#### - La Directrice Générale (DG)

C'est la promotrice du projet, elle est la représentante légale de la plateforme. Son rôle principal est le développement et le rayonnement de la plateforme. A cet effet elle sera chargée de définir la politique et la stratégie globale de celle-ci et de superviser, gérer les moyens organisationnels, techniques, humains, financiers, logistiques afin de réaliser les objectifs assignés.

#### - Le Responsable Investissements (RI)

Le responsable investissements est chargé de :

- l'étude des dossiers d'investissements (analyse stratégique, recherche d'informations sur les sociétés cibles, due diligences) ;
- la valorisation des entreprises et du suivi des participations ;
- l'étude des scénarii de sortie des participations, la mise en œuvre des solutions de désinvestissement retenues.

#### - Le Responsable Technique (RT)

Le responsable technique a pour mission de coordonner l'ensemble de l'activité technique de la plateforme, il veille également à la performance et à l'optimisation de son système d'information. Ses tâches consistent à :

- garantir l'encadrement et la maintenance technique des projets ;
- assumer la supervision des activités de conseil ;
- mettre en place des procédures pour améliorer l'efficacité du travail
- définir l'architecture applicative et en assurer l'interopérabilité ;
- anticiper les besoins des utilisateurs et prévoir l'adaptation du système d'information ;
- développer des tableaux de bord pour suivre la performance ;
- assurer une veille technologique afin de détecter les nouvelles possibilités techniques et fonctionnelles offertes par le marché.

- **Le Responsable Marketing et communication (RM&C)**

Le responsable marketing et communication a pour mission l'élaboration et la mise en œuvre de la politique marketing et commerciale de la plateforme. A cet effet il est chargé de :

- définir et mettre en œuvre les stratégies communication, commerciale, et web marketing permettant de faire de l'acquisition de membres potentiels investisseurs et d'avoir un deal flow de projets de qualité ;
- faire connaître la plateforme au plus grand nombre grâce à une visibilité importante dans les médias (télévision nationale, radios, journaux, réseaux sociaux) ;
- gérer les relations avec les clients (investisseurs et porteurs de projets) et celles avec les partenaires ;
- mener des opérations de communication et des partenariats ayant pour objectifs de positionner **Gold Seed** comme la plateforme leader de l'equity crowdfunding en Côte d'Ivoire, en mettant en avant son impact social et sa mission d'inclusion financière.

- **Le Responsable Administratif et Financier (RAF)**

Le responsable Financier est chargé de la supervision des opérations financières de la plateforme y compris la comptabilité, la fiscalité et les relations avec les investisseurs. Il s'occupe également de la gestion administrative et des activités juridiques de la plateforme.

- **L'Assistante de Direction (AD)**

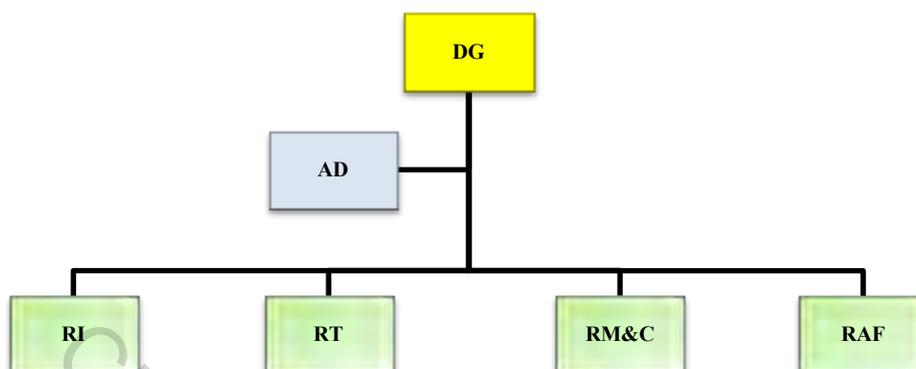
L'assistante de direction se charge :

- de gérer de l'agenda de la direction, préparer les réunions et déplacements ;
- d'assurer l'interface entre la direction et ses différents interlocuteurs (internes et externes) ;
- de relayer les informations ;
- de préparer des dossiers et présentations et organiser les réunions;
- de rédiger les comptes rendus de réunions et documents divers.

En somme, la plateforme démarrera avec un effectif de six (6) personnes suivant les postes définis par la structure organisationnelle ci-dessus présentée. Elle s'appuiera également sur une politique de stages attribués aux meilleurs étudiants des universités et écoles de la place.

A terme d'autres recrutements seront faits afin d'augmenter et d'adapter le personnel en fonction de l'évolution des besoins et des exigences du marché.

**Figure 2: Organigramme de départ de la plateforme Gold Seed SA**



Source : Nous-même

### 2.2.3 Fonctionnement de Gold Seed Equity Crowdfunding

Comme il a été dit plus haut, Gold Seed est une plateforme de financement participatif basée sur le modèle equity crowdfunding (Actionnariat). Elle propose aux entreprises innovantes de lever des fonds auprès d'investisseurs particuliers qui en seront de futurs actionnaires.

Les PME et Start-ups présentées sont toutes innovantes dans leur secteur, pourvues de produits différents et gérées par des entrepreneurs visionnaires. Les particuliers peuvent souscrire via le site internet ([www.goldseed.com](http://www.goldseed.com)) avec un montant de leur choix compris entre cinquante mille francs (50 000 F CFA) et cinquante millions (50 000 000 F CFA).

#### 2.2.3.1 Acteurs et spécificités de la plateforme Gold Seed Equity Crowdfunding

La plateforme Gold Seed travaille en collaboration avec les incubateurs tels que Cofina Start-up House et les sociétés de capital risques notamment Investisseurs et partenaires (I&P) et Emerging Capital Partner (ECP). Ces structures jouent le rôle d'apporteurs d'affaires et de consultants sur l'aspect technique des projets.

Les transactions financières se font à travers des comptes dédiés à chaque entreprise à financer, ouverts dans les livres de la Bank of Africa (BOA) ou par Orange Money.

Nous avons choisi la BOA car elle dispose de conditions de financement adaptées aux PME. De même, notre choix s'est porté vers Orange Money car il propose des services financiers mobiles offrant le confort et la facilité d'effectuer des opérations à distance et en toute sécurité. Par ailleurs le fait d'effectuer nos transactions à travers le réseau Orange, permet à la société d'avoir de nouveaux clients en contrepartie nous bénéficions de certains avantages.

En ce qui concerne les spécificités, la plateforme se démarque par :

- un processus de sélection rigoureux (forte sélectivité des projets présentés) : une étude approfondie (analyse de la pérennité du modèle économique, de la qualité de l'équipe, des risques commerciaux, etc.) de la société est réalisée par Gold Seed, avec visites de terrain, études de marché, analyses financières et techniques en vue de sécuriser au maximum l'investissement ;
- une protection des investisseurs : à travers des montages financiers sécurisés et des valorisations maîtrisées ;
- un suivi/expertise/réseau : Gold Seed accompagne, forme et conseille l'entrepreneur et met à sa disposition de l'assistance technique pour lui permettre d'améliorer ses performances financières et organisationnelles. Les entrepreneurs bénéficient également d'une bonne visibilité (leurs projets sont connus du public) et du réseau de partenaires de la plateforme.

### **2.2.3.2 Processus relatif aux entreprises**

Il s'agira de décrire le processus que devront suivre les entreprises (PME & Startup) qui souhaiteraient lever des fonds via la plateforme Gold Seed.

#### **- Critères d'éligibilité à la plateforme**

Pour être éligible à la plateforme **Gold Seed**, il faut réunir les exigences suivantes :

- être une entreprise déjà constituée (PME) ou en phase d'amorçage (Start-up) ;
- être immatriculée au registre du commerce en Côte d'Ivoire ;
- avoir un projet innovant, à fort potentiel de croissance ;
- être une entreprise dont le capital social est majoritairement détenu par les fondateurs ;
- avoir une équipe solide et des dirigeants dotés d'une véritable volonté entrepreneuriale ;

➤ présenter un Business plan clair et détaillé avec un résumé opérationnel.

- **Procédure de sélection**

Les projets sont sélectionnés selon un processus en quatre (4) étapes :

- 1) inscription en ligne ou auprès des partenaires : les entreprises doivent compléter une fiche de candidature pour prétendre à un financement chez Gold Seed. Pour se faire, elles peuvent, soit s'inscrire sur le site de la plateforme, soit passer directement par nos partenaires, en remplissant une fiche de candidature comprenant tous les éléments nécessaires à l'analyse du dossier, notamment business plan, analyse du marché, plan de financement, plan marketing, etc.
- 2) réception du dossier et revue initiale : dès réception de la fiche de candidature, l'équipe de Gold Seed une série de due diligence (entretiens avec les dirigeants, analyse de la conformité des documents présentés, évaluation du potentiel de croissance, vérification de la valeur de l'entreprise et visites sur le terrain).
- 3) e-vote de la communauté : l'avis des internautes est sollicité pour déterminer leur appréciation des projets. Les résultats fournissent une prévision réaliste de la capacité de fédération d'un concept, et donc du potentiel de collecte.
- 4) paiements des droits d'inscription et mise en ligne : suite aux conclusions du e-vote de la communauté et celles des due diligences de l'équipe de Gold Seed, le projet est validé. Les porteurs de projet peuvent alors régler les droits d'entrées pour permettre à l'équipe de procéder à la mise en ligne du projet.

Toutefois, il faut préciser que les PME ou Start-ups sont sélectionnées selon trois (3) critères à savoir l'équipe, à travers leurs expériences, expertises et motivations ; le concept et le futur, à partir du plan d'affaires, du marché potentiel et des perspectives.

- **Mise à disposition du financement**

La plateforme fonctionne sur la base du modèle des « 80% ou rien » qui signifie : si les fonds levés atteignent 80% de l'objectif de collecte, voire même dépassé, les porteurs de projets obtiennent leur financement, sinon, en fin de campagne, l'argent récolté est remboursé aux soutiens et investisseurs. Cela est fait en vue de motiver le plus grand nombre de personnes à l'atteinte de l'objectif. La durée de recherche de capitaux sur la plateforme est de six (6) mois en fonction de la participation du public. En cas de réussite, les fonds collectés sont remis

aux entreprises par virement bancaire. Notons que depuis leur inscription sur la plateforme les porteurs de projets peuvent suivre en temps réel l'évolution de la collecte.

### **2.2.3.3 Processus relatif aux investisseurs**

Ce processus comprend les critères d'éligibilité des investisseurs sur la plateforme Gold Seed, la procédure d'investissement et le mode de gestion des titres de ces derniers.

#### **- Critères d'éligibilité sur la plateforme**

La plateforme internet est accessible à tous les particuliers une fois validation de leur inscription par l'équipe Gold Seed. Toutefois il convient de préciser que les fonds des investissements doivent provenir d'activités licites.

#### **- Procédure d'investissement**

La procédure d'investissement sur la plateforme Gold Seed comprend quatre (4) étapes :

- 1) inscription sur la plateforme : avant toute chose, les particuliers qui souhaitent investir dans les PME et Start-ups présentées sur la plateforme doivent s'inscrire en toute simplicité sur le site ([www.goldseed.com](http://www.goldseed.com)) en renseignant une fiche d'identification (nom, prénom et adresse email). Après l'équipe de Gold Seed leur transmettra les informations nécessaires à l'investissement ;
- 2) choix des projets : après avoir rempli les formalités d'accès à la plateforme, le particulier a accès à la plateforme. Il peut consulter en ligne tous les projets et faire son choix.
- 3) investissement : une fois son choix fait, le particulier effectue son investissement par virement bancaire sur le compte de l'entreprise créé pour la circonstance par Gold Seed ou par orange money. Cet investissement lui donne droit à des actions de l'entreprise qu'il soutient, il en devient actionnaire.
- 4) suivi : une fois l'investissement réalisé, le particulier peut suivre ses titres en temps réel sur son espace personnel créé en ligne. Il dispose également de son propre tableau de bord pour piloter son portefeuille d'actions.

#### - Gestion des titres

Pour chaque entreprise financée, Gold Seed regroupe les investisseurs individuels au sein d'une société intermédiaire « holding ». Ce modèle permet une prise de participation unique au sein du capital de la société cible et de préserver et garantir les intérêts des souscripteurs. Il facilite également la relation actionnariale pour le dirigeant de PME ou de Startup.

Toutefois, il est possible, pour les investisseurs qui souhaitent investir des montants importants, d'entrer directement dans le capital des entreprises présentées par la plateforme.

#### 2.2.4 Plan d'actions et chronogramme de démarrage

Pour le démarrage des activités de la plateforme Gold Seed Equity Crowdfunding, un certain nombre d'actions devront être mises en œuvre. Entre autres :

- la création du site de la plateforme

La structure du site devra être légère, fonctionnelle et ergonomique. À tout moment le visiteur devra pouvoir être en mesure de se repérer dans le site ;

- le suivi du calendrier d'exécution des travaux d'aménagement et d'agencement

Les locaux de la plateforme seront logés dans la capitale économique Abidjan précisément dans la commune du Plateau. Ce choix est opéré en raison des conclusions de l'analyse de l'environnement. L'aménagement des locaux se fera sous la forme de co-working en vue de favoriser les échanges et l'esprit d'équipe ;

- le recrutement du personnel

Le personnel de la plateforme occupera un rôle fondamental dans son fonctionnement, raison pour laquelle le recrutement se fera selon des critères stricts relevant des compétences professionnelles et personnelles des postulants ;

- le choix des fournisseurs et des prestataires

Il s'agira de définir la liste des fournisseurs agréés et des prestataires de la plateforme ;

- l'acquisition de la documentation réglementaire et contrats publics

Il faudra obtenir, remplir les formalités et obtenir les autorisations conformément aux réglementations et lois en vigueur. Également, il faudra se charger de la formalisation des contrats avec l'administration publique et les organismes sociaux.

- la mise en place des procédures

Il s'agira de rédiger les statuts, le règlement intérieur et de mettre en place les différentes procédures administratives de la plateforme. Egalement, il faudra définir la culture d'entreprise (l'image que la plateforme souhaiterait avoir auprès du public) ;

- l'élaboration du budget

Le budget de démarrage des activités sera élaboré dans la suite de ce document ;

- la signature des contrats institutionnels et des contrats d'affaires

Il s'agira de rechercher et de signer des contrats d'affaires et des partenariats ;

- la communication et de la publicité

Elle s'appuiera sur la stratégie marketing de masse telle que définie plus bas ;

- le lancement /démarrage des activités

Après avoir menées toutes ces actions, nous procéderons au démarrage des activités de la plateforme.

### **2.3 Stratégie marketing de GOLD SEED Equity Crowdfunding**

Définir une bonne stratégie marketing est la porte qui nous fournira un succès auprès de nos clients. Elle passe par la définition de nos produits, de la place (distribution) que nous comptons occuper, des prix que nous pratiquerons et par nos moyens de promotions de ces produits.

#### **2.3.1 Evaluation et choix des segments**

Les conclusions de l'enquête menée sur la perception du crowdfunding nous permettent de nous positionner sur deux segments : les sociétés en démarrage (Start-up) et les sociétés déjà existantes (PME).

#### **2.3.2 Ciblage et positionnement stratégique**

Pour se démarquer des moyens de financement déjà existants en Côte d'Ivoire, la plateforme dispose des atouts suivants :

- Simplicité et rapidité ;

- Transparence ;
- Création d'un lien entre l'investisseur et le porteur de projet.

La plateforme compte proposer une offre de qualité du point de vue technique et technologique (design et ergonomie) ; garantir la sécurité des paiements et des données ; et véhiculer l'image d'entreprise socialement responsable, sérieuse et transparente.

### 2.3.3 Mix marketing

Le mix marketing ou encore marketing opérationnel concerne l'ensemble des décisions relatives au produit, au prix, à la distribution et à la communication.

#### 2.3.3.1 Politique Produits

La plateforme Gold Seed a pour mission principale de mettre en relation les porteurs de projets innovants et les investisseurs particuliers. A côté de cela, elle fournira des services complémentaires tels que la valorisation d'entreprise, l'élaboration de business plan, le conseil, la formation et les contrats de publicité.

#### 2.3.3.2 Politique Prix

La plateforme entend rémunérer ses prestations par la politique suivante :

**Tableau 5: Politique prix de la plateforme Gold Seed**

Eléments	Prix pratiqués (FCFA)
<b>Droits d'inscription porteurs de projets</b>	
PME	100 000
Start-up	70 000
Investisseurs	10 000
<b>Valorisation d'entreprise</b>	
PME	50 000
Start-up	30 000
<b>Elaboration de business plan</b>	250 000
<b>Formation technique (par personne)</b>	30 000
<b>Missions de conseils</b>	150 000
<b>Contrat de publicité</b>	500 000

Source : Nous même

En outre, les porteurs de projets ayant atteint leur objectif de financement devront payer à la plateforme des « Success Fees » à hauteur de 5 % du montant levé.

### **2.3.3.3 Politique de distribution et de communication**

Gold Seed compte utiliser deux principaux canaux de distribution pour réaliser ses prestations :

- les prestations en ligne : le crowdfunding étant l'activité principale de la plateforme cette dernière aura beaucoup recours à son site internet ;
- les prestations sur place : c'est le cas des formations, des missions de conseils où l'équipe de Gold Seed se rend dans les locaux du client.

La communication quant-à-elle, se fera principalement au travers des réseaux sociaux tels que Facebook, WhatsApp, Viber, Twitter, LinkedIn, mais aussi avec la création d'un article sur Wikipédia et d'un blog. Nous élaborerons également des vidéos grâce à YouTube afin d'expliquer le fonctionnement de notre plateforme (et ainsi augmenter notre visibilité sur internet et donc le nombre d'utilisateurs).

Nous profiterons des événements comme les salons, forums et conférences sur l'emploi, l'entrepreneuriat, le financement pour rencontrer et échanger avec les acteurs ; aussi bien les investisseurs particuliers et institutionnels que les PME. Notre présence constante à ces événements nous permettra de nous faire connaître dans le milieu et d'attirer de la clientèle. De même, plusieurs partenariats seront mis en place. Ces derniers permettront à la plateforme de gagner en visibilité et en notoriété.

Par ailleurs, nous nous attèlerons à promouvoir le site auprès des écoles de formations (couture, coiffure, hôtellerie, école d'ingénieurs, etc.) et des universités reconnues. Cela permettra aux porteurs de projets de ces écoles et universités de financer leurs projets. La plateforme pourra ainsi participer à la création d'emploi.

En outre, nous comptons également profiter du succès des porteurs de projets qui réussiront à lever les fonds nécessaires grâce à la plateforme. Ces succès augmenteront grandement la crédibilité du service notamment en démontrant son fonctionnement et le respect des engagements pris à l'égard de nos membres dans nos conditions générales d'utilisation.

### 2.3.4 Stratégie de développement et de fidélisation de la clientèle

La fidélisation, pour une société, c'est l'art de créer une relation durable avec sa clientèle. Elle contribue à entretenir un lien fort « effet de loyauté ». Pour Gold Seed, la stratégie de fidélisation se résumera comme suit :

- être orienté satisfaction des clients ;
- initier un service après-vente ;
- développer un système de cartes de fidélité donnant droit à des réductions ;
- mettre en place un système de newsletters pour informer des :
  - nouveautés sur le site de la plateforme (ex : nouveau système de paiement mis en place, nouveau design...). Ces newsletters seront destinées à toute personne ayant inscrit son adresse e-mail dans une fenêtre prévue à cet effet sur le site ;
  - nouveaux projets déposés sur le site. Ces newsletters seront donc destinées uniquement pour les investisseurs ;
  - nouveaux investisseurs sur le site. Ces informations seront donc uniquement pour les porteurs de projets (PME et Start-ups).

Concernant la stratégie de développement vu que nous sommes nouveaux sur le marché, nous nous focaliserons beaucoup sur la publicité au départ, afin de mieux faire connaître notre structure. Nous prendrons également part aux événements en rapport avec la vie des PME et Start-ups en Côte d'Ivoire afin de mieux nous intégrer. Dans la mesure où nous arrivons à couvrir le marché ivoirien, nous étendrons nos activités au reste de la sous-région et plus tard à l'international.

Ce chapitre nous a permis de présenter la plateforme Gold Seed Equity Crowdfunding à travers son mode d'organisation, son fonctionnement et la stratégie marketing que nous entendons mettre en place. Le chapitre suivant sera consacré à l'évaluation du coût du projet, de la rentabilité et des modalités de financement. Par ailleurs, nous aborderons les risques liés au projet.

## CHAPITRE 3 : MODALITES DE FINANCEMENT ET RENTABILITE DU PROJET

Ce chapitre sera consacré à l'évaluation du coût, à l'étude de la rentabilité et à la présentation des modalités de financement du projet. Nous aborderons également les risques encourus dans le cadre de notre activité.

### 3.1 Evaluation du coût de la mise en place du projet

Il s'agira de présenter, dans cette partie, le détail des investissements, les charges du personnel et les frais généraux, la détermination du Besoin en Fonds de roulement et le compte de résultat prévisionnel.

#### 3.1.1 Investissement total

La mise en place de la plateforme nécessite des investissements préalables, ceux-ci s'élèvent à neuf millions cinq cent soixante-dix mille francs (9 570 000 F CFA).

Le détail des immobilisations est contenu dans le tableau ci-après :

**Tableau 6 : Détail des immobilisations**

Eléments	Désignation	Quantité	Prix Unitaire	Montant
<b>Immobilisations incorporelles</b>				<b>3 000 000</b>
	Logiciels et applications		2 000 000	2 000 000
	Site internet		700 000	700 000
	Frais d'établissement		300 000	300 000
<b>Immobilisations corporelles</b>				<b>5 170 000</b>
Matériel et mobilier de bureau				
	Tables de bureaux	6	50 000	300 000
	chaises	20	10 000	200 000
	fauteuils de bureau	6	20 000	120 000
	Etagères	10	35 000	350 000
	Armoires	10	50 000	500 000
	photocopieuses imprimantes (multifonction)	3	300 000	900 000
	Climatiseurs	2	200 000	400 000
	Vidéos projecteurs	2	350 000	700 000
	Ecran vidéo projecteur trépied	2	100 000	200 000
Matériels informatique				
	Ordinateurs de bureau	6	250 000	1 500 000
<b>Immobilisations financières</b>				<b>1 400 000</b>
	Caution de location de bureaux		1 200 000	1 200 000
	Caution Electricité-Eau-Tél-Internet		200 000	200 000
<b>Total</b>				<b>9 570 000</b>

Source : Nous même

### 3.1.2 Charges de personnel et les frais généraux

La masse salariale annuelle de la plateforme s'élève à trente-deux millions quatre cent mille francs (32 400 000 FCFA) pour la première année, soit deux millions sept cent mille francs (2 700 000 FCFA) pour la masse salariale mensuelle. Par la suite, l'ensemble des salaires connaîtront une augmentation annuelle de 5%. En ce qui concerne les charges sociales, elles s'élèvent à quatre millions huit cent soixante mille francs (4 860 000 FCFA) pour la première année.

**Tableau 7: Masse Salariale et charges de personnel**

Postes	Nombre	Niveau	Années d'expérience	Salaire mensuel	2017	2018	2019	2020	2021
Directeur Général	1	Bac + 5 ou plus	8 ans minimum	800 000	9 600 000	10 080 000	10 584 000	11 113 200	11 668 860
Responsable Investissement	1	Bac + 5 ou plus	5 ans minimum	400 000	4 800 000	5 040 000	5 292 000	5 556 600	5 834 430
Responsable Technique	1	Bac + 5 ou plus	5 ans minimum	400 000	4 800 000	5 040 000	5 292 000	5 556 600	5 834 430
Responsable Marketing et communication	1	Bac + 5 ou plus	5 ans minimum	500 000	6 000 000	6 300 000	6 615 000	6 945 750	7 293 038
Responsable Administratif et Financier	1	Bac + 5 ou plus	5 ans minimum	500 000	6 000 000	6 300 000	6 615 000	6 945 750	7 293 038
Assistante de direction	1	Bac + 3 ou plus	3 ans minimum	100 000	1 200 000	1 260 000	1 323 000	1 389 150	1 458 608
<b>Effectif global</b>	<b>6</b>								
<b>Masse salariale mensuelle</b>					<b>2 700 000</b>	<b>2 835 000</b>	<b>2 976 750</b>	<b>3 125 588</b>	<b>3 281 867</b>
<b>Masse salariale annuelle</b>					<b>32 400 000</b>	<b>34 020 000</b>	<b>35 721 000</b>	<b>37 507 050</b>	<b>39 382 403</b>
Charges sociales	15%				4 860 000	5 103 000	5 358 150	5 626 058	5 907 360
Impôt sur salaires	1,20%				388 800	408 240	428 652	450 085	472 589
<b>TOTAL</b>					<b>37 648 800</b>	<b>39 531 240</b>	<b>41 507 802</b>	<b>43 583 192</b>	<b>45 762 352</b>

Source : Nous même

Les frais généraux quant à eux s'élèveront à onze millions deux cent vingt mille francs (11 220 000 F CFA) la première année. Prenant en compte l'évolution des coûts, nous avons prévu une augmentation annuelle de 2% pour l'ensemble des charges sauf pour les frais de publicité et les fournitures de bureau que nous comptons réduire dans le temps.

**Tableau 8 : Frais généraux**

<b>Eléments de charges</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Loyer	4 800 000	4 896 000	4 993 920	5 093 798	5 195 674
Electricité	600 000	612 000	624 240	636 725	649 459
Eau	120 000	122 400	124 848	127 345	129 892
Téléphone et Internet	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919
Carburant	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919
Entretiens et réparations	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919
Frais publicitaires	1 800 000	1 440 000	1 152 000	921 600	737 280
Fournitures de bureau	300 000	240 000	192 000	153 600	122 880
<b>TOTAL</b>	<b>11 220 000</b>	<b>10 982 400</b>	<b>10 832 448</b>	<b>10 753 417</b>	<b>10 731 941</b>

Source : Nous même

### **3.1.3 Besoin en Fonds de Roulement (BFR)**

Il s'agit ici de déterminer le Besoin en Fonds de Roulement initial, cela passe par l'évaluation des charges d'exploitation, et du chiffre d'affaires prévisionnel. Les charges d'exploitation ayant déjà été présentées plus haut, nous passerons directement à la formation du chiffre d'affaires prévisionnel et par la suite nous déterminerons le BFR.

#### **❖ Le chiffre d'affaires prévisionnel**

Le chiffre d'affaires prévisionnel récapitule l'ensemble des ventes effectuées sur cinq ans (horizon de nos prévisions financières). Il est composé des différents éléments suivants :

- les droits d'entrée sur la plateforme (porteurs de projets et investisseurs) ;
- les frais de valorisation des titres ;
- les frais d'élaboration de Business plan ;
- les frais de formation ;
- les frais de consultation (missions de conseils) ;
- les « Success fees » ;
- les contrats de publicité sur la plateforme.

**Tableau 9 : Chiffre d'Affaires Prévisionnel**

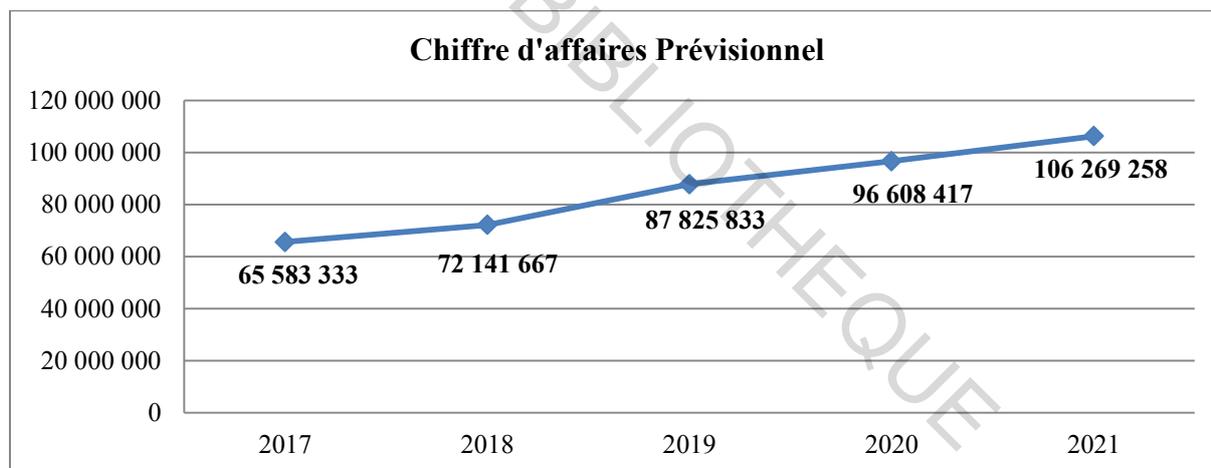
Eléments	2017	2018	2019	2020	2021
<b>A. Porteurs de projets</b>	<b>70</b>	<b>77</b>	<b>85</b>	<b>93</b>	<b>102</b>
PME	40	44	48	53	59
Start-ups	30	33	36	40	44
<b>1. Inscription</b>					
PME	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Start-ups	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000
<b>Total</b>	<b>6 100 000</b>	<b>6 710 000</b>	<b>7 381 000</b>	<b>8 119 100</b>	<b>8 931 010</b>
<b>2. Valorisation des titres</b>					
PME	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Start-ups	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
<b>Total</b>	<b>2 900 000</b>	<b>3 190 000</b>	<b>3 509 000</b>	<b>3 859 900</b>	<b>4 245 890</b>
<b>3. Elaboration de Business plan</b>	23	26	28	31	34
Frais d'élaboration	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
<b>Total</b>	<b>5 833 333</b>	<b>6 416 667</b>	<b>7 058 333</b>	<b>7 764 167</b>	<b>8 540 583</b>
<b>4. Formations techniques</b>	18	19	21	23	26
Moyenne des personnes à former	50	50	50	50	50
Frais de Formation/ personne	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
<b>Total</b>	<b>26 250 000</b>	<b>28 875 000</b>	<b>31 762 500</b>	<b>34 938 750</b>	<b>38 432 625</b>
<b>5. Missions de Conseils</b>	14	15	17	19	20
Frais de missions	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
<b>Total</b>	<b>2 100 000</b>	<b>2 310 000</b>	<b>2 541 000</b>	<b>2 795 100</b>	<b>3 074 610</b>
<b>B. Investisseurs</b>	<b>140</b>	<b>154</b>	<b>169</b>	<b>186</b>	<b>205</b>
1. Inscription	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
<b>Total</b>	<b>1 400 000</b>	<b>1 540 000</b>	<b>1 694 000</b>	<b>1 863 400</b>	<b>2 049 740</b>
<b>C. Success fees</b>					
Nombre de deals aboutis	35	39	59	65	72
Montant moyen levé	10 000 000	10 000 000	10 000 000	10 000 000	10 000 000
Total Success fees (5%)	17 500 000	19 250 000	29 645 000	32 609 500	35 870 450
<b>D. Publicité sur la plateforme</b>					
Contrats de publicité	7	8	8	9	10
Montant unitaire	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
<b>Total contrats de publicité</b>	<b>3 500 000</b>	<b>3 850 000</b>	<b>4 235 000</b>	<b>4 658 500</b>	<b>5 124 350</b>
<b>Chiffre d'Affaires Prévisionnel</b>	<b>65 583 333</b>	<b>72 141 667</b>	<b>87 825 833</b>	<b>96 608 417</b>	<b>106 269 258</b>

Source : Nous-même

Ces prévisions s'appuient sur notre stratégie marketing qui vise à attirer le maximum de clients possibles. Elles sont faites à partir des hypothèses suivantes :

- le nombre de porteurs de projets inscrits sur la plateforme croît de 10% chaque année ;
- 1/3 des porteurs de projets auront recours à nos services pour l'élaboration de leurs business plan;
- 1/4 des porteurs de projets auront besoin de formation technique ;
- 1/5 des porteurs de projets solliciteront des missions de conseils
- le nombre d'investisseurs est le double de celui des porteurs de projets car c'est eux qui font la force du crowdfunding (plus il y a d'investisseurs, plus sont les montants collectés) ;
- la plateforme à un taux de réussite de 50% les deux premières années. A partir de la troisième elle travaillera à le faire monter à 70%;
- les contrats de publicité sont annuels, ils représentent 1/10<sup>ème</sup> des projets présentés.

Figure 3 : Evolution du Chiffre d'Affaires Prévisionnel



Source : Nous-même

#### ❖ La détermination du Besoin en Fonds de Roulement (BFR) initial

Le Besoin en fonds de Roulement initial de la plateforme s'élève à huit millions deux cent quarante-quatre mille huit cent francs (8 244 800 F CFA). Ce besoin est lié au décalage entre les décaissements (charges liées au démarrage des activités) et les encaissements.

**Tableau 10 : Evolution du BFR sur les douze mois de l'année 2017**

Eléments	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Aout	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Loyer	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Electricité	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Eau	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Téléphone et Internet	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Carburant	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Entretiens et reparations	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Frais publicitaires	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Fournitures de bureau	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
Charge de personnel	3 137 400	3 137 400	3 137 400	3 137 400	3 137 400	3 137 400	3 137 400	3 137 400	3 137 400	3 137 400	3 137 400	3 137 400
<b>Total emplois à financer</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>	<b>4 122 400</b>
Inscription (Porteurs de projets)			610 000	610 000	610 000	610 000	610 000	610 000	610 000	610 000	610 000	610 000
Valorisation des titres			290 000	290 000	290 000	290 000	290 000	290 000	290 000	290 000	290 000	290 000
Elaboration de Business plan			583 333	583 333	583 333	583 333	583 333	583 333	583 333	583 333	583 333	583 333
Formation technique			2 625 000	2 625 000	2 625 000	2 625 000	2 625 000	2 625 000	2 625 000	2 625 000	2 625 000	2 625 000
Missions de Conseils			210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000
Inscriptions (investisseurs)			140 000	140 000	140 000	140 000	140 000	140 000	140 000	140 000	140 000	140 000
Success fees (5%)			1 750 000	1 750 000	1 750 000	1 750 000	1 750 000	1 750 000	1 750 000	1 750 000	1 750 000	1 750 000
Contrats de Publicité			350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000
<b>CA Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6 558 333</b>	<b>6 558 333</b>	<b>6 558 333</b>	<b>6 558 333</b>	<b>6 558 333</b>	<b>6 558 333</b>	<b>6 558 333</b>	<b>6 558 333</b>	<b>6 558 333</b>	<b>6 558 333</b>
Solde BFR	-4 122 400	-4 122 400	2 435 933	2 435 933	2 435 933	2 435 933	2 435 933	2 435 933	2 435 933	2 435 933	2 435 933	2 435 933
<b>Cumul BFR</b>		<b>-8 244 800</b>	<b>-5 808 867</b>	<b>-3 372 933</b>	<b>-937 000</b>	<b>1 498 933</b>	<b>3 934 867</b>	<b>6 370 800</b>	<b>8 806 733</b>	<b>11 242 667</b>	<b>13 678 600</b>	<b>16 114 533</b>

Source : Nous-même

### 3.1.4 Compte de résultat prévisionnel

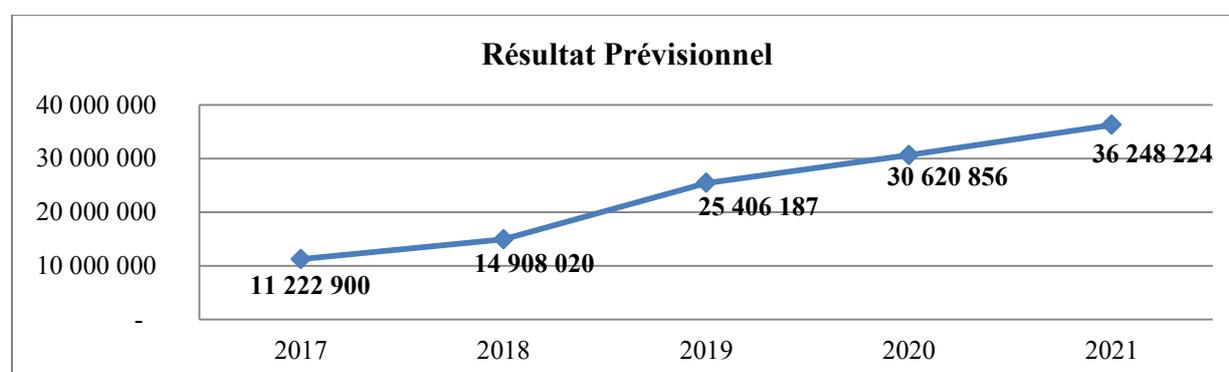
L'analyse du compte de résultat prévisionnel de Gold Seed montre qu'elle réalise un résultat net positif et en croissance sur les cinq ans, de même que tous les soldes intermédiaires de gestion.

**Tableau 11: Compte de résultat prévisionnel**

Eléments	2017	2018	2019	2020	2021
Chiffre d'Affaires	65 583 333	72 141 667	87 825 833	96 608 417	106 269 258
Charges extérieures	11 220 000	10 982 400	10 832 448	10 753 417	10 731 941
<b>Valeur Ajoutée</b>	<b>54 363 333</b>	<b>61 159 267</b>	<b>76 993 385</b>	<b>85 855 000</b>	<b>95 537 317</b>
<b>(VA / CAHT)*100</b>	<b>83%</b>	<b>85%</b>	<b>88%</b>	<b>89%</b>	<b>90%</b>
Charges de personnel	37 648 800	39 531 240	41 507 802	43 583 192	45 762 352
<b>EBE</b>	<b>16 714 533</b>	<b>21 628 027</b>	<b>35 485 583</b>	<b>42 271 808</b>	<b>49 774 965</b>
<b>(EBE / CAHT)*100</b>	<b>25%</b>	<b>30%</b>	<b>40%</b>	<b>44%</b>	<b>47%</b>
Dotations aux amortissements	1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
<b>Résultat d'Exploitation (RE)</b>	<b>14 963 866</b>	<b>19 877 360</b>	<b>33 874 916</b>	<b>40 827 808</b>	<b>48 330 965</b>
<b>(RE / CAHT)*100</b>	<b>23%</b>	<b>28%</b>	<b>39%</b>	<b>42%</b>	<b>45%</b>
Charges financières	0	0	0	0	0
Produits financiers	0	0	0	0	0
<b>Résultat Financier (RF)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>(RF / CAHT)*100</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>
Résultat Net avant Impôt	14 963 866	19 877 360	33 874 916	40 827 808	48 330 965
Impôt sur les sociétés	3 740 967	4 969 340	8 468 729	10 206 952	12 082 741
<b>Résultat Net</b>	<b>11 222 900</b>	<b>14 908 020</b>	<b>25 406 187</b>	<b>30 620 856</b>	<b>36 248 224</b>

Source : Nous-même

**Figure 4 : Evolution du résultat prévisionnel**



Source : Nous-même

Le résultat de la plateforme nous montre que celle-ci crée de la valeur ajoutée pour ces actionnaires.

### 3.2 Modalités de financement et analyse de la rentabilité du projet

Cette partie sera consacrée aux modalités de financement du projet. Il s'agira également d'évaluer sa rentabilité à travers les indicateurs de rentabilité et de procéder à l'étude de la sensibilité des résultats.

#### 3.2.1 Modalités de financement

Le projet de création d'une plateforme de crowdfunding en Côte d'Ivoire s'évalue à dix-sept millions huit cent quatorze huit cent francs (17 814 800 F CFA).

**Tableau 12 : Coût total du projet**

<b>Coût total du projet</b>	
<b>Eléments</b>	<b>Montants</b>
Immobilisations	9 570 000
BFR	8 244 800
<b>Total</b>	<b>17 814 800</b>

Source : Nous-même

Le financement de cet investissement se fera comme suit :

- un apport personnel de 40% du coût du projet (soit un montant de 7 125 920 F CFA) ;
- une collecte de fonds de 28% du coût du projet (soit un montant de 4 988 144 F CFA). Cette collecte se fera via une plateforme de crowdfunding basée sur le modèle de dons, nous pensons à Orange CI qui vient de mettre en place une plateforme mobile de financement participatif avec un système de donation ;
- un apport familial de 32% du coût du projet (soit un montant de 5 700 736 F CFA).

#### 3.2.2 Plan de financement

L'analyse du plan de financement montre que la plateforme couvre la totalité de ses besoins à partir de ses ressources sur l'ensemble de la période et dégage un excédent de ressources moyen de soixante-deux millions quatre cent quatre-vingt-quatre mille seize francs

(62 484 016 F CFA). Le cumul des ressources à la cinquième année s'élève à cent vingt-cinq millions sept cent six cent quatre-vingt-sept mille francs (125 706 187 F CFA).

**Tableau 13 : Plan de financement**

Éléments	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>EMPLOIS</b>						
Investissements	9 570 000					
Δ BFR	8 244 800					
<b>Total emplois (I)</b>	<b>17 814 800</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>RESSOURCES</b>						
Apport personnel	7 125 920					
Donation crowdfunding	4 988 144					
Apport familial	5 700 736					
CAF		12 870 900	16 556 020	26 824 188	31 913 856	37 541 224
<b>Total ressources (II)</b>	<b>17 814 800</b>	<b>12 870 900</b>	<b>16 556 020</b>	<b>26 824 188</b>	<b>31 913 856</b>	<b>37 541 224</b>
Ecart (I-II)	-	12 870 900	16 556 020	26 824 188	31 913 856	37 541 224
<b>Cumul</b>		<b>12 870 900</b>	<b>29 426 920</b>	<b>56 251 108</b>	<b>88 164 963</b>	<b>125 706 187</b>

Source : Nous-même

### 3.2.3 Rentabilité du projet

L'analyse de la rentabilité du projet se fera sur la base du calcul des différents indicateurs de rentabilité que sont la Valeur Actuelle Nette (VAN), le Taux de Rentabilité Interne (TRI), l'Indice de Profitabilité (IP) et le Délai de Récupération (DR).

- **La Valeur Actuelle Nette (VAN)** : est un indicateur qui permet d'apprécier la rentabilité d'un projet dans la mesure où elle évalue le surplus dégagé après rémunération des capitaux investis. Dans le cas de ce projet, la VAN s'établit à cinquante-quatre millions soixante-trois mille quatre cent soixante-trois francs (54 063 463 F CFA). Il faut préciser que les cash-flows ont été actualisés au taux de 20%. Ce dernier a été retenu selon une hypothèse pessimiste et en tenant compte du risque du projet.
- **Le Taux de Rentabilité Interne (TRI)** : est le taux d'actualisation pour lequel la VAN est nulle. Autrement dit, c'est le taux qui rend égaux le montant de l'investissement et les cash-flows induits par ce même investissement. Pour ce projet,

ce taux est de 49%, supérieur au taux d'actualisation qui, rappelons-le, est de 20%.  
Ce qui confirme que le projet est rentable.

- **L'Indice de Profitabilité (IP)** : évalue le gain retiré pour chaque franc investi. Dans ce projet, il est de 3,83 ce qui signifie que pour chaque franc investi le projet rapporte 28 F CFA.
- **Le Délai de Récupération (DR)** : c'est le nombre d'années et de mois nécessaires pour récupérer le montant de capitaux investis. Dans le cas de ce projet, les capitaux investis pourront être récupérés au bout de 1 an 4 mois et 21 jours.

**Tableau 14 : Evaluation de la rentabilité**

ELEMENTS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
RN		11 222 900	14 908 020	25 301 188	30 495 856	36 248 224
Amortissements		1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
CAF		12 973 567	16 658 687	26 911 854	31 939 856	37 692 224
Récupération du BFR						8 244 800
Valeur Résiduelle						150 000
Total Flux Entrants		12 973 567	16 658 687	26 911 854	31 939 856	46 087 024
Investissements	9 570 000					
BFR	8 244 800					
Total Flux sortants	17 814 800	0	0	0	0	0
<b>Total des flux</b>	<b>-17 814 800</b>	<b>12 973 567</b>	<b>16 658 687</b>	<b>26 911 854</b>	<b>31 939 856</b>	<b>46 087 024</b>
Taux d'actualisation	20%	20%	20%	20%	20%	20%
CASH FLOW ACTUALISE		10 811 306	11 568 532	15 573 990	15 403 094	18 521 341
CUMUL DES CASH FLOW ACTUALISE	-17 814 800	-7 003 494	4 565 038	20 139 028	35 542 122	54 063 463
<b>VAN</b>	<b>54 063 463</b>					
<b>TRI</b>	<b>49%</b>					
<b>Indice de Profitabilité</b>	<b>3,83</b>					
<b>Délai de récupération</b>	<b>1 an 4 mois 21 jours</b>					

Source : Nous-même

### 3.2.4 Etude de sensibilité

Au regard des résultats de l'analyse de la rentabilité, nous avons pu constater que l'ensemble des indicateurs sont favorables et confirment la viabilité du projet.

Cependant, l'activité envisagée étant très risquée, il faut prévoir tous les scénarii possibles afin de mesurer la fiabilité de cette analyse.

Pour ce faire, nous allons dans cette partie tester la sensibilité des éléments face à différents scénarii (scénario pessimiste et scénario optimiste). L'objectif de ces scénarii est de donner une idée aux investisseurs des différentes éventualités si nos prévisions ne se réalisent pas.

Nous avons fait varier les paramètres relatifs à l'estimation du chiffre d'affaires tels que la taille du marché et la croissance des chiffres d'affaires. Une variation de 20% et 5% a été respectivement appliquée sur les deux paramètres<sup>23</sup>. Les résultats sont contenus dans le tableau suivant :

**Tableau 15 : Evaluation de la VAN selon plusieurs hypothèses**

<b>Hypothèses</b>	<b>Pessimiste</b>	<b>Optimiste</b>
Critère de rentabilité	VAN	VAN
Taille du marché +/- 20%	22 215 948	86 153 069
Croissance du chiffre d'affaire +/- 5%	6 097 181	30 254 863

Source : Nous-même

La lecture des résultats montre que dans tous les cas de figure le projet dégage une VAN positive. Néanmoins, même si l'hypothèse de la baisse de 5% de la croissance du chiffre d'affaires laisserait le projet viable, la VAN en sortirait significativement affectée (baisse de 89%).

Par ailleurs, la hausse de la taille de marché de 20% renforcerait la viabilité du projet en augmentant la VAN de 59%.

### **3.3 Risques du projet**

Les risques liés à la création d'une plateforme d'equity crowdfunding en Côte d'Ivoire sont de plusieurs ordres. Nous les avons segmentés selon la personne qui les encourt, l'investisseur, l'entrepreneur ou la plateforme.

Pour l'investisseur, il y a tout d'abord le risque que l'argent ne soit pas utilisé comme prévu. Ceci est en général dû à un manque d'information entre les parties prenantes. Un autre risque

---

<sup>23</sup> Voir Annexes (3- 6)

lié aux investisseurs est celui de ne pas être remboursé par la plateforme en cas de campagne infructueuse. A cela s'ajoutent le risque de perte de tout ou partie du capital investi, le risque de dilution des actions et le risque d'illiquidité dans la mesure où ils ne seront peut-être pas en mesure de céder les actions détenues au moment souhaité. Dans ce cas ils devront conserver leur portefeuille de titres.

Au niveau de l'entrepreneur, les risques ne sont pas très significatifs. Il se peut qu'il soit réticent à partager trop d'informations pertinentes sur la plateforme par peur de se faire voler son idée. Il est également probable qu'il ait perdu beaucoup de temps et d'énergie pour une campagne de collecte de fonds lorsqu'un projet ne parvient pas à attirer l'intérêt du public.

En ce qui concerne la plateforme elle peut faire face à un risque technique lié aux défauts et aux pannes inévitables que connaissent tous les systèmes matériels et logiciels. La taille de marché et sa croissance pourraient s'avérer plus faible que celles qui ont été anticipées dans le business plan, dans ce cas son développement pourrait en souffrir. En outre, le capital humain étant le bien le plus important dans une entreprise, si la plateforme venait à perdre son personnel clé, elle pourrait avoir de sérieuses difficultés à atteindre les objectifs qu'elle s'était fixés. Par ailleurs, il faut noter que la réussite d'un tel projet peut être sujette à concurrence.

Au terme de ce chapitre, nous avons évalué le coût de la création de la plateforme Gold Seed Equity Crowfundig à dix-sept millions huit cent quatorze huit cent francs (17 814 800 F CFA). Cet investissement sera financé à travers un apport personnel (40%), une collecte de fonds via le modèle dons de (28%) et un apport familial de (32%).

Après l'analyse des indicateurs de rentabilité et les simulations financières, il ressort que le projet est rentable.

**CONCLUSION**

En définitive, l'état des lieux réalisé sur les PME et les Start-ups en Côte d'Ivoire a permis de savoir que les difficultés d'accès aux financements et les insuffisances managériales de leurs dirigeants constituent les principaux handicaps au développement de ces entreprises.

En l'état actuel, le crowdfunding représente une alternative crédible au financement et à la croissance des PME et Start-ups ivoiriennes. A travers une enquête réalisée auprès des particuliers, nous avons pu constater que ceux-ci étaient réceptifs à ce mode de financement. C'est ainsi que nous avons envisagé le projet de « création d'une plateforme de crowdfunding pour le financement des projets innovants en Côte d'Ivoire : Gold Seed Equity Crowdfunding ».

A l'issue de cette étude, et selon l'ensemble de nos indicateurs de rentabilité, nous pouvons dire que ce projet est rentable et dégage sur les cinq premières années des flux de trésorerie importants lui permettant de faire face à ses engagements et est créateur de valeur pour l'ensemble des parties prenantes.

La principale difficulté de la mise en œuvre du projet, résidant dans l'accès au financement optimal, lequel permettrait de financer les activités de démarrage et le Besoin en Fonds de Roulement, nous avons proposé des modalités de financement.

Au vu de ce qui précède, nous pensons que la réalisation de ce projet contribuera à la réalisation des objectifs du Plan National de Développement en ce qui concerne la croissance des PME et start-up, la création d'emploi et la réduction de la pauvreté. En outre, il permettra aussi de démocratiser le financement des start-ups et des PME en développement.

**BIBLIOGRAPHIE**

## **OUVRAGES**

1. AGRAWAL Ajay, CATALINI Christian., GOLDFARB Avi (2011), *The Geography of Crowdfunding*, NBER WORKING PAPER N°16820, 57 pages.
2. DANMAYR Florian (2013), *archetypes of crowdfunding platforms: a multidimensional comparison*, Springer Gabler, 90 pages.
3. DEHORTER Nicolas (2013), *le guide du crowdfunding*, 1<sup>ère</sup> édition, Plaine Images, 40 pages.
4. GERBER Michael (2012), *understanding of the role of community in crowdfunding word*, Northern University Press, 120 pages.
5. GOVOEI Bernard (2006-2007), *Précis de comptabilité générale*, 1<sup>ère</sup> édition, Etudis, 862 pages.
6. IIZUKA Marianne (2013), *le crowdfunding : les rouages du financement participatif*, 1<sup>ère</sup> édition, Edubanque Editions, Paris, 187 pages.
7. LAPLUME Jean François (2013), *le financement participatif, une alternative à la levée de fonds traditionnelle*, 1<sup>ère</sup> édition, Agence aquitaine du numérique, 32 pages.
8. MOLLICK Ethan (2014), *the dynamic of crowdfunding: an exploratory study*, Journal of Business Venturing, 29 pages
9. RICORDEAU Vincent, *Crowdfunding : le financement participatif bouscule l'économie ! Pour libérer la créativité*, 1<sup>ère</sup> édition, Fyp Éditions, Paris, 96 pages
10. SATORIUS Christian (2010), *crowdfunding: what independant producers should know about the legal pitfall*, Entertainment and sport lawyer, 28 pages.
11. VERNIMMEN Pierre, QUIRY Pascal, LE FUR Yann (2016), *Finance d'entreprise*, 14<sup>ème</sup> édition, DALLOZ, Paris, 1124 pages.
12. ZOPOUNDIS Constantin (1990), *gestion de Portefeuille et analyse multicritère*, 1<sup>ère</sup> édition, Economica, 108 pages.

## **RAPPORT, MEMOIRES, PROJET PROFESSIONNEL ET PERIODIQUES**

1. Banque Africaine de Développement (2013), *Document stratégie Pays*, 41 pages.

2. BAPKAM Gnazoudéma, 2013, *Création d'une structure d'accompagnement des PME au Togo* « Global Finance – Conseil », 12<sup>ème</sup> promotion MBF, 71 pages.
3. Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (2015), *Promouvoir l'entrepreneuriat au service du développement*, 7<sup>ème</sup> session, Genève, 20 pages.
4. GAGLOZOUN Kokou Augustin, 2014, *Une alternative au financement des projets des jeunes entrepreneurs de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) : le crowdfunding*, 13<sup>ème</sup> Promotion MBF, 67 pages.
5. Jeune Afrique (2015), *publi-information le carrefour des pme*, 6 pages.
6. KAHORE BI TRA Didier, 2004, *Le financement des PME par le capital-risque: quel modèle pour la Côte d'Ivoire?*, 4<sup>ème</sup> promotion MBF, 61 pages
7. Les Afriques (Juin 2013), *Le crowdfunding à nos portes*, n°253, 76 pages.
8. Ministère de l'Emploi, des Affaires Sociales et de la Formation Professionnelle (2014), *Politiques et dispositifs d'insertion professionnelle et de création d'emplois : cas de la Côte d'Ivoire*, 43 pages.
9. NIAMIEN Richard, 2014, *Mise en place d'une structure de financement des TPE et PME par prêts participatifs en Côte d'Ivoire : « SME FINANCE »*, 13<sup>ème</sup> Promotion MBF, 67 pages.
10. Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (2012), *Nouvelle politique industrielle de la République de Côte d'Ivoire*, 134 pages.
11. TRAORE MOUSTAPHA, *Mise en place d'une structure d'octroi de crédit basée sur le système de crédit par caution solidaire pour le financement des cultures d'exportations en Côte d'Ivoire*, 13<sup>ème</sup> promotion MBF 2014, 70 pages.

## **WEBOGRAPHIE**

1. BCEAO, <http://www.bceao.int>.
2. DELOITTE (2013), *let's get together: crowdfunding portals bring in the bucks*, <https://www2.deloitte.com>.
3. GROUPE CONSULTATIF PLAN NATIONAL DE DEVELOPPEMENT (2013), <http://www.gcpnd.gouv.ci>

**ANNEXES**

## Annexe 1 : Questionnaire d'enquête sur la perception du crowdfunding

Dans le cadre de la création d'une plateforme de crowdfunding, nous nous permettons de vous soumettre ce questionnaire afin de collecter les informations nécessaires à notre étude de marché. Il s'agit d'un questionnaire anonyme qui aura pour but de déterminer si ce projet possède un intérêt pour vous. Nous vous prions donc de consacrer quelques minutes de votre temps à la réponse de ces questions pour nous permettre de mener à bien notre étude.

1. A propos de vous :

- Homme
- Femme

2. Quel âge avez-vous ?

18 ans au moins	
19 - 24 ans	
25 - 34 ans	
35 - 44 ans	
45 - 54 ans	
55 - 64 ans	

3. Quel est votre niveau d'épargne mensuel (FCFA)

0 - 30 000 F CFA	
30 000 - 60 000 F CFA	
60 000 - 100 000 F CFA	
150 000 - 150 000 F CFA	
150 000 - 250 000 F CFA	
250 000 - 400 000 F CFA	
Plus de 400 000 F CFA	

4. Où placez-vous habituellement votre épargne ?

Compte courant	
Compte d'épargne	
Dépôt à terme	
Actions d'entreprises	
Bons d'obligations d'Etats	
Tontines	
Thésaurisation	

5. Connaissez-vous le crowdfunding ?

- Oui
- Non

6. Avez-vous déjà investi via une plateforme de crowdfunding ?

- Oui
- Non

7. En tant que porteur de projet ou dirigeant de PME, seriez-vous intéressé par le crowdfunding?

- Oui
- Non

8. En tant qu'épargnant, seriez-vous intéressé par investir dans le crowdfunding?

- Oui
- Non

9. Si oui, quel montant moyen êtes-vous prêt à investir via le crowdfunding?

Moins de 65 000 F CFA	
De 65 000 F CFA à 162 500 F CFA	
De 162 500 F CFA à 325 000 F CFA	
De 325 000 F CFA à 650 000 F CFA	
De 650 000 F CFA à 1 625 000 F CFA	
De 1 625 000 F CFA à 3 250 000 F CFA	
De 3 250 000 F CFA à 6 500 000 F CFA	
Plus de 6 500 000 F CFA	

10. Sur ce type d'investissement, la perte peut être totale. Acceptez-vous de supporter la perte?

- Oui
- Non

11. Trois modèles principaux de crowdfunding d'entreprises sont possibles. Lequel préférez-vous?

L'actionnariat	
Don contre don	
Le Prêt	
Total	

12. Quelles ont été ou seraient pour vous les motivations essentielles d'un investissement en mode crowdfunding?

Aider un projet	
Participer à un projet	
Obtenir un retour sur investissement	
Trouver une alternative aux placements bancaires	
Favoriser l'innovation	
Dé-fiscaliser	
Créer un lien avec une équipe, un porteur de projet	
Aider au développement économique du pays	
Diversifier mes investissements	

13. Quels sont ou seraient pour vous les freins à votre décision d'investissement en mode crowdfunding?

Le flou juridique ivoirien autour du crowdfunding	
Les montants à investir trop importants	
La pauvre qualité des projets proposés	
Les risques présentés par les projets proposés	
Le manque d'information	
Les montants à investir pas assez importants	

14. Dans quels types de projets souhaiteriez-vous investir ?

Une société en démarrage	
Un projet qui doit naître	
Un projet qui vient de naître	
Une société ayant au moins 1 an d'activité	
Une société installée (+ d'un an d'activité)	

15. Quels sont les trois (3) principaux éléments qui vont fonder votre décision d'investir?

La qualité du projet	
La qualité de l'équipe portant le projet	
L'adéquation du projet avec vos valeurs	
Les perspectives de + values	
La qualité et le sérieux de la plateforme de crowdfunding	
Le prix (la valorisation de vos futures parts)	
le montant de l'investissement initial des porteurs de projet	
Le nombre de personnes déjà engagées à financer le projet	
La facilité d'accès à l'information	
La couverture médiatique	

16. Quel modèle d'investissement préférez-vous?

Je suis actionnaire direct de l'entreprise	
Je suis actionnaire d'une holding de crowdfunders qui investit dans une entreprise	

17. Au-delà de votre argent, qu'êtes-vous prêt à apporter à la société que vous financez ?

Vos conseils si on vous les demande	
Votre réseau – dans la vraie vie	
Votre réseau – sur les réseaux sociaux	
Votre expertise	
Rien	

18. Les Frais : quel modèle de plateforme de crowdfunding préférez-vous ?

Des frais uniquement à souscription	
Uniquement des frais à la sortie	
Des frais réduits à souscription + des frais à la sortie	
Des frais uniquement à souscription	

19. Quel montant maximum êtes-vous prêts à payer comme droit d'inscription sur une plateforme de crowdfunding ?

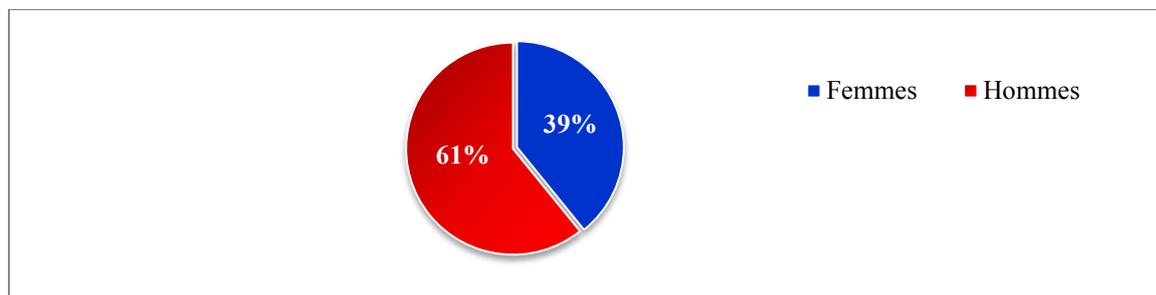
30 000 - 50 000 F CFA	
50000 - 75000 F CFA	
75 000 - 100 000 F FCA	
100 000 - 125 000 FCFA	

20. Quel moyen de paiement aimeriez-vous avoir à disposition en tant qu'épargnant ou porteur de projet?

Paiement en ligne	
Paiement par virement bancaire	
Paiement en liquide	
Paiement par mobile money	

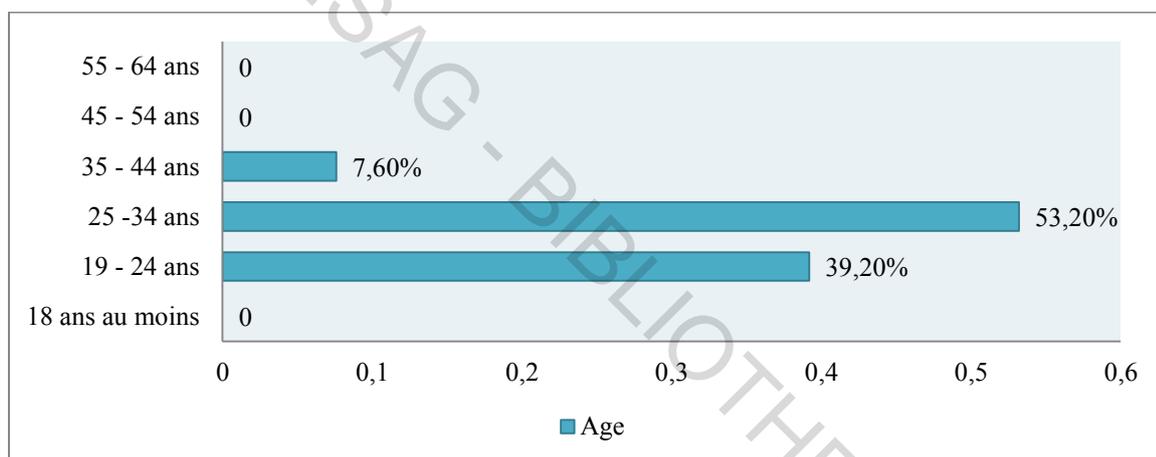
## Annexe 2 : Résultats de l'enquête

Figure 5 : A propos de vous



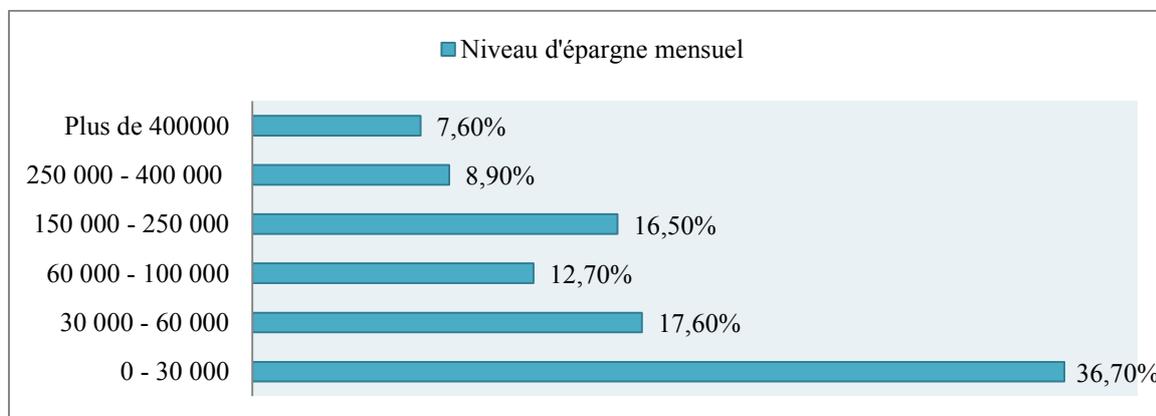
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 6 : Age des interlocuteurs



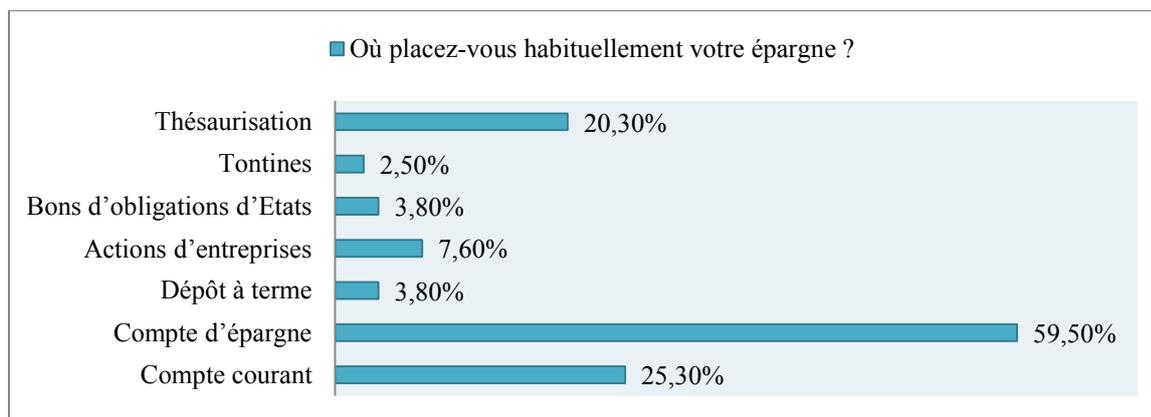
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 7: Niveau d'épargne mensuel



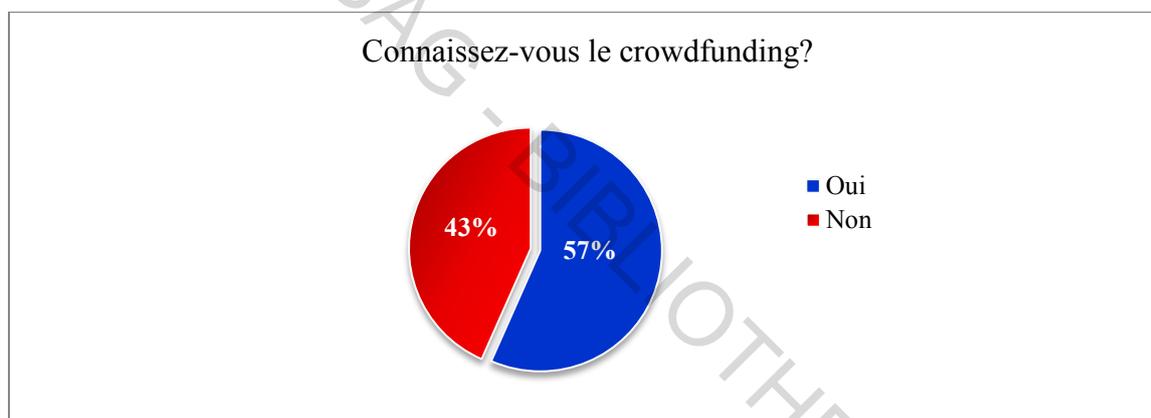
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 8 : Moyen de placement habituel



Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 9 : Connaissance du crowdfunding



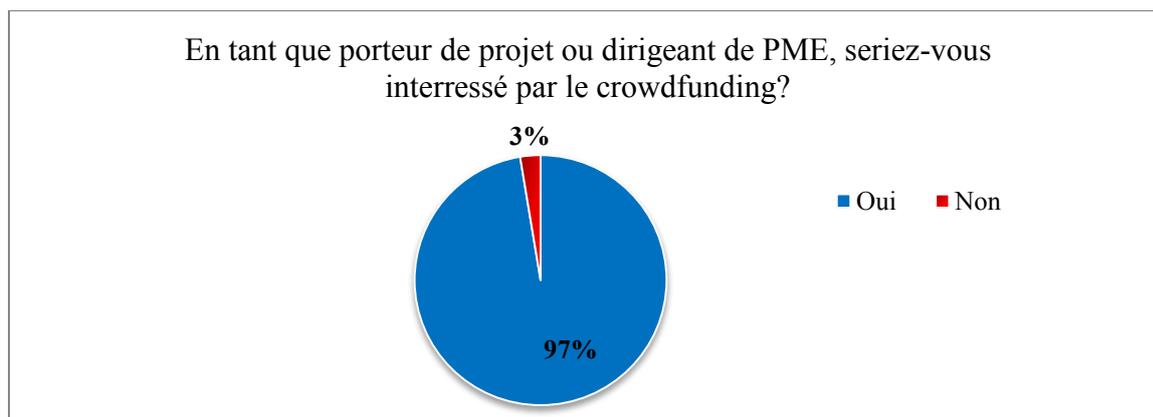
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 10 : Investissement via une plateforme de crowdfunding



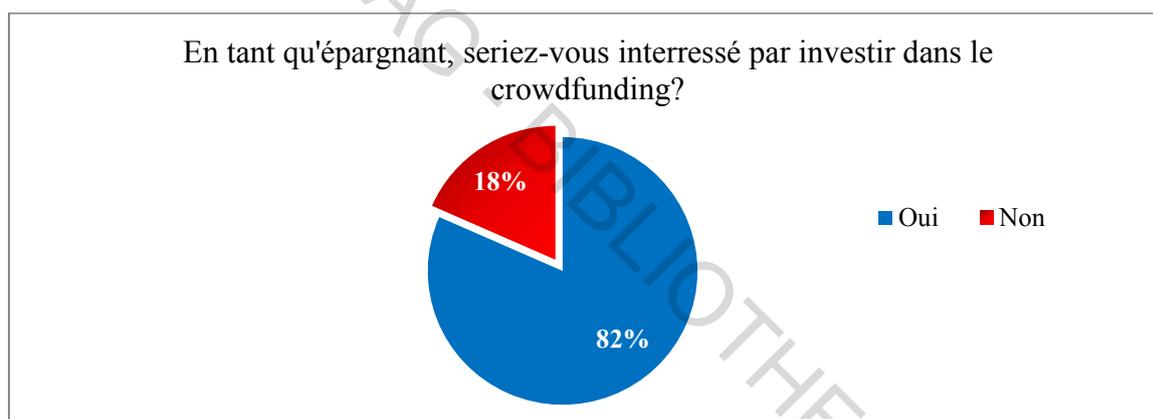
Source : à partir des résultats des questionnaires

**Figure 11 : Intérêts des porteurs de projets pour le crowdfunding**



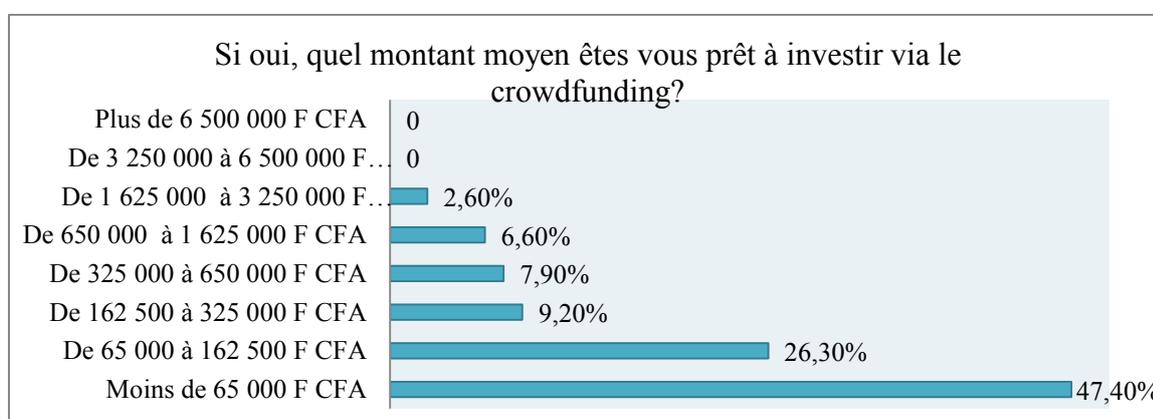
Source : à partir des résultats des questionnaires

**Figure 12 : Intérêts des épargnants pour le crowdfunding**



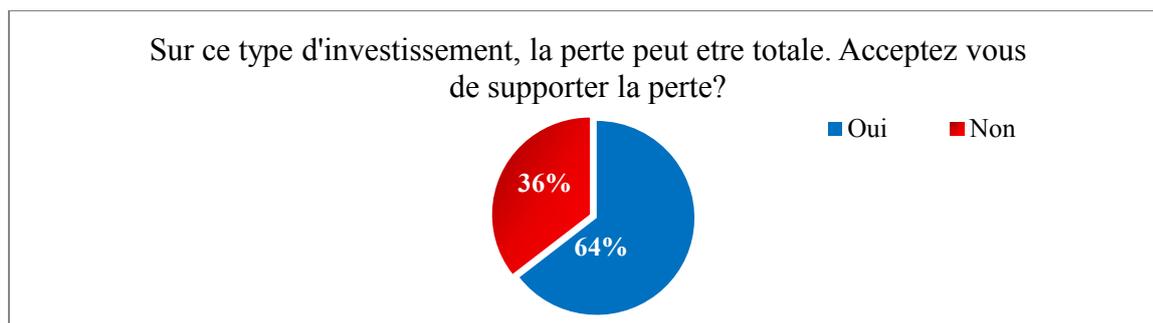
Source : à partir des résultats des questionnaires

**Figure 13 : Montant moyen investi**



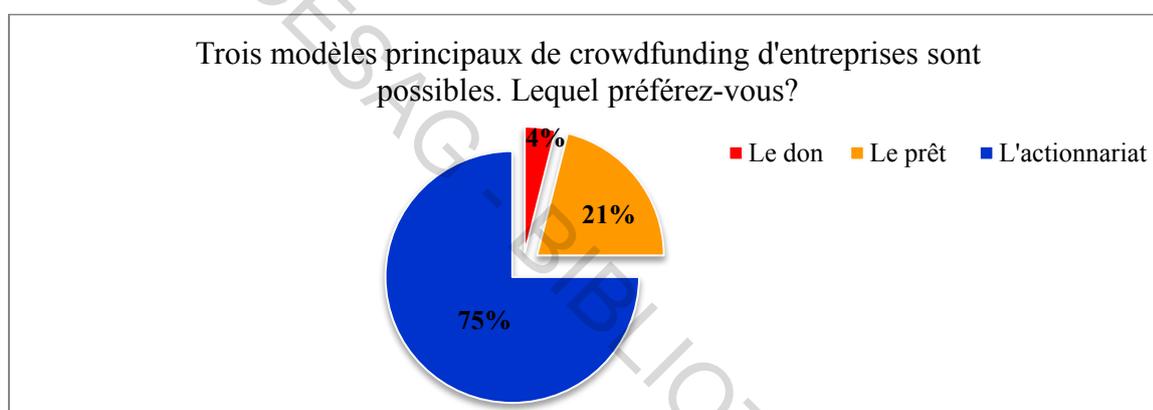
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 14 : Prise en compte du risque de perte totale



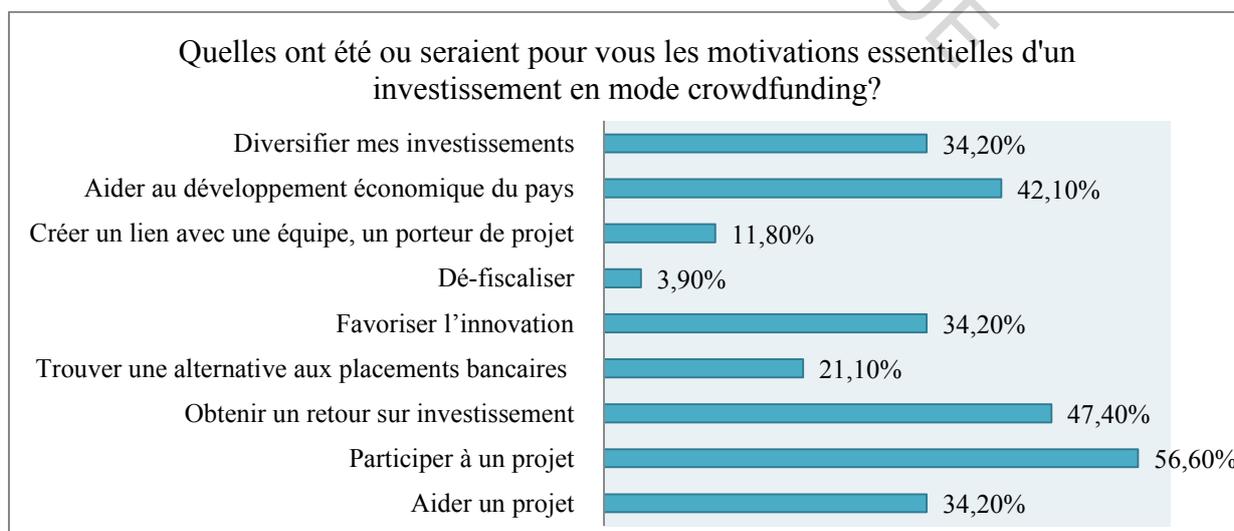
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 15 : Préférence parmi les modèles de crowdfunding



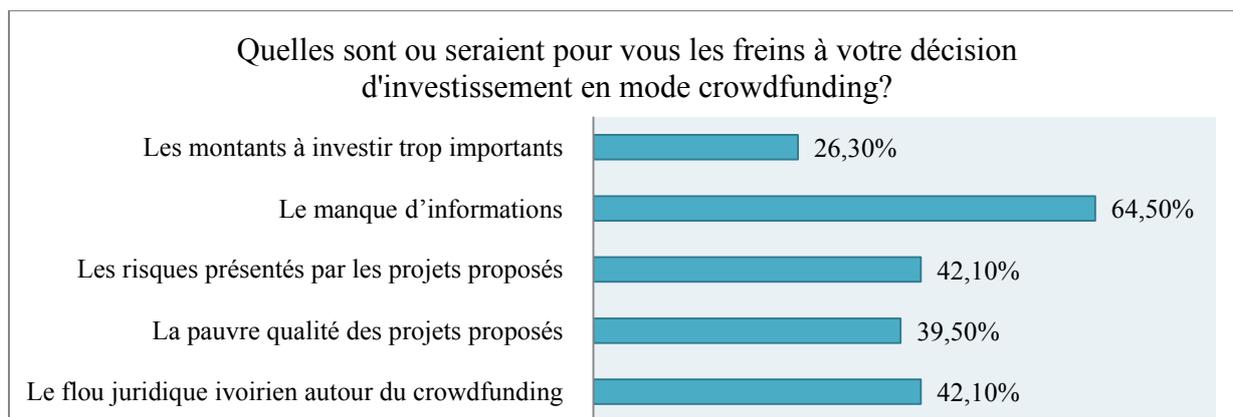
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 16 : Motivations de l'investissement en mode crowdfunding



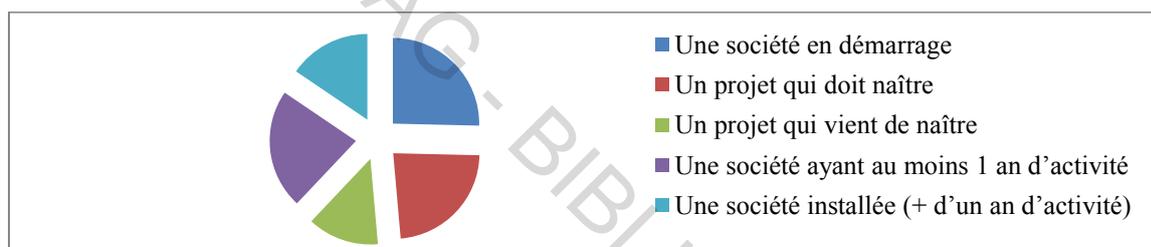
Source : à partir des résultats des questionnaires

**Figure 17 : Freins à la décision d'investissement en crowdfunding**



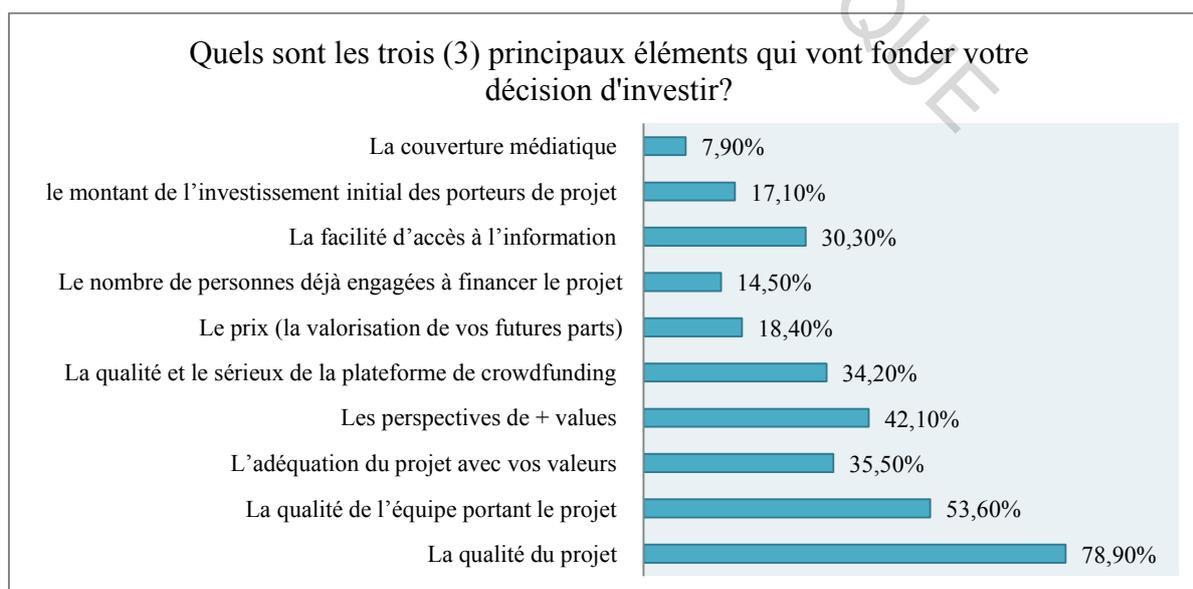
Source : à partir des résultats des questionnaires

**Figure 18 : Types de projets**



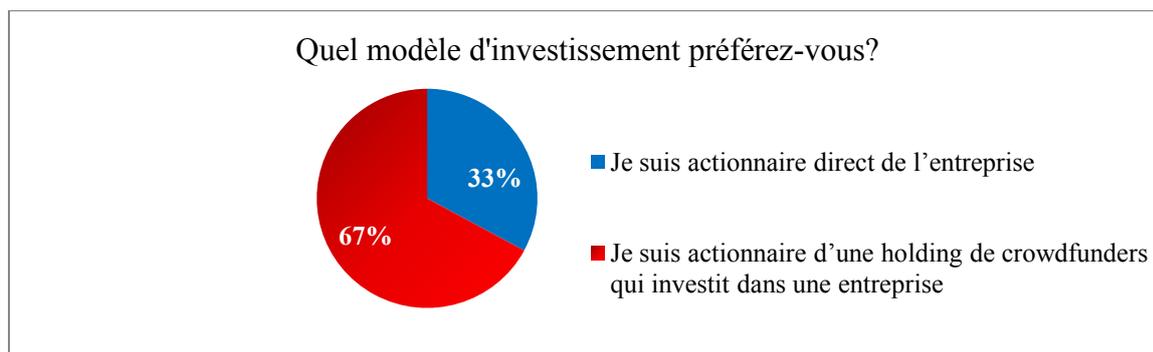
Source : à partir des résultats des questionnaires

**Figure 19 : Bases de la décision d'investissement**



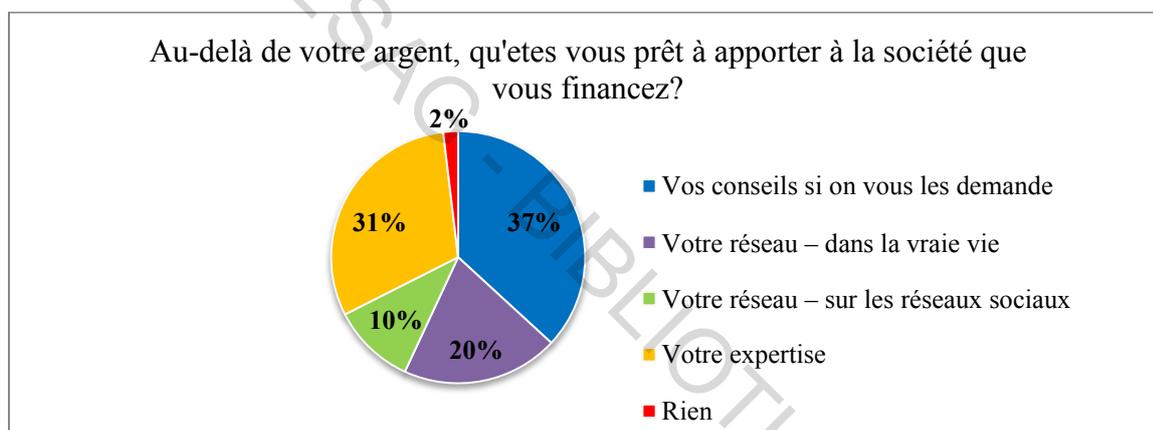
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 20 : Modèle d'investissement



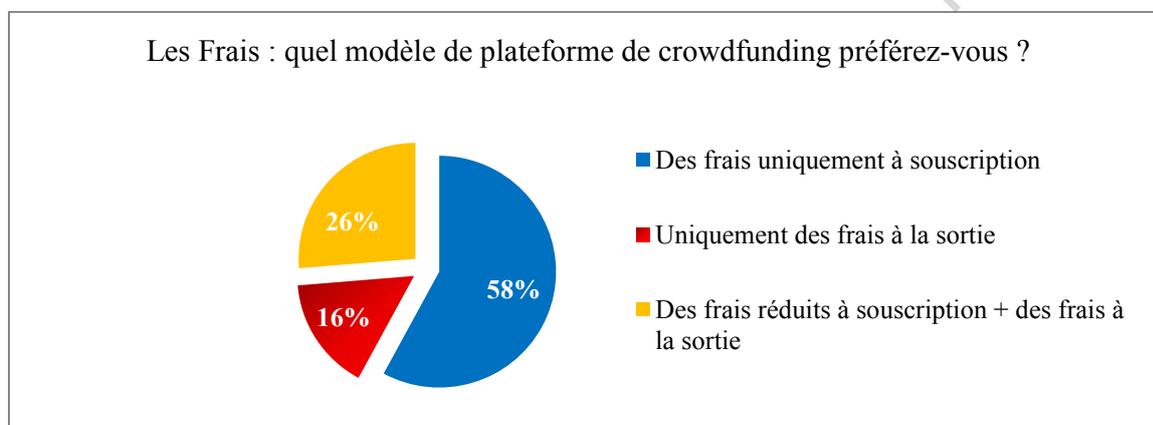
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 21 : Autres apports



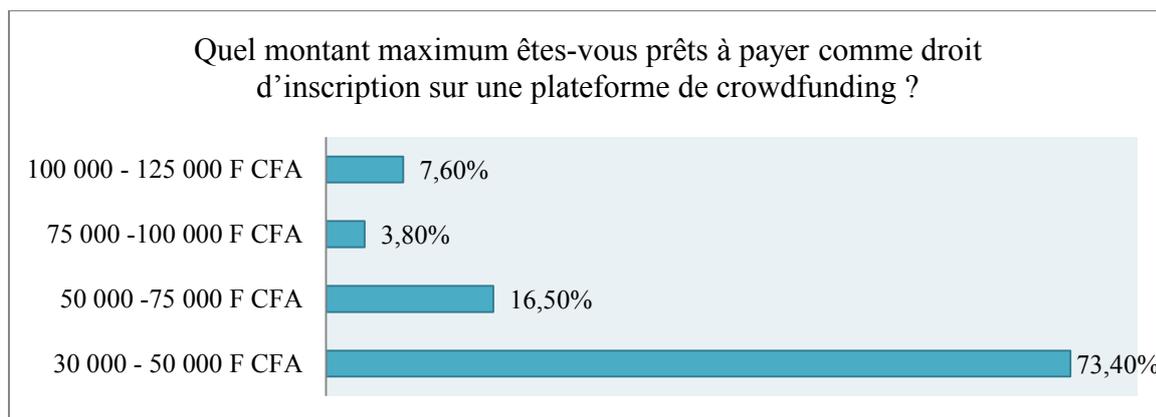
Source : à partir des résultats des questionnaires

Figure 22 : Formule de frais de Souscription



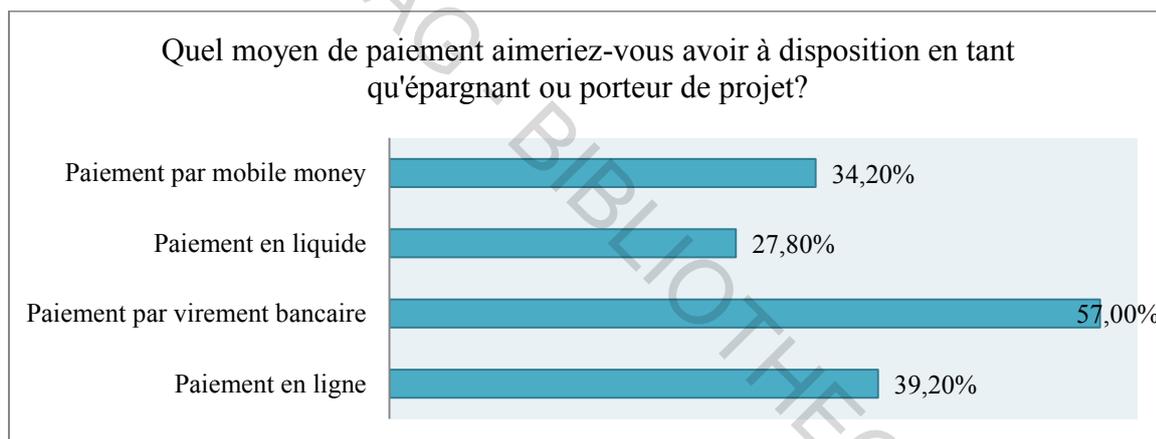
Source : à partir des résultats des questionnaires

**Figure 23 : Montant des frais de souscription**



Source : à partir des résultats des questionnaires

**Figure 24 : Moyens de paiement**



Source : à partir des résultats des questionnaires

**Annexe 3 : Hypothèse pessimiste (taille globale du marché)**

**Tableau 16 : Compte de résultat et indicateurs de rentabilité selon l'hypothèse pessimiste : Baisse de 20% de la taille globale du marché**

Eléments	2 016	2 017	2 018	2 019	2 020	2 021
<b>Chiffre d'affaires</b>		<b>54 266 667</b>	<b>59 693 333</b>	<b>72 438 667</b>	<b>79 682 533</b>	<b>87 650 787</b>
Charges extérieures		11 220 000	10 982 400	10 832 448	10 753 417	10 731 941
Valeur Ajoutée		43 046 667	48 710 933	61 606 219	68 929 116	76 918 845
(VA / CAHT)*100		79%	82%	85%	87%	88%
Charge de personnel		37 648 800	39 531 240	41 507 802	43 583 192	45 762 352
EBE		5 397 867	9 179 693	20 098 417	25 345 924	31 156 494
(EBE / CAHT)*100		10%	15%	28%	32%	36%
Dotations aux amortissements		1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
Résultat d'exploitation		3 647 200	7 429 027	18 487 750	23 901 924	29 712 494
(RE / CAHT)*100		7%	12%	26%	30%	34%
Charges financières		-	-	-	-	-
Produits financiers		-	-	-	-	-
Résultat Financier		-	-	-	-	-
(RF / CAHT)*100		-	-	-	-	-
Résultat net avant impôt		3 647 200	7 429 027	18 487 750	23 901 924	29 712 494
Impôt sur les sociétés		911 800	1 857 257	4 621 938	5 975 481	7 428 123
<b>Résultat Net</b>		<b>2 735 400</b>	<b>5 571 770</b>	<b>13 865 813</b>	<b>17 926 443</b>	<b>22 284 370</b>
Amortissements	-	1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
CAF	-	4 486 067	7 322 437	15 476 479	19 370 443	23 728 370
Récupération du BFR	-	-	-	-	-	8 244 800
Valeur Résiduelle	-	-	-	-	-	150 000
Total Flux Entrants	-	4 486 067	7 322 437	15 476 479	19 370 443	32 123 170
Investissements	9 570 000	-	-	-	-	-
BFR	8 244 800	-	-	-	-	-
Total Flux sortants	17 814 800	-	-	-	-	-
Total des flux	-17 814 800	4 486 067	7 322 437	15 476 479	19 370 443	32 123 170
Taux d'actualisation	20%	20%	20%	20%	20%	20%
CASH FLOW ACTUALISE	-	3 738 389	5 085 025	8 956 296	9 341 456	12 909 582
CUMUL DES CASH FLOW ACTUALISE	-17 814 800	-14 076 411	-8 991 386	-35 090	9 306 366	22 215 948
<b>VAN</b>	<b>22 215 948</b>					

Source : Nous même

**Annexe 4 : Hypothèse optimiste (taille globale du marché)**

**Tableau 17 : Compte de résultat et indicateurs de rentabilité selon l'hypothèse optimiste:  
Hausse de 20% de la taille globale du marché**

Eléments	2016	2 017	2 018	2 019	2 020	2 021
<b>Chiffre d'affaires</b>		<b>76 900 000</b>	<b>84 590 000</b>	<b>103 213 000</b>	<b>113 534 300</b>	<b>124 887 730</b>
Charges extérieures		11 220 000	10 982 400	10 832 448	10 753 417	10 731 941
Valeur Ajoutée		65 680 000	73 607 600	92 380 552	102 780 883	114 155 789
(VA / CAHT)*100		85%	87%	90%	91%	91%
Charge de personnel		37 648 800	39 531 240	41 507 802	43 583 192	45 762 352
EBE		28 031 200	34 076 360	50 872 750	59 197 691	68 393 437
(EBE / CAHT)*100		36%	40%	49%	52%	55%
Dotations aux amortissements		1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
Résultat d'exploitation		26 280 533	32 325 693	49 262 083	57 753 691	66 949 437
(RE / CAHT)*100		34%	38%	48%	51%	54%
Charges financières		-	-	-	-	-
Produits financiers		-	-	-	-	-
Résultat Financier		-	-	-	-	-
(RF / CAHT)*100		-	-	-	-	-
Résultat net avant impôt		26 280 533	32 325 693	49 262 083	57 753 691	66 949 437
Impôt sur les sociétés		6 570 133	8 081 423	12 315 521	14 438 423	16 737 359
<b>Résultat Net</b>		<b>19 710 400</b>	<b>24 244 270</b>	<b>36 946 562</b>	<b>43 315 268</b>	<b>50 212 078</b>
Amortissements	-	1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
CAF	-	21 461 067	25 994 937	38 557 229	44 759 268	51 656 078
Récupération du BFR						8 244 800
Valeur Résiduelle						150 000
Total Flux Entrants	-	21 461 067	25 994 937	38 557 229	44 759 268	60 050 878
Investissements	9 570 000	-	-	-	-	-
BFR	8 244 800	-	-	-	-	-
Total Flux sortants	17 814 800	-	-	-	-	-
Total des flux	-17 814 800	21 461 067	25 994 937	38 557 229	44 759 268	60 050 878
Taux d'actualisation	20%	20%	20%	20%	20%	20%
CASH FLOW ACTUALISE	-	17 884 222	18 052 039	22 313 211	21 585 295	24 133 101
CUMUL DES CASH FLOW ACTUALISE	-17 814 800	69 422	18 121 462	40 434 673	62 019 968	86 153 069
<b>VAN</b>	<b>86 153 069</b>					

Source : Nous même

**Annexe 5 : Hypothèse pessimiste (croissance du chiffre d'affaires)**

**Tableau 18 : Compte de résultat et indicateurs de rentabilité selon l'hypothèse pessimiste : Baisse de 5% de la croissance du chiffre d'affaires**

Eléments	2 016	2 017	2 018	2 019	2 020	2 021
<b>Chiffre d'affaires</b>		<b>65 583 333</b>	<b>62 304 167</b>	<b>59 188 958</b>	<b>56 229 510</b>	<b>53 418 035</b>
Charges extérieures		11 220 000	10 982 400	10 832 448	10 753 417	10 731 941
Valeur Ajoutée		54 363 333	51 321 767	48 356 510	45 476 093	42 686 094
(VA / CAHT)*100		83%	82%	82%	81%	80%
Charge de personnel		37 648 800	39 531 240	41 507 802	43 583 192	45 762 352
EBE		16 714 533	11 790 527	6 848 708	1 892 901	-3 076 258
(EBE / CAHT)*100		25%	19%	12%	3%	-6%
Dotations aux amortissements		1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
Résultat d'exploitation		14 963 866	10 039 860	5 238 041	448 901	-4 520 258
(RE / CAHT)*100		23%	16%	9%	1%	-8%
Charges financières		-	-	-	-	-
Produits financiers		-	-	-	-	-
Résultat Financier		-	-	-	-	-
(RF / CAHT)*100		0%	0%	0%	0%	0%
Résultat net avant impôt		14 963 866	10 039 860	5 238 041	448 901	-4 520 258
Impôt sur les sociétés		3 740 967	2 509 965	1 309 510	112 225	-1 130 065
<b>Résultat Net</b>		<b>11 222 900</b>	<b>7 529 895</b>	<b>3 928 531</b>	<b>336 676</b>	<b>-3 390 194</b>
Amortissements	-	1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
CAF	-	12 973 567	9 280 562	5 539 198	1 780 676	-1 946 194
Récupération du BFR						8 244 800
Valeur Résiduelle						150 000
Total Flux Entrants	-	12 973 567	9 280 562	5 539 198	1 780 676	6 448 607
Investissements	9 570 000	-	-	-	-	-
BFR	8 244 800	-	-	-	-	-
Total Flux sortants	17 814 800	-	-	-	-	-
Total des flux	-17 814 800	12 973 567	9 280 562	5 539 198	1 780 676	6 448 607
Taux d'actualisation	20%	20%	20%	20%	20%	20%
CASH FLOW ACTUALISE	-	10 811 305	6 444 835	3 205 554	858 736	2 591 550
CUMUL DES CASH FLOW ACTUALISE	-17 814 800	-7 003 495	-558 660	2 646 894	3 505 631	6 097 181
<b>VAN</b>	<b>6 097 181</b>					

Source : Nous-même

**Annexe 6 : Hypothèse optimiste (croissance du chiffre d'affaires)**

**Tableau 19 : Compte de résultat et indicateurs de rentabilité selon une hypothèse optimiste : hausse de 5% de la croissance du chiffre d'affaires**

Eléments	2 016	2 017	2 018	2 019	2 020	2 021
<b>Chiffre d'affaires</b>		<b>65 583 333</b>	<b>68 862 500</b>	<b>72 305 625</b>	<b>75 920 906</b>	<b>79 716 952</b>
Charges extérieures		11 220 000	10 982 400	10 832 448	10 753 417	10 731 941
Valeur Ajoutée		54 363 333	57 880 100	61 473 177	65 167 489	68 985 010
(VA / CAHT)*100		83%	84%	85%	86%	87%
Charge de personnel		37 648 800	39 531 240	41 507 802	43 583 192	45 762 352
EBE		16 714 533	18 348 860	19 965 375	21 584 297	23 222 659
(EBE / CAHT)*100		25%	27%	28%	28%	29%
Dotations aux amortissements		1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
Résultat d'exploitation		14 963 866	16 598 193	18 354 708	20 140 297	21 778 659
(RE / CAHT)*100		23%	24%	25%	27%	27%
Charges financières		-	-	-	-	-
Produits financiers		-	-	-	-	-
Résultat Financier		-	-	-	-	-
(RF / CAHT)*100		-	-	-	-	-
Résultat net avant impôt		14 963 866	16 598 193	18 354 708	20 140 297	21 778 659
Impôt sur les sociétés		3 740 967	4 149 548	4 588 677	5 035 074	5 444 665
<b>Résultat Net</b>		<b>11 222 900</b>	<b>12 448 645</b>	<b>13 766 031</b>	<b>15 105 223</b>	<b>16 333 994</b>
Amortissements	-	1 750 667	1 750 667	1 610 667	1 444 000	1 444 000
CAF	-	12 973 567	14 199 312	15 376 698	16 549 223	17 777 994
Récupération du BFR						8 244 800
Valeur Résiduelle						150 000
Total Flux Entrants	-	12 973 567	14 199 312	15 376 698	16 549 223	26 172 794
Investissements	9 570 000	-	-	-	-	-
BFR	8 244 800	-	-	-	-	-
Total Flux sortants	17 814 800	-	-	-	-	-
Total des flux	-17 814 800	12 973 567	14 199 312	15 376 698	16 549 223	26 172 794
Taux d'actualisation	20%	20%	20%	20%	20%	20%
CASH FLOW ACTUALISE	-	10 811 305	9 860 633	8 898 552	7 980 914	10 518 259
CUMUL DES CASH FLOW ACTUALISE	-17 814 800	-7 003 495	2 857 139	11 755 691	19 736 604	30 254 863
<b>VAN</b>	<b>30 254 863</b>					

Source : Nous-même

## TABLE DES MATIERES

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iii
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES .....	iv
SOMMAIRE .....	vi
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 : ANALYSE DE L'OPPORTUNITE DE LA CREATION D'UNE PLATEFORME DE CROWDFUNDING EN COTE D'IVOIRE.....	6
1.1 Petites et Moyennes Entreprises (PME) et Start-ups en Côte d'Ivoire.....	6
1.1.1 Importance des PME et Start-ups dans l'économie Ivoirienne .....	7
1.1.2 Atouts des PME et les Start-ups ivoiriennes .....	7
1.1.3 Difficultés des PME et Start-ups ivoiriennes .....	8
1.1.4 Solutions apportées aux PME et Start-ups ivoiriennes .....	9
1.1.4.1 Solutions gouvernementales .....	9
1.1.4.2 Solutions non gouvernementales .....	10
1.1.4.3 Quelques limites des solutions proposées .....	12
1.2 Crowdfunding comme solution au développement des PME en Côte d'Ivoire .....	13
1.2.1 Définition et objectifs du crowdfunding .....	13
1.2.2 Modèles de Crowdfunding .....	14
1.2.3 Fonctionnement du crowdfunding .....	15
1.2.3.1 Acteurs du Crowdfunding .....	15
1.2.3.2 Processus de crowdfunding .....	16
1.2.4 Intérêt pour les PME et Startups ivoiriennes de recourir au crowdfunding .....	18

1.3	Etude de marché .....	20
1.3.1	Analyse de l'environnement.....	20
1.3.1.1	Environnement politique .....	20
1.3.1.2	Environnement économique .....	21
1.3.1.3	Environnement social .....	21
1.3.1.4	Environnement technologique .....	22
1.3.1.5	Environnement écologique .....	22
1.3.1.6	Environnement légal.....	23
1.3.2	Analyse de la demande.....	25
1.3.2.1	Méthodologie adoptée pour l'analyse de la demande.....	25
1.3.2.2	Résultats de l'enquête sur la perception du crowdfunding.....	26
1.3.3	Analyse de la concurrence.....	27
1.3.3.1	Concurrence.....	27
1.3.3.2	Clients.....	27
1.3.3.3	Fournisseurs.....	28
1.3.3.4	Produits substitués.....	28
1.3.3.5	Nouveaux entrants .....	28
1.3.4	Cadre réglementaire d'une plateforme de Crowdfunding en Côte d'Ivoire.....	28
CHAPITRE 2: PRESENTATION DE LA PLATEFORME GOLD SEED EQUITY CROWDFUNDING .....		29
2.1	Description du projet .....	29
2.1.1	Origines et motivations du projet.....	29
2.1.2	Mission, Vision, Valeurs et Objectifs du projet.....	29
2.1.3	Originalité du projet .....	31

2.1.4	Produits / services proposés et clientèle visée.....	31
2.2	Organisation et fonctionnement de Gold Seed Equity Crowdfunding .....	32
2.2.1	Forme juridique et structure du capital .....	32
2.2.2	Structure organisationnelle.....	33
2.2.3	Fonctionnement de Gold Seed Equity Crowdfunding .....	35
2.2.3.1	Acteurs et spécificités de la plateforme Gold Seed Equity Crowdfunding ....	35
2.2.3.2	Processus relatif aux entreprises.....	36
2.2.3.3	Processus relatif aux investisseurs.....	38
2.2.4	Plan d'actions et chronogramme de démarrage .....	39
2.3	Stratégie marketing de GOLD SEED Equity Crowdfunding.....	40
2.3.1	Evaluation et choix des segments.....	40
2.3.2	Ciblage et positionnement stratégique .....	40
2.3.3	Mix marketing.....	41
2.3.3.1	Politique Produits .....	41
2.3.3.2	Politique Prix .....	41
2.3.3.3	Politique de distribution et de communication.....	42
2.3.4	Stratégie de développement et de fidélisation de la clientèle.....	43
<b>CHAPITRE 3 : MODALITES DE FINANCEMENT ET RENTABILITE DU PROJET .....</b>		<b>44</b>
3.1	Evaluation du coût de la mise en place du projet .....	44
3.1.1	Investissement total .....	44
3.1.2	Charges de personnel et les frais généraux .....	45
3.1.3	Besoin en Fonds de Roulement (BFR).....	46
3.1.4	Compte de résultat prévisionnel.....	50
3.2	Modalités de financement et analyse de la rentabilité du projet.....	51

3.2.1	Modalités de financement .....	51
3.2.2	Plan de financement .....	51
3.2.3	Rentabilité du projet .....	52
3.2.4	Etude de sensibilité.....	53
3.3	Risques du projet .....	54
CONCLUSION .....		56
BIBLIOGRAPHIE .....		58
ANNEXES .....		61
TABLES DES MATIERES .....		77
RESUME.....		81
ABSTRACT .....		82

## RESUME



Les Petites et Moyennes Entreprises (PME) constituent l'essentiel du tissu économique de la Côte d'Ivoire, soit 98% des entreprises recensées, largement représentées dans tous les secteurs d'activités. Elles emploient 23% de la population, représentent 20% de la richesse nationale et 12 % de l'investissement. A ce titre, elles revêtent un caractère doublement stratégique du fait d'une part, de leur rôle socio-économique et, d'autre part, de leur potentiel dont la valorisation est incontournable pour asseoir une croissance inclusive.

Cependant, les PME n'ont que faiblement bénéficié du soutien et de l'encadrement tant technique que financier nécessaires à leur développement. L'accès au financement reste une problématique majeure à laquelle elles sont confrontées.

Le manque de données financières fiables dans les PME et l'insuffisance des fonds propres conduisent les banques soit à ne pas accorder de crédits, soit à le faire à des taux trop élevés. Cette rigidité du système financier classique conduit les entreprises à chercher des moyens de financement alternatifs comme ceux proposés par le crowdfunding.

Le crowdfunding ou financement participatif (financement par la foule) s'inscrit dans un mouvement de désintermédiation financière et répond, par ailleurs, à un réel besoin des petites entreprises à trouver du financement à moindre coût. C'est dans ce sens que nous avons axé notre projet sur la faisabilité, la rentabilité et les modalités de financement d'une plateforme de crowdfunding en Côte d'Ivoire.

Ce document présente, entre autres, la définition du crowdfunding, l'organisation et le fonctionnement de la plateforme ainsi que l'étude financière du projet.

Il ressort des analyses que le projet dégage un résultat positif à long terme et assure aux investisseurs une rentabilité conséquente. Somme toute, il apparaît que la plateforme en plus d'être rentable crée de la valeur et de l'emploi tout en contribuant à la réduction de la pauvreté et à la promotion de l'innovation.

**Mots clés :** Petites et Moyennes Entreprises, accès au financement, financement participatif.

## ABSTRACT



Small and Medium Enterprises (SMEs) constitute the core of the Ivorian economy, 98% of surveyed companies by the National Development Plan, widely represented in all business lines. They employ 23% of the population, represent 20% of the national wealth and 12% of the investment. As such, they have two strategic characters due on the one hand to their socio-economic role and, the other hand, to their potential whose valuation is essential to establish an inclusive growth.

However, SMEs have only weakly enjoyed support and framing both technically and financially necessary to their development. Access to funding remains a major problem which they are faced with.

The lack of reliable of financial data of these companies and their capital inadequacy lead the banks to decline their funding requests or grant loans with high lending rate. This reluctance of the traditional financial system drives SMEs to shift to other sources of financing such as « Crowdfunding ».

Crowdfunding or participatory financing (financing by the crowd) is part of a movement of financial disintermediation and also responds to a real need for small businesses to find financing at lower cost. It is in this sense that we focus our project on the feasibility, cost and terms of financing a crowdfunding platform in Cote d'Ivoire.

This document, among others, presents the definition of crowdfunding, the organization and the operation of the platform and the financial review of the project.

It will appear from the analysis that the project generates positive long-term results and provides investors with consistent profitability.

Sum up it appears that the platform in addition to being cost-effective creates value and employment while contributing to poverty reduction and the promotion of innovation.

**Key words: Small and Medium Enterprises, access to funding, crowdfunding**