



Centre Africain d'Etudes Supérieures En Gestion

CESAG

Master en Banque et Finance

MBF



Année académique 2015-2016

Spécialité : Marchés financiers et finance d'entreprise

Projet Professionnel

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Présenté par

Bernadette Marie-Lucie Bethany YEO

15^{ème} promotion

Sous la supervision de :

Dr Edoh Pierre GABIAM

Professeur associé au

CESAG

Dakar, juillet 2016

DEDICACE

Nous dédions ce projet professionnel :

- à nos parents, Anne-Marie et Aly YEO, dont les prières et l'amour nous ont toujours accompagnés, et sans qui nous ne serions rien ;
- à Mme Chantal OUEDRAOGO, qui a été une deuxième mère pour nous durant cette année et qui est un modèle de force, d'élégance et de gentillesse.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

REMERCIEMENTS

Nos sincères remerciements vont à l'endroit de :

- Dr Edoh GABIAM, professeur associé au CESAG, pour son temps et ses précieux conseils durant la rédaction du présent document ;
- l'ensemble de la coordination du programme Master en Banque et Finance, particulièrement le Professeur Alain KENMOGNE, coordonnateur du programme et Dr Aboudou OUATTARA, enseignant en finance de marché ;
- MM. Gilles MORISSON et Gérard MAZZIOTTA, enseignants au programme Master en Banque et Finance, pour la passion et l'amour de la finance qu'ils nous ont transmis
- M. Marcus NDJOLI, fondateur de Kusoma Group, pour sa disponibilité ;
- Mme Edith BROU, Présidente de l'association des Blogueurs de Côte d'Ivoire, pour avoir répondu à toutes nos questions sur l'économie numérique ;
- La famille KOHOU, pour nous avoir entouré d'affection et nous avoir fait senti à Dakar comme à la maison ;
- Mlle Deborah OUATTARA ainsi que MM. Alioune GUEYE et Raphael MOUMI, pour leur grande amitié ;
- Ellenita KOFFI, Habbib COULIBALY, Nadège AKOSSE, Sandia EDOUKOU et tous nos amis des promotions « LPTCF 3 SPECIALE 2013 » et « MPACG 2014 », qui nous ont soutenu et encouragé durant cette année scolaire ;
- toute la promotion « MBF 15 », pour les bons moments passés ensemble.

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

AECI : Association des Ecrivains de Côte d'Ivoire
ASSEDI : Association des Editeurs Ivoiriens
BCE : Banque Centrale Européenne
BCEAO : Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest
BFR : Besoin en Fonds de Roulement
BIEF : Bureau International de l'Edition Française
BRVM : Bourse Régionale des Valeurs Mobilières
BURIDA : Bureau Ivoirien du Droit d'Auteur
CEDA : Centre d'Edition et de Diffusion Africaine
CEDEAO : Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CESAG : Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion
CMPC : Coût Moyen Pondéré du Capital
DRC : Délai de Récupération du Capital
GIE : Groupement d'Intérêt Economique
NEA : Nouvelles Editions Africaines
NEI : Nouvelles Editions Ivoiriennes
OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique
OHADA : Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires
PIB : Produit Intérieur Brut
SARL : Société A Responsabilité Limitée.
TIC : Technologie de l'Information et de la Communication
TRI : Taux de Rentabilité Interne
UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UNESCO: United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
USA: Etats Unis d'Amérique
VAN : Valeur Actuelle Nette

TABLES DES ILLUSTRATIONS

TABLEAUX

Tableau 1: Opportunités et menaces de Kalani Editions.....	20
Tableau 2: Tableau comparatif des formes juridiques de société les plus usuelles en C.I.....	31
Tableau 3: Critères de segmentation et segments identifiés	33
Tableau 4: Structure des postes et masse salariale.....	42
Tableau 5: Tableau récapitulatif des immobilisations incorporelles	46
Tableau 6: Tableau récapitulatif des immobilisations corporelles	47
Tableau 7: Calcul du besoin en fonds de roulement	48
Tableau 8: Chiffre d'affaires prévisionnel	52
Tableau 9: Compte de résultat prévisionnel	53
Tableau 10: Tableau des Flux de trésorerie	55
Tableau 11: Calcul de la Van et du TRI.....	56
Tableau 12: Calcul de quelques ratios de rentabilité économique et financière	57
Tableau 13: Plan de financement.....	58
Tableau 14: Charges de personnel.....	74
Tableau 15: Tableau récapitulatif des frais généraux.....	75
Tableau 16: Tableau d'amortissement des immobilisations.....	76
Tableau 17: Budget de trésorerie annuel	76

FIGURES

Figure 1: Prix maximal acceptable	24
Figure 2: Services exigés par les auteurs.....	24
Figure 3: Format de livres le plus fréquemment lus	25
Figure 4: Les genres les plus lus.....	25
Figure 5: Prix acceptables à l'achat des livres	26
Figure 6: Actionnariat de Kalani Editions	32
Figure 7: Organigramme de KALANI EDITIONS à la première année d'activité	40
Figure 8: Evolution du CA, de l'EBE et du RN.....	54

SOMMAIRE

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS.....	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	iii
TABLES DES ILLUSTRATIONS.....	iv
SOMMAIRE.....	v
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I : OPPORTUNITE DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN COTE D'IVOIRE.....	6
I. Evaluation de l'offre d'édition en Côte d'Ivoire.....	6
II. Cadre réglementaire en vigueur dans le domaine de l'édition.....	12
III. Opportunité de l'édition numérique en Côte d'Ivoire.....	15
CHAPITRE II : ORGANISATION ET MOYENS NECESSAIRES A LA MISE EN PLACE DE LA STRUCTURE D'EDITION NUMERIQUE.....	27
I. Présentation de KALANI Editions.....	27
II. Plan marketing de KALANI.....	32
III. Organisation et étude technique de KALANI.....	37
CHAPITRE III : COÛTS, MODES DE FINANCEMENT ET RENTABILITE DU PROJET ..	45
I. Estimation du coût du projet.....	45_Toc456974128
II. Modalités de financement.....	49
III. Analyse de la rentabilité et des risques.....	50
CONCLUSION.....	61
BIBLIOGRAPHIE.....	63
ANNEXES.....	66
TABLE DES MATIERES.....	77

INTRODUCTION

L'ère du numérique est en marche. Les pays développés, pour avoir bien compris que le progrès passait à notre époque par les technologies, ont choisi de surfer sur cette vague. De plus en plus, on assiste à la création ou à l'adaptation d'entreprises au numérique. Que ce soit dans le domaine de la photo, de la musique, ou de l'éducation, on tend de plus en plus vers la dématérialisation des supports et l'accessibilité universelle à l'information. Le domaine de l'édition n'est pas en reste. Ce secteur avait déjà un niveau d'activité élevé, avec un chiffre d'affaires en 2009 de 3,053 milliards de livres sterling en Grande Bretagne (MOTIF, 2010), 24,3 milliards de dollars aux Etats Unis (Bureau International de l'Edition Française, 2010) et 2,8 milliards d'euros en France (Observatoire de l'économie du livre, 2010). Il a continué de se développer grâce à l'investissement dans le numérique. Ainsi, en 2014, on a enregistré des chiffres d'affaires de 4,3 milliards de livres sterling en Grande Bretagne (dont 35% générés par la vente de livres numériques)¹, 27,98 milliards de dollars aux USA (dont 21% générés par les ventes de livres numériques, selon le rapport 2010 du BIEF) ou encore 2,652 milliards d'euros en France (avec 6,4% de ventes numériques)². De nombreuses bibliothèques numériques sont créées partout dans le monde (en 2014, on a recensé 231 grandes bibliothèques numériques pluridisciplinaires dans le monde³) en même temps que des maisons d'édition numériques⁴, avec des activités allant de la simple mise en page d'un livre au format numérique en utilisant un logiciel, jusqu'à la création et la diffusion en ligne des œuvres.

L'Afrique est un continent à fort potentiel numérique. En 2013, le cabinet de conseil MCKINSEY estimait que le PIB numérique (PIB lié à la création et à l'utilisation des réseaux et services Internet)⁵ du continent croîtrait d'au moins 6 % d'ici à 2025 ; faisant passer les gains de productivité liés à la technologie dans les secteurs des services financiers, de l'éducation, de la santé, du commerce de détail, de l'agriculture et de l'administration à 318 milliards de dollars⁶.

¹ http://www.presseedition.fr/foreign_affairs_edition_P_AA_R_0_A_12694_.html, page consultée le 31 janvier 2016

² <http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles-2013/>, page consultée le 31 janvier 2016

³ http://signets.bnf.fr/html/categories/c_011textes_num.html, page consultée le 05 mars 2016

⁴ Une maison d'édition numérique est une entreprise dont l'activité principale est la production et la diffusion de livres ou de documents entièrement dématérialisés et numérisés, c'est-à-dire sans support papier, disponibles sous forme de fichiers électroniques et téléchargeables via internet.

⁵ <http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/lions-go-digital-the-internets-transformative-potential-in-africa>, page consultée le 06 mars 2016

⁶ <http://true212.com/insight-2/afriques-numeriques/2014/08/2007/?lang=fr>, page consultée le 06 mars 2016

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Cette croissance a déjà été amorcée, avec l'augmentation du nombre d'utilisateurs de smartphones, l'augmentation du nombre de terminaux internet et du volume de bande passante et la création de start-up spécialisées dans le e-commerce, le streaming musical, ou les solutions informatiques⁷. Cependant, l'édition numérique est encore au stade embryonnaire. Ce secteur, qui a engrangé en 2014 un chiffre d'affaires d'un peu plus de 161 millions d'euros en France⁸ et 3,37 milliards de dollars aux USA (BIEF, 2010) est encore très peu exploité dans nos régions. Il n'existe en effet que quelques maisons d'édition numériques à proprement parler, notamment au Sénégal et en Tunisie ; et on dénombre une dizaine de sites de vente de livres numériques.

La Côte d'Ivoire, pilier de l'économie sous régionale, est particulièrement à la traine dans ce domaine, aucune structure de ce type n'y étant implantée. Pourtant, le taux relativement élevé d'alphabétisation (43,11 %) ⁹ de sa population et la reconnaissance de ses auteurs dans le domaine de la littérature africaine sont autant de facteurs qui feraient de l'édition numérique un marché porteur dans le pays. La lecture étant un moyen essentiel et primordial d'accéder à la connaissance, à l'instruction et à la culture et de là, au développement, il est nécessaire de la vulgariser auprès des Africains, en offrant un accès à des livres écrits par eux et pour eux. C'est de ces différents constats qu'est née l'idée de créer une maison d'édition numérique en Côte d'Ivoire. Nous avons donc décidé d'écrire un projet professionnel intitulé : « **Modalités de financement de la création d'une maison d'édition en Côte d'Ivoire : KALANI EDITIONS** ».

Le but principal de notre projet est de répondre à la question suivante : **quels sont les coûts et les modalités de financement d'une maison d'édition numérique en Côte d'Ivoire ?**

L'objectif global visé par l'étude est d'évaluer les modalités et les coûts de création d'une maison d'édition numérique et de proposer le mode de financement le plus efficient. Plus spécifiquement, il s'agira de :

- présenter l'opportunité de la création d'une maison d'édition numérique en Côte d'Ivoire ;

⁷ <http://www.paristechreview.com/2014/01/09/afrique-multiplicateur-numerique/>, page consultée le 06 mars 2016

⁸ <http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles-2013/>, page consultée le 31 janvier 2016

⁹ http://www.populationdata.net/index2.php?option=pays&pid=51&nom=cote_d_ivoire, page consultée le 05 Mars 2016

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

- décrire l'organisation et les moyens nécessaires à la mise en place de la maison d'édition numérique ;
- procéder à l'évaluation des coûts du projet, de son niveau de rentabilité et des modalités de financement.

Notre étude aura pour intérêt primaire de faire connaître aux acteurs du secteur de l'édition l'alternative qu'est l'édition numérique, ainsi que son fort potentiel, tant au niveau économique, qu'au niveau de la visibilité et de l'accessibilité de la lecture. En définissant les conditions de mise en place d'une maison d'édition numérique, nous créerons un cadre duquel ils pourraient s'inspirer pour innover et apporter un souffle nouveau dans le secteur de l'édition ivoirien.

Notre projet a également pour vocation d'enrichir la bibliothèque du CESAG, servant, en tant que cas pratique d'un business plan pour la création d'une entreprise, de repère aux autres étudiants souhaitant conduire un travail sur un thème similaire. Il constituera en outre une vitrine de la qualité des enseignements dispensés au programme Master en Banque et Finance ; car il permettra au lecteur d'avoir un aperçu des aptitudes et capacités acquises par les étudiants à l'issue de cette formation.

Sur le plan personnel, ce projet nous permettra de renforcer nos connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat ; depuis la conception d'un projet jusqu'aux projections financières en passant par l'identification des moyens humains, matériels et financiers nécessaires à sa mise en œuvre. Il nous permettra également de remplir l'une des conditions nécessaires à l'obtention du diplôme de Master en Banque et Finance, qui est la production et la soutenance d'un rapport de projet professionnel. Enfin, ce projet sera pour nous, férus de lecture, une façon d'apporter notre pierre à l'édifice de la littérature africaine.

La création d'une maison d'édition numérique en Côte d'Ivoire a pour enjeu de proposer aux auteurs ivoiriens, mais aussi aux autres auteurs africains ou qui ciblent un public africain, une alternative aux maisons d'édition classiques. En effet, de nombreux auteurs, la plupart amateurs ou pas encore connus du grand public, hésitent à aller vers l'édition classique, freinés par les coûts relativement élevés, les délais parfois longs, les procédures lourdes et le fait que ces maisons privilégient les écrivains confirmés et célèbres, par souci de rentabilité. Une telle structure, par l'usage des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), rendrait plus facile et moins coûteux le processus d'édition et de ce fait, plus accessible les œuvres éditées aux jeunes africains. Cela permettrait à long terme de non seulement booster le

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

secteur de l'édition en Côte d'Ivoire, mais aussi de redonner le goût de la lecture et de l'écriture à la jeunesse.

La production du rapport s'appuie sur une méthodologie en deux grandes étapes : la collecte des données et les projections financières de l'entreprise. Durant la première étape, nous avons effectué des recherches sur l'édition numérique en Afrique et en Côte d'Ivoire en particulier. Nous avons ensuite sélectionné des auteurs amateurs africains sur des blogs littéraires, des pages de chroniques sur Facebook et des plateformes de lectures et d'écriture telles que Wattpad¹⁰ ou Muswada¹¹. Via internet, à l'aide de l'outil Google Docs, nous avons administré des questionnaires à ces auteurs afin de connaître l'état de la demande de l'édition numérique. Nous avons également visité Kusoma Group, une start-up spécialisée dans l'édition numérique afin d'apprécier de façon pertinente l'organisation de telles structures et de nous en inspirer dans la conception du plan de mise en œuvre et dans l'évaluation des ressources nécessaires. Nous avons aussi effectué des recherches sur les différents modes de financement disponibles pour ces entreprises.

L'ensemble des données collectées nous a permis de proposer un modèle d'organisation pour KALANI éditions, de définir les ressources nécessaires et le positionnement stratégique de la maison. Nous avons également procédé à des simulations financières de la société, afin de déterminer son besoin de financement, ainsi que le mode de financement le plus adéquat. Cette étape a aussi eu pour effet d'identifier les risques du projet et nous avons proposé des moyens de les maîtriser.

La méthodologie de travail ainsi exposée, notre étude sera organisée selon un plan tripartite. Le premier chapitre, consacré à l'étude de l'opportunité de la création d'une entreprise d'édition numérique, est constitué d'une évaluation de l'offre actuelle, d'une présentation du cadre réglementaire en vigueur régissant l'activité d'édition et d'une analyse de l'environnement externe, ainsi que du marché sur lequel se positionnera Kalani Editions. Le second chapitre traite de l'organisation et des moyens nécessaires à la mise en place de la structure d'édition numérique. Nous présentons ainsi Kalani Editions, nous définissons son positionnement stratégique et son plan marketing et nous dressons son plan des ressources humaines. Enfin, le dernier chapitre expose les coûts, modes de financement et rentabilité du projet. C'est là que

¹⁰ Wattpad est une plateforme internationale de lecture et d'écriture en ligne.

¹¹ Muswada est une application africaine créée par un informaticien et écrivain béninois, permettant de rédiger et de partager des manuscrits sur une plateforme web ouverte et gratuite.

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

nous évaluons les coûts de la mise en place de la maison d'édition, ainsi que la rentabilité du projet et les potentiels risques.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CHAPITRE I : OPPORTUNITE DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN COTE D'IVOIRE

En 1973, le Secrétaire d'Etat aux Affaires Culturelles de la Côte d'Ivoire déclarait : "il est désormais admis que tout plan de développement économique qui ne s'appuierait pas sur un développement culturel simultané est voué à un échec partiel."¹²

La lecture jouant un grand rôle dans les politiques de développement culturel, il apparaît clairement que l'existence et le bon fonctionnement de maisons d'édition sont indispensables au développement, tant culturel qu'économique, de la Côte d'Ivoire. Cependant, nous constatons qu'il n'est pas facile pour les jeunes écrivains d'avoir accès aux maisons d'édition classiques existantes en raison principalement du fait qu'elles privilégient les auteurs confirmés.¹³

Dans ce chapitre, nous discutons de l'opportunité de créer une maison d'édition numérique à Abidjan. Pour cela, nous réalisons d'abord un état des lieux de l'offre actuelle d'édition (classique ou numérique) dans la ville d'Abidjan. Ensuite, nous examinons le cadre réglementaire régissant le domaine de l'édition. Enfin, nous terminons par une analyse de la demande de l'édition numérique.

I. Evaluation de l'offre d'édition en Côte d'Ivoire

Nous distinguons avant tout propos deux catégories majeures de maisons d'éditions : les maisons d'édition classique et les maisons d'édition numérique.

En Côte d'Ivoire, l'offre d'édition est principalement centrée sur l'édition classique, c'est-à-dire la production de documents et livres papiers. Il s'agit dans cette section de présenter l'environnement de l'édition ivoirienne, les différents acteurs de ce secteur et les associations professionnelles. Les éditeurs de presse (journaux et magazines) ne sont pas considérés dans notre étude.

1. Etat actuel de l'édition en Côte d'Ivoire

L'édition en Côte d'Ivoire est récente, elle ne remonte qu'au lendemain de l'indépendance. C'est le 15 septembre 1961, qu'a été créée la première maison d'édition ivoirienne appelée Centre d'Edition et de Diffusion Africaine (CEDA), par suite d'une association entre le gouvernement

¹² Fraternité-Matin du 14 décembre 1976 p. 23 in Abdou Touré, La Civilisation Quotidienne en Côte d'Ivoire, procès d'occidentalisation. Paris: Ed. Karthals., p. 38. 1981

¹³ <http://ndahfranc.centerblog.net/4073616-EDITER-EN-COTE-D-IVOIRE-QUEL-CALVAIRE->, page consultée le 26 mai 2016

ivoirien et les éditeurs français dont notamment Hatier, Mame et Didier. Pendant des années, le CEDA resta la seule maison à s'occuper du problème d'édition.

Progressivement, d'autres maisons d'éditions ont vu le jour.

D'abord, ont été créées les Nouvelles Editions Africaines (NEA) en 1972, sur l'initiative de Léopold Sédar Senghor, président du Sénégal de l'époque. Le siège se trouve à Dakar, mais des antennes sont créées à Abidjan et à Lomé. Après la dissolution des NEA en 1988, l'antenne ivoirienne est devenue le Bureau Ivoirien des Nouvelles Editions Africaines (BINEA). Elle a été privatisée en 1992 dans le cadre d'un plan d'ajustement structurel de la Banque Mondiale pour devenir les Nouvelles Editions Ivoiriennes (NEI).

Ont ensuite vu le jour, des maisons moins importantes en termes d'employés et de parts de marché, telles que EDILIS (née en 1992), Passerelle (1992), PUCI (1998), éditions Éburnie (2001), les Classiques Ivoiriens (2004), Frat Mat Editions (2005).

Et depuis 2012, la Côte d'Ivoire connaît une floraison de livres. La fin de la crise post-électorale, avec la matière qu'elle a laissée en termes d'histoires, a permis de redynamiser le secteur. Cela a suscité la création de nouvelles maisons d'éditions, telles que les Editions Balafon, les Editions Saint Sauveur et JD Editions.

A ce jour, on dénombre environ une vingtaine de maisons d'éditions professionnelles en Côte d'Ivoire. Certaines d'entre elles sont spécialisées dans l'édition scolaire, qui représente le plus grand marché de l'édition ivoirienne. C'est le cas, entre autres, de NEI-CEDA, EDILIS, PUCI, Classiques Ivoiriens, etc. En effet, les ressources générées par le marché scolaire représentent plus de 70% du chiffre d'affaires des éditeurs¹⁴. Il faut aussi noter que les maisons d'éditions qui n'ont pas de marché scolaire, sont pour la plupart unipersonnelles (Stéphane MARILL, 2008,).

2. Les différents acteurs du secteur

Les principaux acteurs du secteur sont les maisons et groupe d'édition, les illustrateurs, les entreprises de photogravure, les imprimeries, les librairies et tous les autres acteurs de la chaîne du livre.

2.1. Les maisons d'édition

La Côte d'Ivoire compte une vingtaine de maisons d'éditions professionnelles, sans compter les éditions à compte d'auteur. Nous décrirons les plus importantes, en termes de parts de marché,

¹⁴ <http://fr.allafrica.com/stories/201604060245.html>, page consultée le 31 mai 2016

de nombre d'employés et d'années d'expérience, telles que recensées par le Bureau International de l'Edition Française¹⁵.

2.1.1. Le Groupe NEI-CEDA

Créé en 2012, suite à la fusion des maisons NEI et CEDA, le groupe NEI-CEDA est l'acteur principal du secteur de l'édition en Côte d'Ivoire. Le groupe consacre 15 % de leur travail à la littérature générale et à la littérature de jeunesse et les autres 85 % sont consacrés à l'édition et à la distribution des titres de manuels de l'enseignement primaire et secondaire de Côte d'Ivoire. Le groupe est régulièrement récompensé et honoré pour son rôle de précurseur dans le domaine de l'édition en Côte d'Ivoire. On peut citer en exemple la réception du prix SILA de l'éditeur 2015. NEI-CEDA emploie une trentaine de personnes et son chiffre d'affaires est de 3,917 milliards de FCFA en 2014¹⁶. En 2015, le groupe a été privatisé, par la cession de la part de l'état au groupe international Hachette (Comité de privatisation, 2016).

2.1.2. Les Classiques Ivoiriens

Créés en 2004, les Classiques Ivoiriens se présentent comme 'l'éditeur au service de la connaissance'. Ils ont un catalogue de près de 100 titres déclinés en ouvrages scolaires et parascolaires (primaire et secondaire), de la littérature générale, de la littérature enfantine et des ouvrages pour la maternelle. "Les classiques ivoiriens" emploient 41 personnes et ont fait un chiffre d'affaires de 1,5 milliard de FCFA en 2014.¹⁷ La maison se caractérise par sa politique qui permet à de nouveaux écrivains de se faire connaître. En plus de l'Edition, les Classiques Ivoiriens ont une importante activité de diffusion et de distribution.¹⁸

2.1.3. Editions Eburnie

Société à responsabilité limitée au capital social de 65 900 000 FCFA, les éditions Éburnie ont été créées en novembre 2001 et ont débuté leurs activités effectives en février 2002. La maison d'édition a pour but d'insuffler une nouvelle image au monde de l'édition en publiant des ouvrages de qualité, en favorisant l'émergence de nouveaux auteurs et en développant de nouvelles collections. À ce jour, il y a plus de 150 titres au catalogue ainsi que 8 collections enfantines et 2 collections générales en coédition avec les éditions Ganndal (République de

¹⁵ <http://www.bief.org/Annuaire/AnnuaireListe.aspx?type=2&payId=411>, page consultée le 30 mai 2016

¹⁶ <http://www.ecodufaso.com/evolution-hebdomadaire-a-la-brvm-du-03-au-07-novembre-2014/>, page consultée le 30 mai 2016

¹⁷ <http://news.abidjan.net/h/552900.html>, page consultée le 27 mai 2016

¹⁸ http://www.scolibris.fr/rezolibris/annuaire/29_les-classiques-ivoiriens.html, page consultée le 31 mai 2016

Guinée), Cérès (Tunisie) et Ruisseaux d'Afrique (Bénin).¹⁹ Les Editions Eburnie se composent d'une trentaine d'employés, pour un chiffre d'affaires d'environ 1,9 milliards de francs CFA pour 2013, dont 85 % assurés par le scolaire.²⁰

2.1.4. EDILIS

Les Éditions Livre Sud (Edilis) sont une société anonyme créée en 1992, avec un capital de 18 500 000 FCFA, située à Abidjan. La société Édilis a été créée sur l'initiative de promoteurs africains afin de participer au développement culturel de l'Afrique. Sa mission est donc l'édition, la promotion et la diffusion du livre. Edilis est spécialisée dans tous les domaines de l'édition : littérature générale (romans, nouvelles, poésie), préscolaire, scolaire, parascolaire, alphabétisation, post-alphabétisation. Edilis possède également une librairie, la librairie du Commerce (située au Plateau, rue du Commerce).²¹ Cependant, elle fait de l'alphabétisation, seule clé du développement, son cheval de bataille, en produisant divers ouvrages en langues maternelles, afin de soutenir notamment les activités de l'organisation non gouvernementale "Savoir pour mieux vivre", pilotée par l'UNESCO.²²

2.1.5. Frat Mat Editions

Cette structure est une émanation de la Société Nouvelle de Presse et d'Édition de Côte d'Ivoire (SNPECI), groupe appartenant à l'État et détenant le journal Fraternité Matin, quotidien national. Le pôle édition existait de manière informelle depuis plusieurs années, mais c'est en 2005 qu'il a véritablement formé une entité à part dans le groupe. L'activité de Frat Mat éditions s'adosse à la fois aux autres entités du groupe (Publication assistée par Ordinateur, imprimerie, comptabilité, diffusion, commercialisation) et à des partenaires étrangers pour l'édition des manuels scolaire.

2.1.6. Editions PUCI

Nées en 1998, les Presses Universitaires de Côte d'Ivoire (PUCI) éditent des ouvrages universitaires essentiellement, développent leur activité dans le secteur scolaire, notamment préscolaire et diffusent et distribuent des éditeurs étrangers également (Stéphane MARILL, op. cit. p9).

¹⁹ <http://www.alliance-editeurs.org/eburnie,033>, page consultée le 31 mai 2016

²⁰ <http://information.tv5monde.com/info/publier-en-afrique-sub-saharienne-portraits-croises-de-trois-maisons-d-edition-2277>, page consultée le 1^{er} juin 2016

²¹ <http://www.edilis.org/presentation.php>, page consultée le 1^{er} juin 2016

²² <http://www.unesco.org/uil/litbase/?menu=4&programme=155&language=fr>, page consultée le 1^{er} juin 2016

2.1.7. Vallesse Editions

Créée en 2006, la maison d'édition Vallesse est une société à responsabilité limitée, avec un capital de 3 millions de FCFA, intervenant dans les secteurs de la littérature générale, le parascolaire avec un accent particulier sur la littérature jeunesse. En 2007, le chiffre d'affaires de la structure s'élève à 101 347 932 FCFA.²³ Depuis sa création, l'ambition toujours renouvelée et forte de Vallesse Editions est d'une part, d'éveiller et d'éduquer la personne humaine à la chose culturelle et, d'autre part, de participer au rayonnement du secteur du livre en promouvant les œuvres littéraires de tout genre, alliant à la fois beauté et qualité artistique. Enfin, en vue d'offrir des prestations de qualité à ses clients, Vallesse s'occupe également de la distribution, de la diffusion et de la représentation.²⁴

2.2. Les illustrateurs

Intervenant principalement dans la littérature enfantine, les illustrateurs ivoiriens sont nombreux et talentueux. On peut citer entre autres Annick Assemian (Kolou le Chasseur, 2008)²⁵, Claire Mobio (le Tam-tam des Animaux : contes du TOGO, 2008)²⁶, Alassane Zohoré (caricaturiste à GBICH ! magazine et fondateur des studios d'illustration ZOHORE). Au niveau de l'édition scolaire, les illustrations sont réalisées par les membres des équipes du ministère de l'éducation nationale (Stéphane MARILL, op. cit., p19).

2.3. Les entreprises de photogravure

La photogravure est un procédé photographique qui permet d'obtenir des planches gravées utilisables dans l'impression typographique. Dans le domaine de l'édition, elle est utilisée pour graver les textes afin de les imprimer. Le texte est transformé en texte imprimable principalement par scanner²⁷. En Côte d'Ivoire, quatre grandes entreprises de photogravure se dégagent du lot. Ce sont Résoscan, BAT, Magenta et Graphicolor. Elles possèdent les équipements les plus modernes et les plus performants existant²⁸.

2.4. Les imprimeries

²³ <http://terangaweb.com/valesse-une-success-story-ivoirienne/>, page consultée le 1^{er} juin 2016

²⁴ <http://www.vallesse.ci/public/vallesse.php>, page consultée le 1^{er} juin 2016

²⁵ <http://www.africultures.com/php/?nav=personne&no=12738>, page consultée le 31 mai 2016

²⁶ <http://www.editions-harmattan.fr/jeunesse/index.asp?navig=auteurs&obj=artiste&no=15170>, page consultée le 31 mai 2016

²⁷ <http://fr.wikipedia.org/wiki/Photogravure>, page consultée le 31 mai 2016

²⁸ http://www.rezoivoire.net/Litteratures/salon_inter.php, page consultée le 31 mai 2016

Les imprimeries ont un rôle très important à jouer dans le processus d'édition. Seul le groupe fraternité matin possède sa propre imprimerie²⁹. Les autres éditeurs ont recours aux imprimeurs locaux, tels que : Sii, Rotoci, Unipaci, Safica, Imprimsud, 3i, MICI. Plus de 7 millions de livres sont imprimés annuellement sur les presses de ces imprimeurs locaux. Il arrive également que certaines maisons, détenues en partie par des maisons d'éditions internationales (c'est par exemple le cas de NEI-CEDA et des Editions Eburnie), fassent imprimer leurs livres à l'étranger.

2.5. Les librairies

A Abidjan et à l'intérieur du pays, la Côte d'Ivoire dispose d'un réseau de libraires organisé et performant. On peut citer la Librairie de France (avec des succursales dans de nombreux quartiers d'Abidjan et les principales villes de province) ; les Nouvelles Librairies de Côte d'Ivoire (à Bouaké et à Yamoussoukro) ; la Librairie du Parc ; la Librairie Carrefour ; la Librairie Sodya etc. Toutes ces librairies vendent le livre toute l'année. En outre, le pays compte plusieurs grands distributeurs de livres que sont EDIPRESSE, SALIPACI, CNCI et TCR. Grâce à leur efficacité, un livre mis en vente à Abidjan le matin peut être disponible aux quatre coins du pays en deux, trois ou quatre jours³⁰.

3. Les associations professionnelles

Il y a principalement deux associations qui réunissent les professionnels de l'édition et les acteurs de la chaîne du livre.

3.1. L'association des Ecrivains de Côte d'Ivoire

Créée le 31 août 1986, l'Association des Ecrivains de Côte d'Ivoire (AECI) est une structure associative littéraire. Elle est issue de la fusion de deux structures ivoiriennes d'écrivains : l'Association des Poètes de Côte d'Ivoire (APOCI) et l'Union des Poètes et Ecrivains de Côte d'Ivoire (UPECI). Le but de l'AECI est de défendre les intérêts matériels et moraux de ses membres.

3.2. L'association des Editeurs Ivoiriens

²⁹ <http://www.fratmat.info/nos-unes/projet-pejedec-une-d%C3%A9mocratisation-de-la-bm-a-visite%C3%A9e-l'imprimerie-de-fraternit%C3%A9-matin>, page consultée le 31 mai 2016

³⁰ <http://ndahfranc.centerblog.net/3.html>, page consultée le 31 mai 2016

Créée le 18 novembre 1997, l'Association des Editeurs Ivoiriens (ASSEDI) est une association à but non lucratif, ayant pour objectifs, entre autres, de protéger la profession d'Editeur, de défendre les intérêts de ses membres, de créer et d'entretenir une plateforme d'échanges avec l'ensemble des acteurs de la chaîne du livre (ASSEDI, 2015). Parmi la vingtaine d'éditeurs professionnels recensés en Côte d'Ivoire, seuls 15 sont affiliés à l'ASSEDI³¹. L'une des principales missions de l'ASSEDI est la promotion du livre et des métiers de l'édition. Elle organise dans ce but divers événements de promotion. Le principal étant, chaque année depuis 1999 (avec une interruption entre 2005 et 2011, due à la crise politico-militaire qu'a traversée le pays), le Salon International du Livre d'Abidjan (SILA). L'édition 2016, qui avait pour thème « Le livre, lieu de mémoire et portes d'avenir », s'est tenue du 26 au 28 mai 2016 et a enregistré environ 26 000 visiteurs³².

Après avoir fait l'état des lieux de l'offre d'édition en Côte d'Ivoire et présenté les différents acteurs du secteur, nous nous penchons à présent sur les lois et règlements qui régissent l'activité et l'industrie du livre.

II. Cadre réglementaire en vigueur dans le domaine de l'édition

Cette section sera dédiée à la présentation des dispositions réglementaires en vigueur dans le secteur, des organes de tutelle et des structures étatiques intervenant dans le domaine.

1. Dispositions réglementaires

Le secteur de l'édition est régi par la loi n° 96-564 du 25 juillet 1996 relative à la protection des œuvres de l'esprit et aux droits des auteurs, des artistes-interprètes et des producteurs de phonogrammes et vidéogrammes. Cette loi fixe le règlement applicable en matière d'édition. Elle définit, à la section 2 du chapitre V du titre III, la personnalité juridique et les activités de l'éditeur, ainsi que le contenu du contrat d'édition. Elle établit également les droits et devoirs des éditeurs envers les auteurs et des auteurs envers les éditeurs. Bien que ne figurant pas au nombre des exigences de la loi du 25 juillet 1996, les Statuts de l'ASSEDI requièrent, avant le commencement de toute activité d'édition :

- d'être une société de droit ivoirien légalement constituée ;
- de disposer d'un siège social et de justifier d'un minimum de salariés ;

³¹ <http://fr.allafrica.com/stories/201604060245.html>, page consultée le 31 mai 2016

³² <http://news.abidjan.net/h/591836.html>, page consultée le 31 mai 2016

- d'obtenir un agrément de l'Autorité compétente, ici le Ministère de la Culture et de la Francophonie, ou d'un de ses services.

Il est à noter que, si certains textes de loi et décrets donnent des indications sur les métiers de l'édition et les règles applicables dans ce domaine, il n'existe pour le moment aucune loi spécifiquement dédiée au secteur de l'édition, ou de l'industrie du livre. Cependant, mesurant l'importance du livre dans le développement du pays, le Ministère de la Culture et de la Francophonie s'emploie à instaurer une politique visant à développer les activités du secteur du livre. C'est dans cette optique que le 7 juillet 2015, le Ministre de la Culture et de la Francophonie a porté devant les députés de la Commission des Affaires Sociales et Culturelles de l'Assemblée Nationale de Côte d'Ivoire le projet de loi relatif à l'industrie du livre.³³ Ce projet de loi organise un cadre normatif global, destiné à encadrer la chaîne du livre et prenant en compte l'ensemble des préoccupations liées aux principales activités du livre. Ainsi, les activités de conception, d'édition, de production, de diffusion, de protection du droit d'auteur et de promotion de l'industrie nationale du livre sont clairement règlementées et assorties de mécanismes de contrôle. Il a été adopté à l'unanimité par les députés et devrait déboucher sur un cadre réglementaire permettant le développement et la promotion de l'industrie du livre (Porte-Parolat du Gouvernement Ivoirien, Avril 2015, p2).

2. Organes de tutelle

Le principal organe de tutelle du secteur de l'édition en Côte d'Ivoire est le Ministère de la Culture et de la Francophonie. Il gère le secteur de l'édition, au moyen de deux entités : la direction du Livre et de la lecture et le Bureau Ivoirien du Droit d'Auteur.

2.1. La Direction du Livre et de la Lecture

Rattachée au Ministère de la Culture et de la Francophonie, la Direction du livre et de la lecture est la structure chargée d'étudier toutes les questions relatives à la création, à l'édition, à l'impression, à la diffusion et à la distribution commerciale du livre. Elle a pour principales missions, entre autres, d'œuvrer pour la promotion des écrivains ivoiriens et de leurs œuvres, d'appuyer le développement des publications en langues nationales, d'assurer la promotion du livre et de la lecture et d'assurer et promouvoir l'édition. Dans cette optique, elle organise, subventionne ou participe à de nombreux salons du livre, tels que le Salon du Livre pour

³³ <http://www.culture.gouv.ci/?q=fr/actualites/en-images/projet-de-loi-relatif-%C3%A0-lindustrie-du-livre-en-c%C3%B4te-divoire>, page consultée le 31 mai 2016

Enfants et Adolescents (dont la première édition a été lancée en 2015), le Salon International du Livre d'Abidjan ou encore le Salon du Livre de Paris. La Direction du Livre et de la Lecture organise aussi des tables-rondes, des journées nationales du livre et des caravanes du livre et finance ou subventionne les besoins techniques et matériels des éditeurs.

2.2. Le Bureau Ivoirien du Droit d'Auteur

Créé en 15 avril 1981 par décret 81-232 du 15 avril 1981 qui fixe son organisation et ses attributions, le Bureau Ivoirien des Droits d'Auteur (BURIDA) est une société de gestion collective, qui gère toutes les catégories de droits d'auteurs et de droits voisins. Il est affilié à l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI), à qui il sert de structure nationale de liaison pour le volet "propriété littéraire et artistique" en Côte d'Ivoire. Dans le domaine de l'édition, peuvent se faire affilier au BURIDA, selon les dispositions du décret n° 2008-357 du 20 novembre 2008 portant réforme du Bureau Ivoirien du Droit d'Auteur (BURIDA), les auteurs, adaptateurs et traducteurs d'œuvres littéraires, ainsi que les éditeurs d'œuvres littéraires dont les créateurs sont affiliés au BURIDA en raison des stipulations faites par lesdits créateurs à leur profit. Une fois l'affiliation réalisée, le BURIDA a alors la charge de délivrer des autorisations d'exploitation des œuvres artistiques et littéraires à lui confiées par ses membres, de percevoir et de répartir périodiquement les redevances versées par les utilisateurs en contrepartie des autorisations délivrées, de promouvoir et de défendre les intérêts matériels et moraux des titulaires de droit d'auteur et de droits voisins et d'assurer une action sociale en faveur de ses membres.³⁴

3. Les structures étatiques

En dehors des particuliers et professionnels du domaine, plusieurs structures étatiques interviennent assez régulièrement dans la chaîne du livre :

- le Ministère de la Culture et de la Francophonie, en qualité de ministère de tutelle, premier responsable du développement de l'industrie du livre ;
- le Ministère de l'Education Nationale, dans le cadre de la confection et de l'édition des manuels scolaires et d'ouvrages éducatifs ;
- le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, dans le cadre de la confection et de l'édition des ouvrages universitaires ;

³⁴ http://www.buridaci.com/burida/burida_mission, page consultée le 08 juin 2016

- la Bibliothèque Nationale de Côte d'Ivoire, qui a pour tâche principale (en plus de ses missions de conservation et de diffusion de toute la production nationale et de constitution d'un Centre National de Documentation) de promouvoir la lecture publique. Elle organise des conférences et des salons pour les acteurs du secteur de l'édition.

Au terme de l'analyse du cadre réglementaire du secteur de l'édition, nous pouvons retenir que, même si l'activité de l'édition n'est pas complètement dépourvue de lois et de règles, il n'existe, pour le moment, aucun texte de loi qui lui est spécifiquement dédié. Cependant, des efforts sont mis en œuvre par les autorités de tutelle, comme le montre l'adoption du projet de loi portant développement de l'industrie du livre, visant à assainir les activités de la chaîne du livre et améliorer durablement l'environnement économique et professionnel du secteur, en vue de l'instauration dans le pays, d'une culture du livre et de la lecture.

III. Opportunité de l'édition numérique en Côte d'Ivoire

Après avoir dressé un état des lieux du secteur de l'édition en Côte d'Ivoire, présenté ses différents acteurs et circonscrit un cadre réglementaire, il convient de discuter de l'opportunité de l'entrée d'un nouvel acteur, tourné vers le numérique. Pour cela, nous allons procéder à une évaluation de la demande d'édition numérique, appréhendée au moyen de l'étude de marché que nous avons effectuée. Nous ne pourrions cependant évoquer cette demande sans procéder à une analyse préalable de l'environnement de projet, afin de déceler les menaces auxquelles l'entreprise devra faire face et les opportunités dont elle pourra profiter.

1. Analyse de l'environnement du projet

L'activité d'édition numérique en Côte d'Ivoire sera influencée par divers facteurs de l'environnement global du pays et de la sous-région. Pour permettre à l'entreprise de mieux s'intégrer dans le tissu économique et culturel local, nous devons identifier les différentes composantes de cet environnement et déceler les opportunités et les menaces, afin de définir la stratégie la plus adéquate pour l'entreprise.

1.1. L'analyse de l'environnement

Nous allons utiliser la méthode PESTEL, afin d'identifier les facteurs politiques, économiques, sociaux, technologiques, écologiques et légaux susceptibles d'influencer positivement et négativement notre entreprise.

1.1.1. Environnement politique

La Côte d'Ivoire est un pays de l'Afrique de l'Ouest. Après une succession des crises militaires et socio-politiques dont le pays a été le théâtre pendant près de 10 ans (entre 2002 et 2011), la Côte d'Ivoire a retrouvé depuis la fin de la crise post-électorale, en avril 2011, une relative stabilité politique. À la suite des dernières élections présidentielles du 25 octobre 2015 qui l'ont réélu pour cinq ans, le Président de la République a souhaité rédiger une nouvelle Constitution, qui devrait être soumise à un référendum en 2016. Il a aussi annoncé que des élections municipales et législatives auront lieu d'ici la fin de l'année.

La politique fiscale de la Côte d'Ivoire est globalement satisfaisante. Selon le rapport de 2014 produit par l'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE) sur les perspectives économiques de la Côte d'Ivoire, le montant total des impôts représente 17,8% du PIB.

La politique monétaire est menée par la Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) dans le contexte d'un régime de change fixe et de stabilisation des prix. La politique monétaire reste néanmoins influencée par la Banque Centrale Européenne (BCE) puisque le FCFA est arrimé à l'Euro. Il est alors évident que la politique monétaire du pays, pilotée par la BCEAO, dépend fortement de la politique conduite dans la zone Euro. Le pays a donc peu de liberté en matière de politique monétaire.

1.1.2. Environnement Economique

Au niveau économique, la Côte d'Ivoire est membre de la Communauté Economique Des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) et de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA)

Avec une population estimée à 22,6 millions d'habitants et un PIB de 35 milliards de dollars en 2014, la Côte d'Ivoire continue de faire figure de puissance sous régionale malgré une superficie de seulement 322 463 km² et une décennie de crise. Elle présente 35% du PIB de l'UEMOA et 60% de ses exportations agricoles.

Alors que la croissance du PIB a atteint 8,4 % en 2015 et devrait passer à 8,5 % en 2016, l'activité économique continue de progresser à un rythme soutenu ; tous les secteurs ont profité d'une demande globale vigoureuse et d'une poussée de l'investissement autant privé que

public.³⁵ Le pays est considéré comme la locomotive économique de la sous-région.³⁶ Cette grande avance enregistrée au niveau du développement économique est la principale raison pour laquelle le secteur éditorial ivoirien est le plus développé de l'Afrique francophone (Stéphane MARILL, op.ct, p07).

1.1.3. Environnement Social

La Côte d'Ivoire compte 22 671 331 habitants (selon les résultats du Recensement Général des Populations et l'Habitat en 2014), dont 24,2% d'étrangers. Le taux de croissance démographique est de 2,6% par an. La population ivoirienne est relativement jeune. En effet, 77% de la population ont moins de 35 ans et il y a 36,2% de la population dont l'âge oscille entre 15 et 34 ans. 49,7% de la population vit en zone urbaine contre 50,3 % en zone rurale.³⁷ La Côte d'Ivoire affiche un taux d'alphabétisation de 56,9%, l'un des plus élevés de la sous-région³⁸, ce qui favorise le secteur éditorial et littéraire en Côte d'Ivoire.

Le seuil de pauvreté est défini en deçà de 737 F CFA par jour et le taux de pauvreté est de 46,3%.

Le taux de chômage en Côte d'Ivoire est estimé à 5,3%, mais peut atteindre 25% selon les réalités locales marquées par le sous-emploi et l'emploi informel.³⁹

Le niveau de ces indicateurs étant jugé trop élevé par la population, une grogne sociale fait rage depuis. A cela s'ajoutent d'autres éléments de mécontentement, tels que la cherté de la vie grandissante, les grèves à répétition, en particulier dans le secteur de l'éducation, la hausse du prix de l'électricité et de l'eau, etc. Le 1^{er} mai, le Président de la République a annoncé la prise de certaines mesures pour soulager les populations ⁴⁰ et améliorer les conditions de vie des populations.

1.1.4. Environnement Technologique

La Côte d'Ivoire compte 22 954 081 abonnés au téléphone mobile, soit un taux de pénétration de 101,25%.⁴¹ Le secteur des télécoms a d'ailleurs généré plus de 1 000 milliards de francs

³⁵ <http://www.banquemondiale.org/fr/country/cotedivoire/overview>, page consultée le 10 juin 2016

³⁶ <http://www.linodrome.com/economie/15553-performance-et-gouvernance-economique-la-cote-d-ivoire-toujours-locomotive-des-economies-de-la-sous-region>, page consultée le 10 juin 2016

³⁷ <http://news.abidjan.net/h/518921.html>, page consultée le 10 juin 2016

³⁸ <http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?c=iv&v=39&l=fr>, page consultée le 10 juin 2016

³⁹ <http://news.abidjan.net/h/518483.html>, page consultée le 10 juin 2016

⁴⁰ <http://www.jeuneafrique.com/322162/societe/cote-divoire-annonces-de-ouattara-calmer-grogne-sociale/>, page consultée le 10 juin 2016

⁴¹ <http://www.ticeduforum.ci/en-cote-divoire-il-ya-desormais-plus-dabonnes-au-telephone-mobile-que-dhabitants/>, page consultée le 10 juin 2016

CFA de chiffre d'affaires en 2013 pour des investissements sur la période qui sont estimés à plus de 130 millions FCFA et plus de 5400 emplois directs et 100.000 indirects.

Ces résultats font donc de la Côte d'Ivoire l'un des marchés les plus attractifs en Afrique occidentale francophone pour les entreprises de télécommunication.⁴²

Le pays affiche néanmoins un retard important en termes de maturité numérique, car si chaque ivoirien a pratiquement accès à la téléphonie mobile seulement 14,6 % de la population utilise Internet (en 2014). Egalement, les moyens de paiement électroniques ne sont pas nombreux. En dehors des solutions de paiement mobile (qui ne sont pas utilisables pour des achats en ligne), les services de paiement électroniques sont proposés par les banques⁴³, mais le faible taux de bancarisation (20,36% en 2015)⁴⁴ ne permet pas à toute la population d'y avoir accès.

1.1.5. Environnement Ecologique

La Côte d'Ivoire abrite des forêts spectaculaires qui renferment, par exemple, une variété exceptionnelle d'écosystèmes riches en espèces végétales et l'une des populations de mammifères les plus diversifiées au monde. Cependant, ces forêts font partie des zones les plus menacées en raison de la déforestation rampante.⁴⁵ De 12 millions d'hectares en 1960, la forêt ivoirienne ne s'étend plus que sur 2 millions d'hectares. Avec un taux de déforestation d'environ 200.000 hectares par an, elle devrait disparaître vers 2040 si des mesures correctives ne sont pas entrées en vigueur.⁴⁶ Et l'une des principales causes de cette déforestation est la production de papier, qui est le matériau de base pour l'écriture et l'impression de livres. En effet, dans le monde, un (01) arbre abattu sur cinq (05) est consommé par l'industrie papetière. Cette industrie a également d'autres impacts sur l'environnement et l'écologie, tels que le rejet de substances toxiques dans la nature et la surconsommation d'eau et d'énergie dans le processus de transformation des arbres en papier⁴⁷. Les maisons d'édition, grandes consommatrices de papier, ont donc un impact sur l'environnement et l'industrie ivoirienne du livre ne fait pas exception.

⁴² <http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/59377/les-tic-en-cote-d-ivoire---un-levier-de-developpement-pour-un-pays-en-pleine-reconstruction.shtml>, page consultée le 10 juin 2016

⁴³ <http://fr.jpehouman.com/afrique/le-e-commerce-en-cote-divoire-acte-1-ce-qu'il-faut-savoir/>, page consultée le 11 juin 2016

⁴⁴ <http://www.mays-mouissi.com/2016/02/16/afrique-quels-sont-les-taux-de-bancarisation-des-pays-de-luemoa/>, page consultée le 11 juin 2016

⁴⁵ <http://postconflict.unep.ch/fr-cote-divoire-PCEA-photoessay-2015/>, page consultée le 10 juin 2016

⁴⁶ <http://news.abidjan.net/h/527309.html>, page consultée le 10 juin 2016

⁴⁷ <http://ecoinfo.cnrs.fr/article206.html>, page consultée le 11 juin 2016

L'édition numérique apparaît alors comme une bonne alternative, dans le but d'aider les maisons d'édition à réduire l'impact environnemental de leurs produits (en diminuant leur consommation de papier et d'impressions).

1.1.6. Environnement Légal

L'environnement légal des affaires en Côte d'Ivoire est principalement influencé par les différents Actes Uniformes de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA) relatifs au droit des affaires. Il tient aussi compte des dispositions du nouveau code du travail du 20 juillet 2015 (remplaçant celui du 12 janvier 1995), qui exposent les conditions de travail, les droits des employeurs et des employés. Il faut aussi prendre en compte les politiques fiscales, qui fixent les niveaux de taxe à payer, notamment comme impôts et comme taxes sur la valeur ajoutée. Pour le cas de l'édition numérique, une loi relative aux transactions électroniques (dont commerce et activités de services numériques) a été adoptée en juillet 2013 par l'Assemblée Nationale de la Côte d'Ivoire, pour mieux régir lesdites transactions et apporter des compléments aux dispositions des Actes Uniformes de l'OHADA et au Code Civil. Depuis 2015, une loi d'orientation générale sur les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et le développement de l'économie numérique est également en cours de mise en œuvre, à l'effet de régir le secteur et d'encadrer correctement les entreprises dont l'activité est basée sur les évolutions technologiques.⁴⁸

1.2. Synthèse des opportunités et des menaces

De l'analyse de l'environnement de la Côte d'Ivoire, nous avons décelé des éléments qui pourraient menacer la bonne marche de l'entreprise et certains autres qui pourraient au contraire faciliter son intégration dans le tissu économique ivoirien. Le tableau ci-dessous présente la synthèse de ces éléments.

⁴⁸ <http://fr.allafrica.com/stories/201601181681.html>, page consultée le 11 juin 2016

Tableau 1: Opportunités et menaces de Kalani Editions

OPPORTUNITES	MENACES
• Population jeune et fort taux d'alphabétisation ; • segment non encore exploité ; • grande implication du gouvernement dans la promotion de la lecture et de l'économie numérique ; • facilité de création d'entreprise dans le pays ; • secteur éditorial plus développé que dans les autres pays d'Afrique Francophone.	• Stabilité politique non garantie ; • pas de cadre légal pour le secteur de l'édition ; • retard technologique au niveau des moyens de paiement électroniques ; • climat social instable ; • coût de l'accès à internet ; • manque de culture de la lecture et du droit de propriété ; • faible pénétration de la technologie.

2. Etude de marché

Nous présentons dans cette section l'étude de la demande potentielle pour l'édition numérique destinée aux africains. Elle permet d'appréhender aussi bien les motivations que les réticences des consommateurs à faire utiliser notre offre d'édition numérique.

Il s'agit pour nous de collecter et d'analyser des informations pertinentes sur les besoins et les envies de nos clients potentiels, sur lesquelles seront basés la conception du projet, le plan marketing ainsi que les projections financières de l'entreprise.

2.1. Objectifs de l'étude de marché

Cette étude nous a permis de définir les besoins des potentiels clients, et de proposer une offre adaptée à leurs attentes. Plus spécifiquement, l'étude a été réalisée dans le but de :

- apprécier l'opportunité de lancer l'offre d'édition numérique et mesurer l'intérêt qu'elle suscite ;

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

- identifier les facteurs qui motivent les clients à acheter un produit ou à accepter une offre ;
- évaluer les besoins quantitatifs des clients relativement à l'offre et leurs attentes en termes de qualité ;
- se faire une idée des différents prix acceptables par les cibles ;
- disposer d'informations chiffrées permettant d'établir une stratégie marketing et des prévisions financières.

2.2. Cible potentielle

La population que nous avons ciblée et estimée comme base de clientèle potentielle est composée de deux groupes. Ce sont :

- les auteurs africains, à qui notre offre sera dédiée ; sous la forme de contrats d'édition pour les auteurs amateurs et de contrats de numérisation pour les auteurs déjà édités ;
- les africains intéressés par la lecture, indépendamment de la langue parlée ou du pays d'habitation, à qui les œuvres numériques éditées seront vendues.

Notre étude de marché concernera ces deux groupes de clients.

2.3. Méthodologie de l'étude de marché

L'étude de marché a été réalisée en trois principales étapes :

- la structure du questionnaire ;
- l'administration du questionnaire et la réalisation des entretiens ;
- le traitement de l'information et l'analyse des données.

2.3.1. La structure du questionnaire

Nous avons rédigé deux questionnaires, l'un s'adressant aux auteurs amateurs africains, et l'autre aux africains intéressés à la lecture.

Le questionnaire adressé aux auteurs africains est anonyme et comporte dix (10) questions (annexe 1).

Le questionnaire adressé aux africains intéressés à la lecture est anonyme et comporte douze (12) questions (annexe 2).

Les échantillons sont composés d'individus de nationalité et de sexe divers, ce qui permet d'avoir une représentativité relative de l'échantillon et d'avoir une vue globale sur la demande

africaine des auteurs en matière d'édition pour ce qui est du questionnaire adressé aux auteurs, et sur les motivations et préférences de lecture pour ce qui est de celui soumis aux lecteurs.

L'échantillon pour les auteurs comporte dix-sept (17) individus, et celui pour les lecteurs comporte trente-cinq (35) individus.

2.3.2. Administration des questionnaires et entretien

Les questionnaires ont été administrés depuis le début du mois de mai jusqu'à la moitié du mois de juin 2016. Dans le but de toucher des personnes d'origine et de nationalité diverses, ils ont été administrés via Internet.

Pour les auteurs amateurs, nous avons sélectionné un certain nombre parmi ceux ayant une page ou un compte dédié à l'écriture sur une des plateformes suivantes : Facebook, Wattpad et Muswada. Les principaux critères de sélection des auteurs ont été la qualité des écrits et le nombre d'abonnés à la page ou au compte.

Pour les lecteurs, nous avons publié les questionnaires dans des groupes dédiés à la lecture, principalement sur Facebook, tels que "Féru de livres"⁴⁹ et "Fans de chroniques Africaines"⁵⁰.

Nous avons aussi eu, le lundi 06 juin 2016, un entretien avec M. Marcus NDJOLI, le fondateur de Kusoma Group, une maison d'édition numérique au Sénégal. L'entretien a duré deux heures et nous a permis de recueillir des informations sur le fonctionnement des maisons d'éditions numériques en particulier, sur le personnel nécessaire et les ressources matérielles et techniques requises, ainsi que sur les enjeux et les défis de l'édition numérique. Cet entretien a été mené sur la base d'un guide d'entretien (Cf. annexe 3), conçu par nous-même, qui comprend onze (11) questions.

2.3.3. Traitement des informations et analyse des données

Le traitement des informations recueillies et l'analyse des données ont été réalisés via Excel.

Nous avons pu regrouper les réponses obtenues aux questionnaires sous différents thèmes, qui serviront d'axes d'investigation.

Au niveau des auteurs, nous avons relevé des axes relatifs à l'intérêt pour l'édition numérique, aux tarifs acceptables pour une offre d'édition et au contenu souhaité pour cette offre d'édition numérique.

⁴⁹ <https://www.facebook.com/groups/330698283769408/?ref=ts&fref=ts>, page consultée le 11 juillet 2016

⁵⁰ <https://www.facebook.com/groups/1453505774927272/?ref=bookmarks>, page consultée le 11 juillet 2016

Concernant les lecteurs, nous avons plus relevé des informations concernant leurs préférences de lecture, à savoir le format de livres et le genre qu'ils lisent le plus, ainsi que les prix acceptables pour l'achat des livres.

2.4. Résultats de l'étude de marché

Nous présentons dans cette section les résultats de notre étude de marché, tant au niveau des auteurs que des lecteurs interrogés.

2.4.1. Au niveau des auteurs

Le questionnaire a été administré, via des plateformes de lecture en ligne, à des africains de différente nationalité. Dix-sept auteurs, parmi ceux choisis, ont bien voulu répondre. Notre échantillon était donc composé de (04) ivoiriens, trois (03) congolais, un (01) béninois, deux (02) sénégalais, quatre (04) gabonais, un (01) togolais, un (01) camerounais et un (01) guinéen).

- ***Les facteurs influençant le choix de la maison d'édition***

Sur les dix-sept (17) personnes interrogées, treize (13) personnes ont déjà publié des œuvres littéraires. Parmi ces treize personnes, neuf (09) personnes (soit 69,2%) ont choisi de confier leurs œuvres à des maisons d'éditions classiques ou numériques, et les quatre (04) autres personnes (soit 30,8%) ont choisi l'auto édition.

Les raisons évoquées par les auteurs ayant choisi les maisons d'édition sont les suivantes :

- la renommée et le sérieux de la maison d'édition ;
- un réseau de distribution des œuvres littéraires efficace ;
- l'assurance d'une prise en charge totale par la maison d'édition ;
- l'assurance de la qualité du produit fini.

Pour les auteurs ayant choisi l'autoédition, leur choix a plutôt été motivé par l'indépendance que confère cette méthode et par le coût réduit de l'opération.

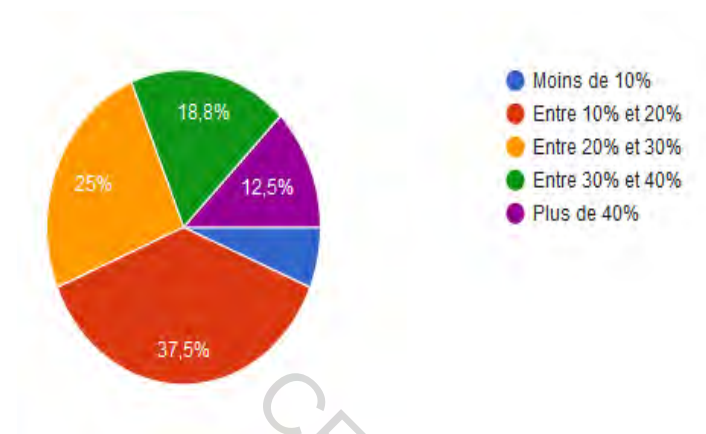
- ***L'intérêt du projet et tarifs acceptables***

Intérêt des auteurs pour l'édition numérique

Les dix-sept (17) auteurs (soit 100% de la population) ayant répondu au questionnaire se disent intéressés par une offre d'édition numérique.

Coût du service (sur la vente des livres)

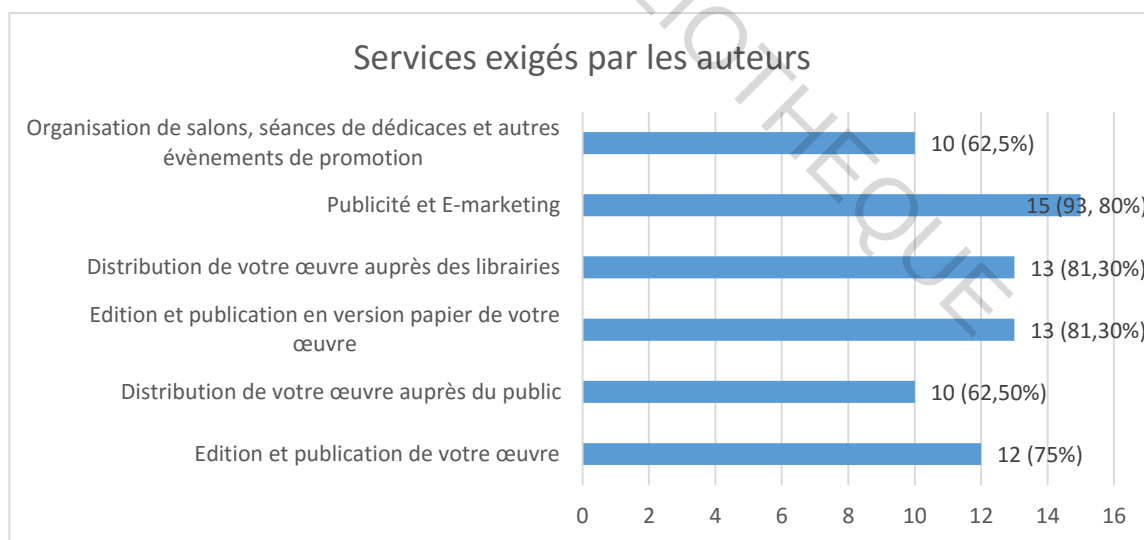
Figure 1: Prix maximal acceptable



La grande majorité d'entre eux sont prêts à rémunérer l'éditeur entre 10% et 20% sur le prix de vente du livre.

- **Services exigés par les auteurs**

Figure 2: Services exigés par les auteurs



Pour les auteurs, les services les plus importants sont la publication versions papier et numérique, la distribution et la promotion des œuvres littéraires.

2.4.2. Au niveau des lecteurs

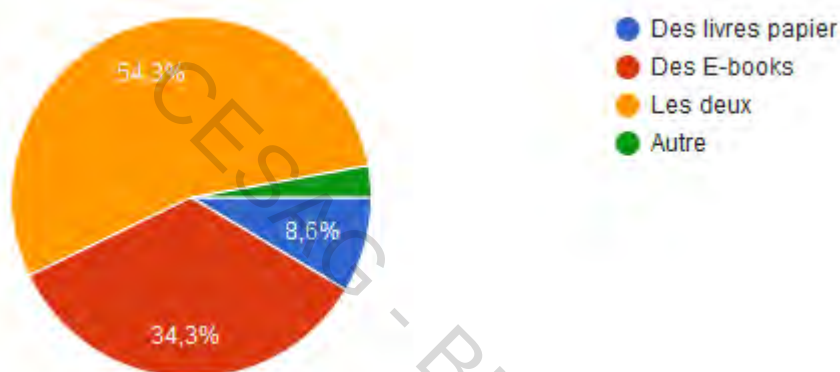
Nous avons essayé de composer l'échantillon des lecteurs en fonction de celui des auteurs, en nous assurant qu'il y ait au moins un répondant qui ait la même nationalité que chacun des

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

auteurs. Nous avons donc administré le questionnaire à huit (08) ivoiriens, deux (02) togolais, deux (02) sénégalais, trois (03) béninois, sept (07) gabonais, cinq (05) congolais, un (01) guinéen, deux (02) maliens, un (01) burkinabé, deux (02) camerounais et deux (02) centrafricains.

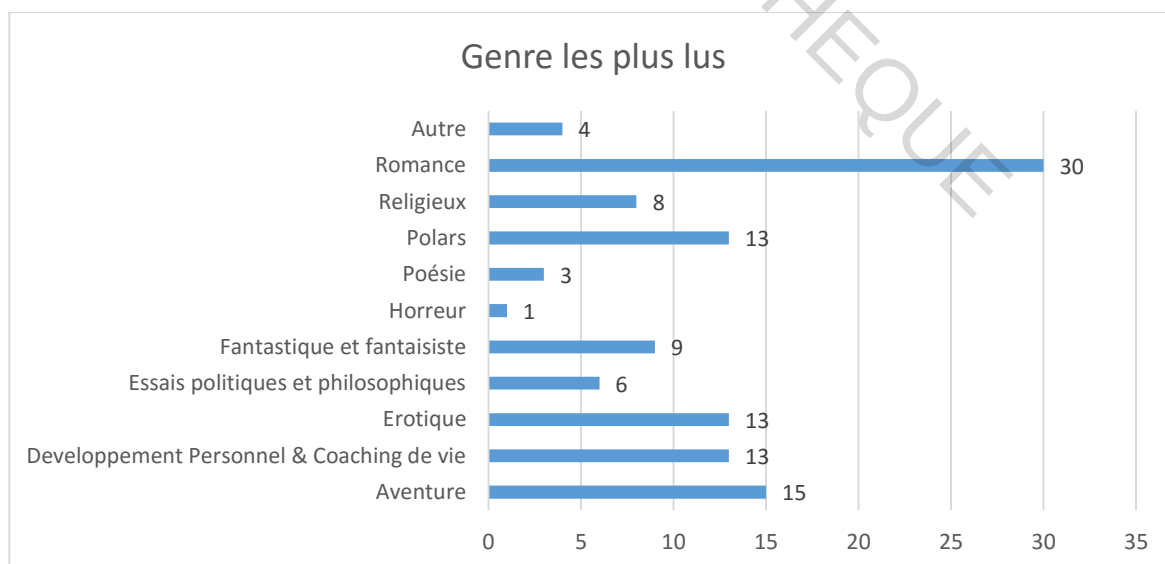
- *Les préférences de lecture*

Figure 3: Format de livres le plus fréquemment lus



La plupart des personnes lisent plus de livres numériques que de livres papiers.

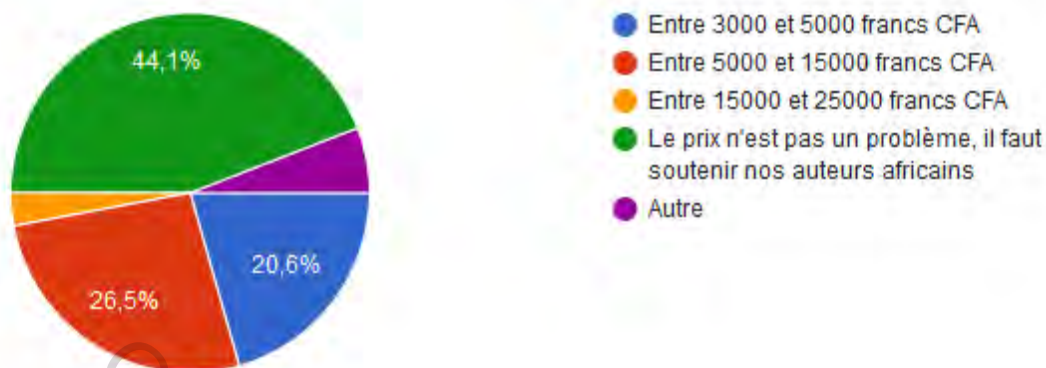
Figure 4: Les genres les plus lus



Les genres les plus lus sont les romances, les polars, les romans d'aventure, les livres de développement personnel et les romans érotiques.

- *Les prix acceptables pour l'achat des livres*

Figure 5: Prix acceptables à l'achat des livres



La plupart des personnes interrogées sont prêtes à acheter les œuvres entre 5000 F CFA et 15000 F CFA, même si certaines se déclarent indifférentes au prix tant qu'il s'agit de soutenir la littérature africaine.

Les résultats obtenus à partir des données collectées et analysées nous permettent d'estimer que la création d'une maison d'édition dont les services sont destinés aux africains est utile et bienvenue. En effet, que ce soient les auteurs ou les lecteurs, les personnes interrogées dans le cadre du questionnaire ont pour la plupart manifestées un intérêt pour le projet et nous ont fait part de leurs attentes, notamment au niveau de la qualité de l'offre, de la distribution et de la promotion des produits.

Après avoir jugé de l'opportunité de la mise en place d'une offre d'édition numérique par un état des lieux de l'offre actuelle d'édition en Côte d'Ivoire, la présentation du cadre réglementaire et l'évaluation de la demande d'édition numérique, nous allons présenter l'organisation et les moyens nécessaires à la création de Kalani Editions.

CHAPITRE II : ORGANISATION ET MOYENS NECESSAIRES A LA MISE EN PLACE DE LA STRUCTURE D'EDITION NUMERIQUE

Après avoir discuté dans le chapitre précédent de l'opportunité de la création d'une maison d'édition numérique en Côte d'Ivoire, nous abordons dans ce deuxième chapitre l'organisation et les modalités de mise en place de l'offre d'édition numérique.

Dans un premier temps, nous présenterons l'entreprise, à travers ses missions, sa vision et ses objectifs. Par la suite, nous définirons un plan marketing, aussi bien opérationnel que stratégique. Et enfin, nous détaillerons les ressources, tant humaines que techniques et matérielles dont nous aurons besoin pour la mise en place réussie de la structure.

I. Présentation de KALANI Editions

La dénomination sociale de la maison d'édition numérique que nous souhaitons mettre en place est : « KALANI EDITIONS ». Kalani est un mot en langue bambara/dioula qui signifie lecture. Le choix de cette langue s'explique par le fait qu'elle est l'une des plus parlée en Côte d'Ivoire⁵¹ et particulièrement au nord du pays, région de laquelle nous sommes issues.

Le projet de création de cette maison d'édition numérique est né du constat que les auteurs et en particuliers les écrivains amateurs, avaient du mal à se faire éditer par les maisons classiques, principalement à cause du coût élevé de production des œuvres papier. La création de Kalani vient répondre à un besoin de toutes les parties prenantes du secteur de l'édition d'avoir plus facilement accès à des œuvres de qualité, tant au niveau du réseau de distribution que du prix. L'originalité de notre projet réside dans le fait que Kalani sera la première maison d'édition ivoirienne spécialisée dans l'édition d'œuvres numériques et électroniques.

1. Mission, Objectifs et activités de Kalani

Il s'agit de définir les finalités de l'entreprise, à savoir l'état futur et désirable de Kalani Editions, la raison d'être de l'organisation et les actions à entreprendre.

1.1. Mission

La mission de Kalani est de démocratiser l'édition en donnant à tous les auteurs et en particulier aux auteurs amateurs, l'opportunité d'être édités et de se faire connaître du public.

⁵¹ <http://www.linternaute.com/savoir/societe/dossier/journee-de-la-francophonie/2008/cote-d-ivoire.shtml>, page consultée le 3 juin 2016

1.2. Vision de Kalani

La vision de Kalani est d'utiliser la technologie numérique pour aider à faire émerger dans les cinq prochaines années une centaine de nouvelles plumes africaines et promouvoir la littérature africaine dans le monde.

1.3. Valeurs de Kalani

Les valeurs prônées et défendues par Kalani sont :

- le culte de l'excellence ;
- la passion ;
- l'intégrité ;
- l'orientation client.

1.4. Objectifs de Kalani

Les objectifs de Kalani sont :

- permettre aux auteurs africains de publier et promouvoir leurs œuvres plus facilement ;
- faciliter l'émergence de nouvelles plumes dans le domaine de la littérature ;
- offrir aux lecteurs des œuvres de qualité, à des prix abordables ;
- améliorer le réseau de distribution des livres, afin que même dans les zones les plus reculées, impossible à atteindre avec les livres papier, les africains puissent avoir accès à la lecture ;
- rendre attractives la lecture et l'écriture aux yeux des jeunes africains, par le biais de l'informatique et du numérique ;
- promouvoir la littérature africaine et par là-même, notre culture.

1.5. Activités de Kalani

Pour atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés, Kalani aura quatre activités principales.

1.5.1. L'édition numérique

Principale activité de Kalani, l'édition numérique consistera à accompagner les auteurs, depuis la réception des manuscrits jusqu'à la publication en version numérique de leurs œuvres. Il s'agira pour nous, après signature du contrat d'édition avec l'auteur, de :

- faire passer son œuvre en comité de lecture pour validation ;
- corriger l'œuvre, autant le fond que la forme ;
- concevoir les couvertures et des maquettes des livres ;

- faire la promotion pré et post publication de l'œuvre ;
- rendre l'œuvre disponible sur les différentes plateformes numériques ;
- distribuer l'œuvre dans les librairies, les bibliothèques, les écoles et autres lieux adaptés, en cas de publication de la version papier de l'œuvre.

1.5.2. La librairie numérique

Dans le souci de promouvoir la littérature africaine en général, nous proposons de numériser et rendre accessible sur notre plateforme numérique, des œuvres dont les versions papier sont difficiles à trouver dans nos régions, ou qui sont tout simplement en voie de disparition. Les auteurs ou éditeurs ayant déjà sorti des versions papier de leurs œuvres pourront nous contacter pour numériser et commercialiser des versions électroniques.

1.5.3. Le blog littéraire

Le blog littéraire servira en premier lieu de critique pour les œuvres littéraires africaines récemment sorties, aussi bien les nôtres que celles des autres maisons d'éditions. Il aura aussi pour mission de tenir les parties prenantes du monde de l'édition au courant des événements et des activités organisées, tels que les salons du livre, des concours littéraires ou autre. Nous avons l'ambition d'en faire une tribune d'échange entre acteurs du secteur.

1.5.4. La bibliothèque en ligne

La bibliothèque en ligne fonctionnera comme une bibliothèque classique. Moyennant un abonnement mensuel ou annuel, les lecteurs auront la possibilité de lire en ligne les œuvres littéraires hébergées sur notre plateforme. Nous prévoyons également acheter les droits des œuvres disponibles sur d'autres plateformes, telles que Muswada ou Sunubiir⁵² et les proposer à nos lecteurs, selon leur popularité et leur qualité.

2. Modalités de gestion

Dans cette section, nous aborderons le choix de la forme juridique de l'entreprise et la constitution du capital.

⁵² Sunubiir est un site internet africain créé par une jeune sénégalaise, qui permet de lire des histoires écrites par des auteurs amateurs, moyennant le paiement de droits d'accès, dont le montant diffère, selon la popularité de l'histoire et la durée d'accès à la plateforme.

2.1. Choix de la forme juridique

La Côte d'Ivoire est, depuis le 28 septembre 1995, membre de l'OHADA qui regroupe aujourd'hui dix-sept (17) Etats parties.

L'OHADA a pour principal objectif d'harmoniser le droit économique dans les Etats membres d'une part et de remédier à l'insécurité juridique et judiciaire d'autre part.

Le statut juridique que choisi l'entreprise a un grand impact sur sa vie. Il influence de même la vie des associés. Les formes juridiques en vigueur en Côte d'Ivoire sont régies par l'Acte Uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du G.I.E. Il s'agit, outre les GIE, notamment de :

- la société unipersonnelle;
- la Société à Responsabilité Limitée (SARL),
- la Société Anonyme (SA) ;
- la Société en Nom Collectif (SNC) ;
- la Société en Commandite Simple (SCS) ;
- la SAS (Société par Actions Simplifiées).

Chaque type de société a des caractéristiques différentes, selon le nombre minimum d'associés, le capital minimum requis, le régime fiscal, le statut social du dirigeant, le degré d'engagement et de responsabilité du créateur, le mode de fonctionnement et de gestion etc.

Le tableau ci-dessous présente les particularités des types des sociétés les plus usuelles en Côte d'Ivoire.

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Tableau 2: Tableau comparatif des formes juridiques de société les plus usuelles en C.I.

	Statut Juridique		
Eléments	Entreprise Individuelle	SARL	SA
Nombre d'associés	Aucun	01 ou plusieurs	01 ou plusieurs
Capital social minimum au démarrage	Aucun	Aucun	10 000 000 F CFA
Direction	L'entrepreneur	Le gérant, associé ou tiers désigné par les associés	Directeur général ou administrateur général
Prise de décision	L'entrepreneur	Le gérant pour la gestion courante, l'assemblée générale pour les décisions importantes	Le directeur assure la gestion quotidienne, l'assemblée générale approuve les comptes et les décisions
Responsabilité du dirigeant	Responsable des dettes sur ses biens personnels, sauf si déclaration d'insaisissabilité devant notaire pour protéger ses bâtis fonciers.	Limitée aux apports, sauf responsabilité civile et pénale en cas de faute de gestion	Limitée aux apports, sauf responsabilité civile et pénale en cas de faute de gestion
Imposition des bénéfices	20% du bénéfice	25% du bénéfice	25% du bénéfice
Impôt minimum forfaitaire	Pas appliqué	400 000 F CFA	0.5% du CA TTC
Crédibilité auprès des tiers	Faible	Importante	Très importante

Dans le cas de notre projet, l'entreprise exercera son activité sous la forme d'une Société A Responsabilité Limitée (SARL). En effet, sous cette forme les associés ne sont responsables des dettes sociales qu'à concurrence de leurs apports, en plus elle peut être constituée par une seule personne avec un capital social minimum très peu élevé. En outre, l'entreprise n'aura pas forcément besoin, à ses débuts, de Conseil d'Administration. Ces avantages donnent à l'entreprise une certaine flexibilité dans la gestion. Ainsi, l'entreprise aura pour dénomination «

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

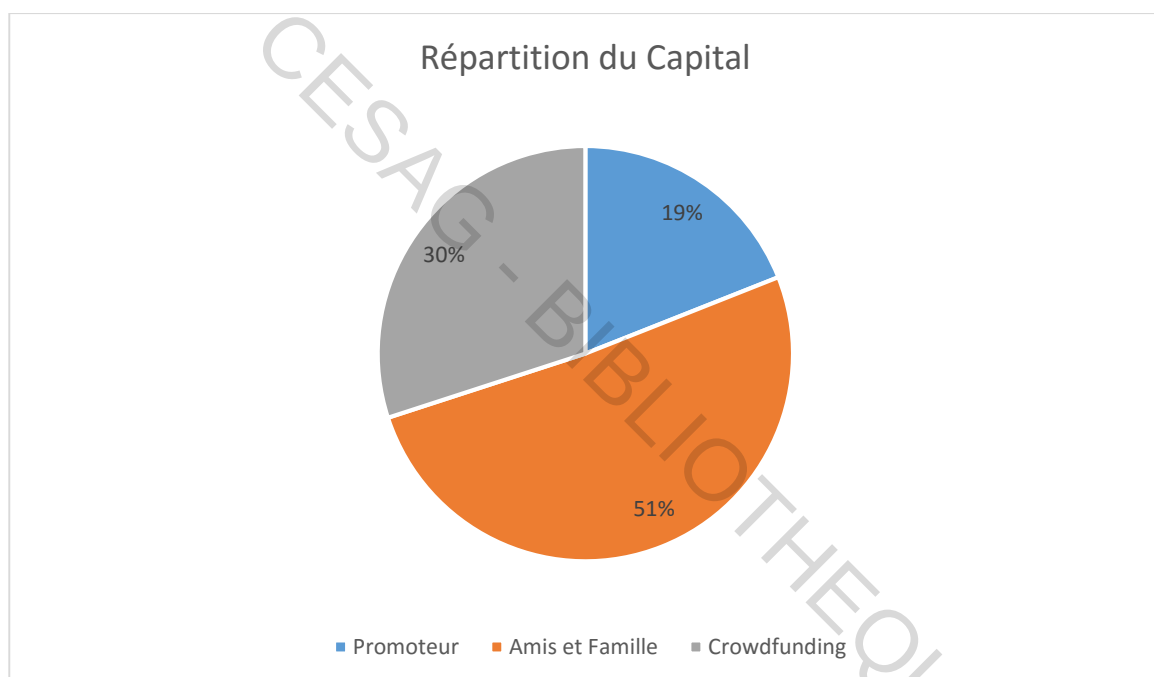
KALANI EDITIONS SARL » avec un capital de quinze millions quatre cent quatre-vingt-dix mille (15.490.000) Francs CFA.

2.2. Actionnnariat

Le capital social de Kalani Editions SARL sera réparti comme suit :

- promoteur : 19% ;
- amis et famille : 51% ;
- *crowdfunding* : 30% ;

Figure 6: Actionnnariat de Kalani Editions



II. Plan marketing de KALANI

Le plan marketing se décline en deux aspects : le marketing opérationnel et le marketing stratégique.

1. Marketing Stratégique

Il s'agit pour nous d'opérer un ensemble de choix relatifs à la segmentation, au Ciblage, au Positionnement de Kalani.

1.1. La segmentation

La segmentation marketing consiste à découper le marché de nature hétérogène en sous-ensembles homogènes. Il s'agit d'identifier dans le marché potentiel des groupes distincts de clients qui réagiront de la même façon à l'offre de Kalani. En nous basant sur les résultats de l'étude de marché, nous avons pu déterminer différents critères de segmentation.

Nous en avons établi le tableau récapitulatif ci-dessous.

Tableau 3: Critères de segmentation et segments identifiés

Critères	Segments
Zones géographiques	Afrique
	Europe
	Amérique
	Asie
Langue parlée	Pays francophones
	Pays non francophones
Genres les plus lus	Romance
	Polars
	Aventure
	Développement personnel

Nous avons retenu le critère de la zone géographique en tenant compte du fait que tous les africains ne vivent pas en Afrique. Selon la culture et les habitudes sociales des pays où seront nos clients, nous devons adapter notre communication et nos méthodes de promotion, afin de toucher le maximum de personnes. Au niveau de la langue parlée, nous visons un public africain, mais tous les Africains ne pas la même langue. Nous devons donc tenir compte de ce fait dans notre stratégie marketing, ainsi que dans le choix de nos auteurs et dans les perspectives pour notre entreprise. Le troisième critère de segmentation, à savoir les genres les plus lus, a été déterminé en prenant en compte les réponses des lecteurs aux questions que nous leur avons posées relatives à leurs habitudes et préférences de lecture.

1.2. Le ciblage

Kalani va intervenir sur tous les segments identifiés ci-dessus. L'offres de Kalani sera destinée à toutes les personnes, quelle que soit leur localisation géographique, désireuses d'acheter des œuvres littéraires africaines. Il leur sera proposé des œuvres littéraires correspondant à leurs

préférences de lecture et à la langue avec laquelle ils sont le plus familiers, le français ou l'anglais.

1.3. Le positionnement

L'objectif de Kalani est de relever le niveau de la littérature africaine francophone. Notre service est de mettre donc l'accent sur la qualité des œuvres, la fiabilité des services de paiement, la disponibilité de notre plateforme partout dans le monde et la promotion maximale de nos auteurs.

2. Marketing Opérationnel

Ce plan marketing a été fait sur la base du marketing-mix, encore appelé les 4P : Product (produit), Price (prix), Promotion (Promotion), Place (Distribution).

2.1. Les Produits

Le principal produit de Kalani sera le livre en format électronique. Il sera cependant possible d'éditer les œuvres des auteurs en version papier, selon le niveau de la demande, ou en fonction du succès de la version numérique de l'œuvre.

- ***Pour les clients***

Notre stratégie est de spécialiser notre offre en proposant des collections, de sorte à éditer des œuvres qui correspondent vraiment aux habitudes de consommation des lecteurs.

Dans la phase de lancement de Kalani, nous proposerons trois collections :

- une collection "Romance", principalement destinée aux femmes ;
- une collection "Aventure", plus mixte, majoritairement adressée aux hommes ;
- une collection "Jeunesse", destinée aux enfants entre 8 et 16 ans.

Selon l'étude de marché, les genres "Romance", "aventures" et "polars" sont ceux que les lecteurs africains préfèrent. La collection "Jeunesse" quant à elle, vient répondre à un besoin d'inculquer l'amour de la lecture aux plus jeunes, de leur transmettre le goût de lire le plus tôt possible.

D'autres collections seront ajoutées au fur et à mesure au catalogue de Kalani.

- ***Pour les auteurs***

Notre offre sera divisée en trois services :

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

- l'édition numérique : il s'agira d'accompagner l'auteur dans le processus d'écriture, de corriger et relire l'œuvre, avant de l'éditer en version numérique et d'en assurer la promotion.
- la numérisation : il s'agira de numériser une œuvre déjà parue en version papier pour un auteur et de la rendre disponible sur les différentes plateformes de vente de livre numériques : nous ne nous chargerons pas de la promotion.
- la distribution : il s'agira d'éditer directement en version numérique le manuscrit d'un auteur amateur, sans tout le travail de correction, de relecture et de suivi fait en amont dans le cas d'un contrat d'édition. Nous nous assurerons simplement que le manuscrit est de qualité et qu'il correspond à notre charte éditoriale. Nous nous chargerons également de la promotion.

2.2. Les prix

Les prix de nos produits ont été fixés en prenant en compte deux facteurs : les prix appliqués par les autres éditeurs et les résultats de l'étude de marché.

• *Prix de vente des livres*

De nos entretiens avec M. Marcus NDJOLI, fondateur de Kusoma Groupe, une maison d'édition numérique au Sénégal, il est ressorti que les livres pour la jeunesse coûtent 1500 F CFA et les autres œuvres éditées aux éditions Kusoma coûtent en moyenne 2500 F CFA. Pour les œuvres non éditées aux éditions Kusoma, mais qui sont en vente via leur librairie numérique, le prix est préalablement fixé par l'éditeur.

Selon les résultats de l'étude de marché, la majorité des lecteurs sont indifférents au prix, tant qu'il s'agit de promouvoir et de soutenir la littérature africaine.

Au vu de toutes ces informations et parce que Kalani s'inscrit dans une politique de rendre les livres accessibles à toutes les bourses, nous avons fixé un prix de vente de

- 1000 F CFA pour les livres destinés à la jeunesse ;
- 3000 F CFA pour les livres des collections phares "Romance" et "Aventure"
- 2000 F CFA pour les livres des autres collections.

Concernant les œuvres en version papier, leur prix sera déterminé en fonction des coûts d'impression et de promotion. Nous pouvons cependant garantir un prix plafond de 5000 F CFA.

Nous avons également fixé le prix de l'abonnement à la bibliothèque en ligne à 20000F CFA par an.

- ***Prix des services d'édition et de distribution***

La maison d'édition rémunère ses services sur le prix du livre. Elle fixe en général un pourcentage qu'elle touche sur le prix du livre, qui peut être progressif selon le nombre d'exemplaires vendus. En général, les pourcentages se situent entre 88 et 94% du prix du livre. La maison d'édition utilise une partie de cet argent pour payer l'impression, les libraires, les diffuseurs, etc.⁵³

Etant une maison d'édition numérique, nous n'avons pas de charge d'impression et possédons notre propre librairie. Nous avons donc décidé de réduire nos pourcentages, afin de permettre à nos auteurs de gagner un peu plus, de vivre de leur art et d'inciter d'autres auteurs à se tourner vers nous. En tenant compte des résultats de l'étude de marché, nous avons décidé de nous rémunérer à hauteur de :

- 40% du prix de vente de l'œuvre dans le cas d'un contrat d'édition ;
- 25% du prix de vente, dans le cas d'un contrat de numérisation d'une œuvre déjà éditée ;
- 20% du prix de vente de l'œuvre dans le cas d'un contrat de distribution.

2.3. La promotion

Nous utiliserons principalement comme outils de promotion le marketing digital et les événements médiatiques.

- Le marketing digital : il s'agira de promouvoir nos produits via Internet. Notre plateforme de lecture en ligne sera le premier support de communication. En effet, puisque c'est sur ce site internet que nous vendrons nos livres, nous y intégrerons des images et des résumés des œuvres, ainsi que les différentes informations sur les auteurs. Nous créerons aussi des comptes sur les réseaux sociaux les plus populaires, tels que Facebook, Instagram, Instagram et Snapchat, afin de toucher le maximum de personnes possible. Le blog littéraire servira aussi d'espace de promotion et de communication avec le public, relayant les informations au sujet des événements littéraires à venir et servant de plateforme d'échange entre les lecteurs et les auteurs.
- Les événements médiatiques : nous prévoyons d'organiser des tables rondes pour les auteurs de livres numériques et des séances de dédicaces pour les auteurs de livres papier. Cela leur permettra de rencontrer leurs lecteurs, d'échanger avec eux et de se

⁵³ <http://www.editions-humanis.com/combien-gagne-auteur.php>, page consultée le 07 juin 2016

mieux faire connaître du grand public. Nous participerons également aux différents salons et foires dédiés au livre, afin de promouvoir nos auteurs et nos œuvres auprès des professionnels du milieu éditorial.

2.4. La distribution

Nos produits seront disponibles à l'achat sur le site Internet que nous allons mettre en place. Ils seront payables via mobile money et PayPal, en attendant que l'entreprise développe sa propre application de paiement en ligne. Les produits seront aussi disponibles, seulement dans les débuts, sur la plateforme d'achat en ligne Amazon, afin de faciliter les paiements pour les clients hors de l'Afrique.

Nous envisageons également de créer une application mobile pour la bibliothèque en ligne afin que nos clients puissent accéder à leurs livres de partout et lire à n'importe quel moment.

III. Organisation et étude technique de KALANI

Il s'agira de présenter ici la façon dont nous comptons organiser la maison d'édition, au moyen d'un organigramme et d'un plan des ressources humaines et de procéder à une étude technique permettant de décrire le processus de fabrication du livre numérique et d'identifier les ressources techniques nécessaires à la mise en place de l'activité.

1. Organisation de Kalani

Nous déclinons dans cette section la structure organisationnelle de Kalani, son organigramme ainsi que le plan des ressources humaines.

1.1. Structure organisationnelle

Le système d'organisation de la société Kalani est composé d'un promoteur, d'une direction générale, d'un service Marketing et Communication, d'un service administratif et financier, d'un service de la production et d'un service informatique. Le promoteur et porteur de ce projet assumera la prise de grandes décisions d'un commun accord avec les autres membres fondateurs et associés de la société.

- ***L'associé-gérant***

Il sera chargée de piloter l'entreprise, de veiller à son bon fonctionnement et au déploiement de la stratégie. Ses missions principales seront de définir la ligne éditoriale, de définir la force de

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

vente à mettre en œuvre et de lancer les différentes collections. Dans le cas de Kalani, le gérant sera le promoteur du projet, c'est-à-dire nous-même.

- ***Le Comptable***

Son rôle et ses missions sont de :

- tenir la comptabilité et la trésorerie.
- assurer le contrôle de l'administration financière et de la gestion financière ;
- préparer les budgets et suivre leur exécution.

- ***Le chargé des Ressources Humaines***

Il sera en charge de :

- recruter les nouveaux membres du personnel ;
- assurer le suivi des dossiers administratifs des salariés de l'entreprise, des intérimaires, de leurs contrats de travail ;
- organiser des séminaires de formation et s'assurer du développement professionnel des employés ;
- préparer les bulletins de paie et gérer les salaires ;
- Maintenir une bonne communication interne et veiller à la bonne marche des équipes.

- ***Le service Marketing et Communication***

Il a pour mission principale l'élaboration et la mise œuvre de la politique de marketing et de communication de la société. Il est en charge de :

- la recherche de nouvelles idées et de nouveaux marchés ;
- la définition des stratégies marketing et commerciales ;
- la détermination des objectifs et moyens pour accroître la notoriété de l'entreprise et de sa marque ;
- la promotion des œuvres éditées par la maison et de leurs auteurs ;
- la gestion de la relation avec les clients.

On trouvera en son sein un agent du marketing et de la communication et un blogueur littéraire.

- ***Le service de la Production***

Il sera en charge de la production des œuvres littéraires. Il aura en son sein un éditeur-responsable de collection et un maquettiste.

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Le responsable de collection devra :

- gérer le programme d'écriture des auteurs et s'assurer que les œuvres suivent bien la ligne éditoriale de la maison ;
- découvrir de nouveaux auteurs et leurs proposer des contrats d'édition ;
- étoffer et améliorer les collections en proposant de nouvelles idées.

Le maquettiste quant à lui sera chargé de réaliser les maquettes des livres, concevoir les illustrations des couvertures et créer les livres électroniques. Dans le cas des œuvres éditées en format papier, il devra aussi s'occuper de l'impression des livres.

- ***Le service Informatique***

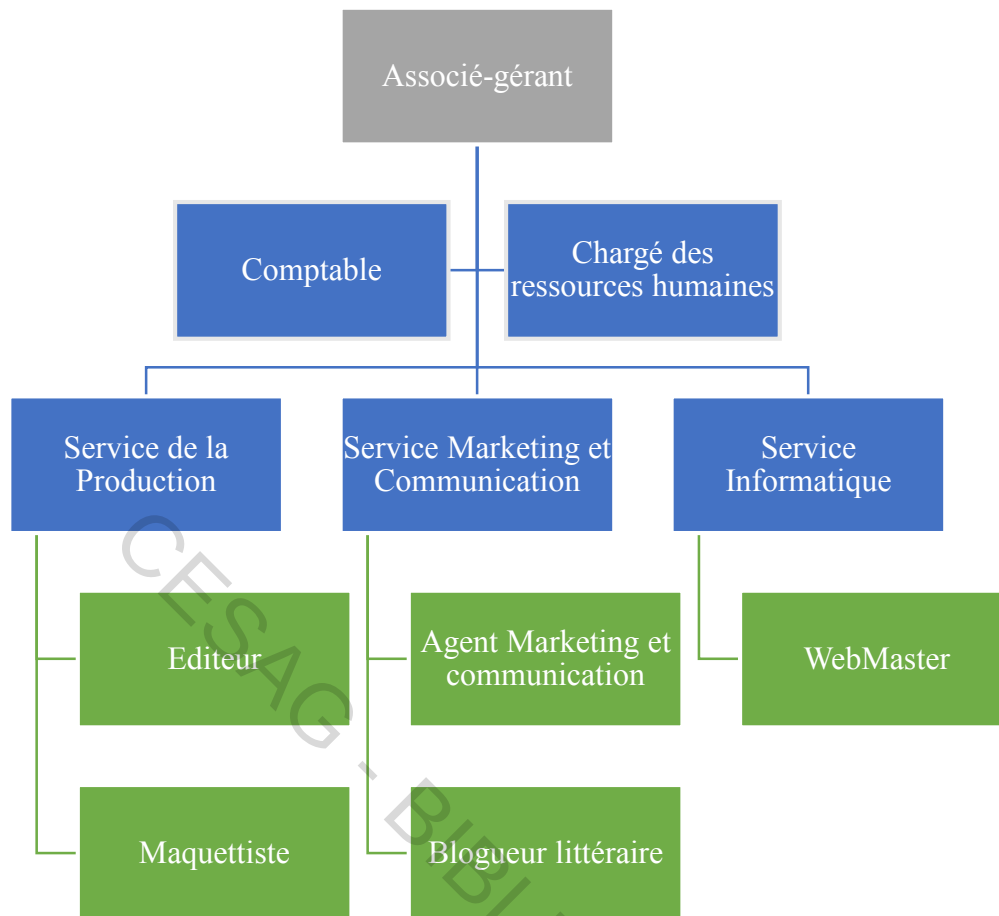
Il sera, avec la direction éditoriale, le cœur de la maison d'édition et aura pour missions de :

- gérer le site internet de Kalani ;
- concevoir et gérer la plateforme de lecture en ligne et l'application mobile ;
- concevoir et/ou intégrer une application de paiement en ligne que la majorité de nos clients pourront utiliser ;
- gérer au quotidiens les applications informatiques afin d'en assurer une disponibilité et un accès permanents.

1.2. Organigramme de Kalani

La figure ci-dessous présente l'organigramme de Kalani au début de l'activité, c'est-à-dire à la première année d'existence. Nous avons choisi une structure hiérarchico-fonctionnelle pour notre entreprise, qui est la structure classique des maisons d'éditions (UNESCO/Hurtubise,1993).

Figure 7: Organigramme de KALANI EDITIONS à la première année d'activité



1.3. Plan des ressources humaines

Pour mener à bien sa mission, Kalani envisage de se doter d'un effectif de huit (08) personnes. Ces personnes seront réparties dans les différents organes de l'entreprise comme suit :

- un (01) associé-gérant ;
- un (01) comptable ;
- un (01) chargé des ressources humaines ;
- service marketing et communication : deux (02) personnes ;
- service de la production : deux (02) personnes ;
- service informatique : une (01) personne.

Nous avons prévu d'externaliser les activités de correction des manuscrits. Elle sera confiée à des correcteurs spécialisés, de façon contractuelle. Les droits d'auteurs et les droits voisins seront gérés par le BURIDA.

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Nous prévoyons de recruter au début de la quatrième année, année où nous lancerons deux nouvelles collections, deux (02) personnes supplémentaires au service production : un éditeur et un maquettiste.

Le montant des rémunérations de nos employés a été fixé en fonction des salaires en vigueur dans le monde de l'édition. Nous avons pu obtenir ces informations à partir de notre entretien avec M. NDJOLI, fondateur de Kusoma Group et en nous renseignant auprès de certains professionnels du secteur numérique, tels que des blogueurs et des informaticiens. Nous précisons qu'en tant que promoteur du projet et associé, le gérant de Kalani ne sera pas rémunéré. Il recevra simplement des dividendes quand le résultat sera positif.

Le tableau ci-après résume le niveau de rémunération au sein de Kalani, pour la première année.

Tableau 4: Structure des postes et masse salariale

Postes	Salaire brut Mensuel	Nombre par poste	Total	Salaire brut annuel
Editeurs	350 000	1	350 000	4 200 000
Agent Marketing et communication	300 000	1	300 000	3 600 000
Blogueur Littéraire	250 000	1	250 000	3 000 000
Agent Comptable	350 000	1	350 000	4 200 000
Gestionnaire des ressources humaines	350 000	1	350 000	4 200 000
Maquettiste	300 000	1	300 000	3 600 000
Webmaster	350 000	1	350 000	4 200 000
TOTAL	2 250 000	7	2 250 000	27 000 000

Nous envisageons de mettre en place une politique de motivation du personnel. Pour cela nous responsabiliserons le personnel et leur définirons les objectifs à atteindre. Selon leur performance, nous pourrions les récompenser par des primes et des bonus.

2. Organisation technique de Kalani

Dans cette partie, il s'agit de mener une étude technique de Kalani, en décrivant le choix de la localisation du siège social, la présentation des procédés de fabrication des livres numériques, puis de présenter les investissements (matériels et immatériels) nécessaires à la réalisation du projet.

2.1. Choix de la localisation

Le siège social de l'entreprise sera situé dans la ville d'Abidjan, capitale économique de la Côte d'Ivoire. Ce choix est justifié par le fait que c'est dans cette ville qu'est établie la majorité des acteurs de l'industrie ivoirienne du livre, des auteurs aux éditeurs, en passant par les imprimeurs, les organes de tutelles et les associations professionnelles. Nous avons prévu d'installer nos bureaux dans la commune de Treichville, du fait de la facilité d'accès de ce quartier. En effet, de la partie nord de la ville, on y accède assez facilement via le pont Général

de Gaule et le troisième pont et de la commune de Yopougon, on y accède via le pont Felix Houphouët Boigny. De plus, l'un de nos associés s'engage à mettre à notre disposition des bureaux déjà équipés du matériel de base dans cette commune, ce qui nous évitera d'avoir à chercher un emplacement et permettra à la société d'être immédiatement opérationnelle.

2.2. Procédé de fabrication des livres numériques

La fabrication du livre numérique est la dernière étape du processus d'édition. Ce processus commence par la mise en contact de l'éditeur avec l'auteur. Ce dernier fait parvenir son manuscrit à l'éditeur, qui le lit et le défend en comité de lecture, composé des autres éditeurs, pour décider s'il sera ou non publié. Une fois la décision de publication de l'œuvre prise, un contrat d'édition est établi entre l'éditeur et l'auteur. C'est à ce moment que commence la chaîne de fabrication du livre numérique, de la correction à la publication numérique.

- **La correction** : c'est l'étape qui consiste à lire l'œuvre, pour en corriger aussi bien le fond que la forme du texte. Les fautes d'orthographe sont corrigées, ainsi que les erreurs de style et les imprécisions de sens. Les phrases reformulées afin d'éliminer tous problèmes de cohérence et le texte est élagué, afin de ne garder que l'essentiel. L'œuvre doit sortir de la correction aussi parfaite que possible, tant au niveau orthographique et grammatical qu'au niveau des informations qu'elle contient.
- **L'illustration** : c'est l'étape qui consiste à concevoir la page de couverture de l'œuvre, ou les images d'illustration, dans le cas d'une œuvre dédiée à la jeunesse. Elle est réalisée par l'illustrateur ou le maquettiste, en collaboration avec les agents du marketing et l'auteur de l'œuvre.
- **Le maquetage** : il consiste à concevoir la maquette du livre sur ordinateur. Il s'agit de découper les chapitres du livre, agencer les pages et choisir les polices d'écritures, de sorte à créer un impact visuel au livre et donner envie de le lire.
- **La relecture** : appelée en anglais "Proofreading", cette étape consiste à faire lire une copie de l'œuvre quand elle sort du maquetage, afin de s'assurer qu'il n'y a aucune erreur de saisie ou d'orthographe qui aurait échappé à l'œil des correcteurs. Les relecteurs vérifient aussi que l'agencement du livre est plaisant à la lecture et que l'œuvre peut être éditée telle quelle. Après la relecture, l'œuvre retourne chez le maquettiste, afin d'intégrer les corrections effectuées et de produire une version finale.
- **La publication numérique** : c'est la dernière étape de la chaîne. A l'aide d'un logiciel d'édition numérique, le maquettiste structure la version finale du livre approuvée par les

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

relecteurs et édite l'œuvre dans les différents formats numériques existants : le format PDF pour les ordinateurs, le format EPUB pour les tablettes et liseuses électroniques et le format MOBI pour les sites tels que Amazon.

Après avoir présenté Kalani Edition, sa mission, sa vision et ses valeurs, ainsi que son organisation humaine et technique, nous allons procéder au calcul des coûts, au choix des modes de financement et à l'estimation de la rentabilité du projet.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CHAPITRE III : COÛTS, MODES DE FINANCEMENT ET RENTABILITE DU PROJET

La mise en place de la société Kalani Editions nécessite le financement des ressources nécessaires à l'exploitation en vue de l'atteinte des objectifs fixés.

Ce chapitre sera consacré à l'évaluation du coût, à la présentation des modalités de financement du projet ainsi qu'à l'analyse de la rentabilité et des risques encourus dans le cadre de notre activité.

I. Estimation du coût du projet

Pour la mise en œuvre du projet et pour le démarrage effectif de l'unité de production, la réalisation d'investissements sera nécessaire. Nous procéderons à des immobilisations incorporelles et corporelles et nous constituerons un besoin en fonds de roulement. La somme de ces dépenses constituera le coût de notre projet.

1. Immobilisations incorporelles

Ce sont les frais d'établissement, les frais d'aménagement des bureaux et le coût d'achat des licences de logiciels.

Les frais d'établissements sont ceux dont il faut s'acquitter auprès du Centre pour la Promotion de l'Industrie en Côte d'Ivoire (CEPICI) pour créer une entreprise. Les frais d'aménagement des bureaux concernent principalement la caution pour la location des bureaux et l'abonnement aux services téléphoniques et internet auprès de l'opérateur MTN-CI. Quant au coût d'achat des licences, il s'agit des logiciels informatiques et graphiques qui sont indispensables à la fabrication des livres numériques.

Tableau 5: Tableau récapitulatif des immobilisations incorporelles

Eléments	Montant
Frais de Constitution	15 000
Frais de notariat (facultatif)	-
Droits d'enregistrement	-
Droits de recherche	-
Frais du registre du commerce et du crédit mobilier	10 000
Frais de l'annonce légale sur le site du Centre de Promotion des Investissements en Côte d'Ivoire	-
Frais du certificat de dépôt au Greffe	5 000
LICENCES DE LOGICIELS	290 000
Pack de logiciels pour le graphisme, le maquettage et la gestion de site web	230 000
Logiciel de relecture et correction	60 000
Frais d'aménagement	945 000
Abonnement Téléphone-Internet	100 000
Caution pour les bureaux	700 000
Frais d'ouverture de compte	20 000
Marge d'imprévu (10%)	125 000
Total des immobilisations incorporelles	1 250 000

Le montant total de ces immobilisations incorporelles est de 1 250 000 F CFA.

2. Immobilisations corporelles

C'est l'ensemble des immobilisations corporelles que nous allons acquérir, à savoir le matériel de bureau, le mobilier de bureau et le matériel informatique.

Au niveau du matériel informatique, nous allons acheter deux (02) ordinateurs IMac, qui seront utilisés par le maquettiste et le webmaster. Ces ordinateurs sont les plus adaptés pour les travaux de graphisme et de codage que ces employés devront effectuer. Pour chacun des autres membres du personnel, nous achèterons un ordinateur portable de type PC.

Tableau 6: Tableau récapitulatif des immobilisations corporelles

éléments	Prix unitaire	Quantité	Montant total
Ordinateurs de bureau (Imac)	1 475 000	2	2 950 000
Ordinateurs portables	300 000	6	1 800 000
Matériel et Mobilier de bureau	150 000	5	750 000
Imprimante Multifonctions	150 000	2	300 000
Total	2 075 000		5 800 000

Le montant total des immobilisations corporelles est de 5 800 000 F CFA

3. Besoin en fonds de roulement

Le Besoin en Fonds de Roulement (BFR) est le niveau de ressources financières nécessaire au financement du cycle d'exploitation de l'entreprise. Il découle de l'exploitation de l'entreprise, notamment des règlements fournisseurs, des crédits clients, de la constitution des stocks,

Il résulte généralement du décalage entre les décaissements et encaissements des flux de trésorerie liés à l'activité de l'entreprise. Dans le cas de notre projet, il n'existe pas de délais clients, l'achat des livres se faisant au comptant. Nous avons donc principalement constitué le BFR des dépenses auxquelles nous aurons à faire face avant que l'activité de Kalani ne commence à générer des recettes, après son premier trimestre d'existence.

Le détail du calcul du BFR est résumé dans le tableau ci-après.

Tableau 7: Calcul du besoin en fonds de roulement

Eléments	Janvier	Fevrier	Mars	Avril	Mai
Salaires	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000
Charges locatives	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000
Factures d'eau (trimestriel)	-	-	50 000	50 000	50 000
Factures d'électricité (bimensuel)	-	80 000	-	80 000	80 000
Factures internet	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000
Sous traitance correction	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Total Passif Circulant	2 770 000	2 850 000	2 820 000	2 900 000	2 900 000
Total Actif circulant	-	-	-	-	-
Besoin en Fonds de Roulement Net	2 770 000	2 850 000	2 820 000	2 900 000	2 900 000
Cumul BFR	2 770 000	5 620 000	8 440 000	11 340 000	14 240 000

Le BFR de Kalani pour la première année est de 8 440 000 F CFA.

En additionnant ce BFR avec le montant des investissements nécessaires, le coût total du projet s'élève à 15 490 000 F CFA.

II. Modalités de financement

Dans ce chapitre, nous présentons les modes de financement que nous avons retenu pour notre projet.

1. Modalités de financement

Le choix du mode de financement reste l'une des préoccupations majeures auxquelles sont confrontés les détenteurs de projets. Elle revêt un enjeu capital, celui de l'accès au financement à moindre coût, chose qui n'est pas aisée. Ainsi nous exposerons dans cette partie la façon dont nous comptons mobiliser les fonds.

Le coût total de ce projet est évalué à **15 490 000 F.CFA.**

Nous avons décidé de fixer un montant de capital égal à ce coût du projet, afin que le capital puisse couvrir tous nos besoins de financement pour lancer le projet. Nous optons pour un financement mixte : comme indiqué dans le chapitre 2, le capital sera constitué de 19% de fonds propres du promoteur, 51% de *love money* et 30% de *crowdfunding*.

1.1. Love money

Le *love money* constitue un moyen de financer la création d'une entreprise. Il s'agit de capitaux apportés par les amis, la famille ou les proches pour aider un porteur de projet à lancer son entreprise et lui permettre de réaliser tous les investissements nécessaires pour démarrer et développer son projet. En contrepartie de ces apports, les amis, les proches et la famille qui apportent des capitaux deviennent associés de la société créée. Le *love money* est très généralement utilisé par des porteurs de projet qui ne souhaitent pas recourir à un prêt bancaire ou qui souhaitent, avant de demander un prêt, posséder des capitaux propres importants pour garantir auprès des financiers le sérieux de leur projet. Le *love money* permet aussi d'associer ses proches au lancement d'une entreprise.

Dans le cas de Kalani Editions, nous prévoyons obtenir de cette façon 51% de notre capital, soit 7 899 900 F CFA.

1.2. Crowdfunding (ou financement participatif)

Le *Crowdfunding* pourrait être traduit littéralement par le financement par la foule. C'est une autre façon pour les entreprises, les particuliers, les détenteurs de projet de récolter des fonds pour leurs projets. Dans la plupart des cas, c'est le rassemblement d'un nombre important de personnes investissant un petit montant qui permettent aux porteurs de projets de trouver des fonds. L'émergence des plateformes de financement participatif a été permise grâce à internet et les réseaux sociaux. Le financement participatif peut prendre la forme d'un don (*donation crowdfunding*), de récompense ou don avec contrepartie, d'un prêt (*crowdlending*) et d'un investissement en capital (*Equity crowdfunding*). Cependant peu sont les détenteurs de projets en Afrique qui utilisent ce mode de financement pourtant simple et accessible à tous. L'un des atouts du *Crowdfunding* ou financement participatif est de permettre des transactions mettant en relation des personnes physiques. Il favorise une relation financière basée sur d'autres critères que la recherche unique du bénéfice. En définitive, il est un bon moyen de favoriser l'entraide. Pour une entreprise, il permet de communiquer tout en levant des fonds.

Dans le cas de Kalani Editions, nous avons décidé d'opter pour le '*donation crowdfunding*'. Pour cela, nous allons utiliser la plateforme de *crowdfunding* d'Orange Côte d'Ivoire, dénommée Orange Collecte, spécialisée dans le financement participatif de type don, afin de lever 30% de notre capital, à savoir 4 647 000 F CFA. Cette plateforme a été créée en collaboration avec HelloAsso, la première plateforme de *crowdfunding* dédiée aux associations. Orange Collecte offre la possibilité aux particuliers et aux associations de financer leurs projets personnels (mariages, anniversaires, etc.) ou caritatifs (cotisations, événements, projets, etc.) en faisant appel à leur réseau. Ce service novateur est ouvert à tous les clients Orange Money de Côte d'Ivoire. Les contributeurs pourront verser leurs dons via leur porte-monnaie électronique Orange Money, et les promoteurs de projets les recevront directement sur leur compte Orange Money. Les seuls frais liés à cette opération sont les frais de dépôts ou de retraits facturés par Orange.

III. Analyse de la rentabilité et des risques

Cette partie est consacrée à la présentation des états financiers prévisionnels et à l'évaluation de la rentabilité du projet à travers les indicateurs de rentabilité et le plan de financement. Nous procédons également à une analyse des risques liés au projet.

1. Etats financiers prévisionnels

Dans cette section, nous faisons une projection financière de notre projet sur la base de nos hypothèses et prévisions. A cet effet, l'horizon de nos prévisions est de cinq (05) ans.

1.1. Chiffre d'affaires prévisionnel

Le chiffre d'affaires prévisionnel récapitule l'ensemble de nos ventes effectuées sur (05) ans. Cette prévision s'appuie fondamentalement sur notre politique marketing développée dans le chapitre 2, ainsi que sur les informations des ventes dans le secteur éditorial que nous avons pu recueillir. Nous envisageons sortir débiter avec trois (03) collections la première année et ajouter deux (02) collections à la quatrième année. Nous prévoyons sortir en moyenne quatre (04) livres par collection par an, ce qui nous fera douze (12) livres par an les trois (03) premières années et vingt (20) livres les années 4 et 5.

Les ventes moyennes d'un premier livre, pour un auteur inconnu, sont entre 500 et 800 livres⁵⁴. Nous avons réalisé nos prévisions en nous basant sur ces chiffres. Nous avons cependant estimé que pour les genres les plus lus, tels que la romance, nous pourrions vendre 1000 exemplaires par livres. Sur les ventes effectuées, seulement 40% sera reversé à Kalani, le reste allant directement à l'auteur. Le chiffre d'affaire de Kalani sera donc composé principalement de ce pourcentage sur les ventes et des abonnements de la bibliothèque en ligne, sur lesquels Kalani touchera 80%. Nous avons aussi estimé que notre chiffre d'affaires devrait croître de 20% par an, du fait de notre politique marketing.

⁵⁴ <http://www.editions-humanis.com/combien-gagne-auteur.php>, page consultée le 07 juin 2016

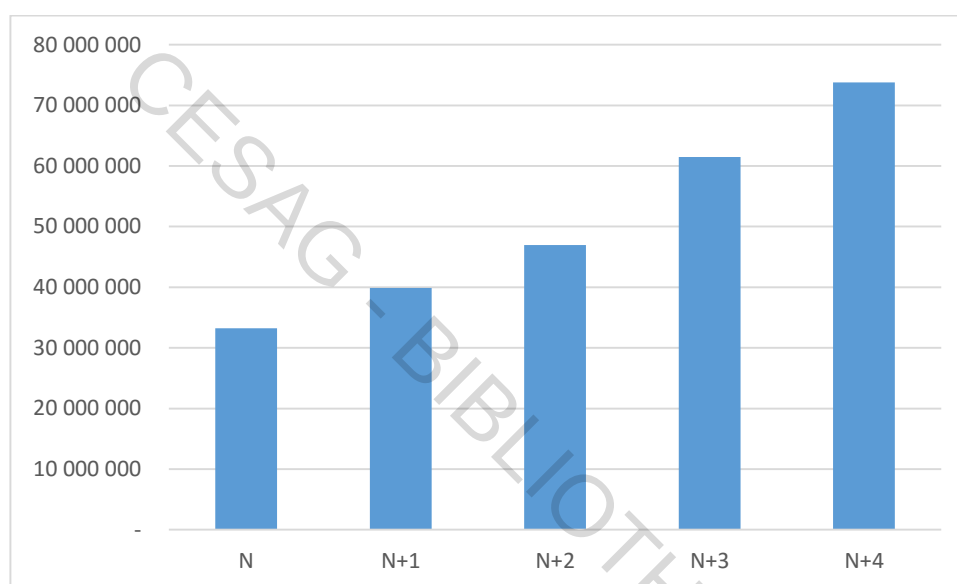
MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Tableau 8: Chiffre d'affaires prévisionnel

Recettes	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Vente de livres	9 240 000	11 088 000	12 418 560	20 022 272	24 026 726
Bibliothèque en ligne	24 000 000	28 800 000	34 560 000	41 472 000	49 766 400
TOTAL	33 240 000	39 888 000	46 978 560	61 494 272	73 793 126

Le graphique ci-dessous présente l'évolution du chiffre d'affaires sur les cinq années considérées.

Figure 8: Evolution du chiffre d'affaires annuel



Nous constatons que le chiffre d'affaire croît sur l'ensemble de la période. A la fin de la cinquième année de notre activité, nous estimons que notre chiffre d'affaires sera d'un montant de 73 793 126 F CFA.

1.2. Compte de résultat prévisionnel

L'analyse du compte de résultat prévisionnel laisse entrevoir que Kalani subit une perte nette prévisionnelle de **- 8 553 167 F CFA** la première année et de **-1 905 167 F CFA** la deuxième année. Ceci est principalement dû au faible chiffre d'affaires, du fait de nos prix bas, et au fait que nous n'arrivons pas encore à maîtriser nos charges qui sont essentiellement des charges de personnel et des frais généraux et que nous avons détaillées en annexe. Le résultat devient positif à partir de la 3^e année. Sur les trois (03) dernières années, l'entreprise a dégagé un bénéfice net moyen de 9 527 398 F CFA. L'excédent brut d'exploitation moyen sera de 6 865 252 F CFA sur les cinq (05) premières années.

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

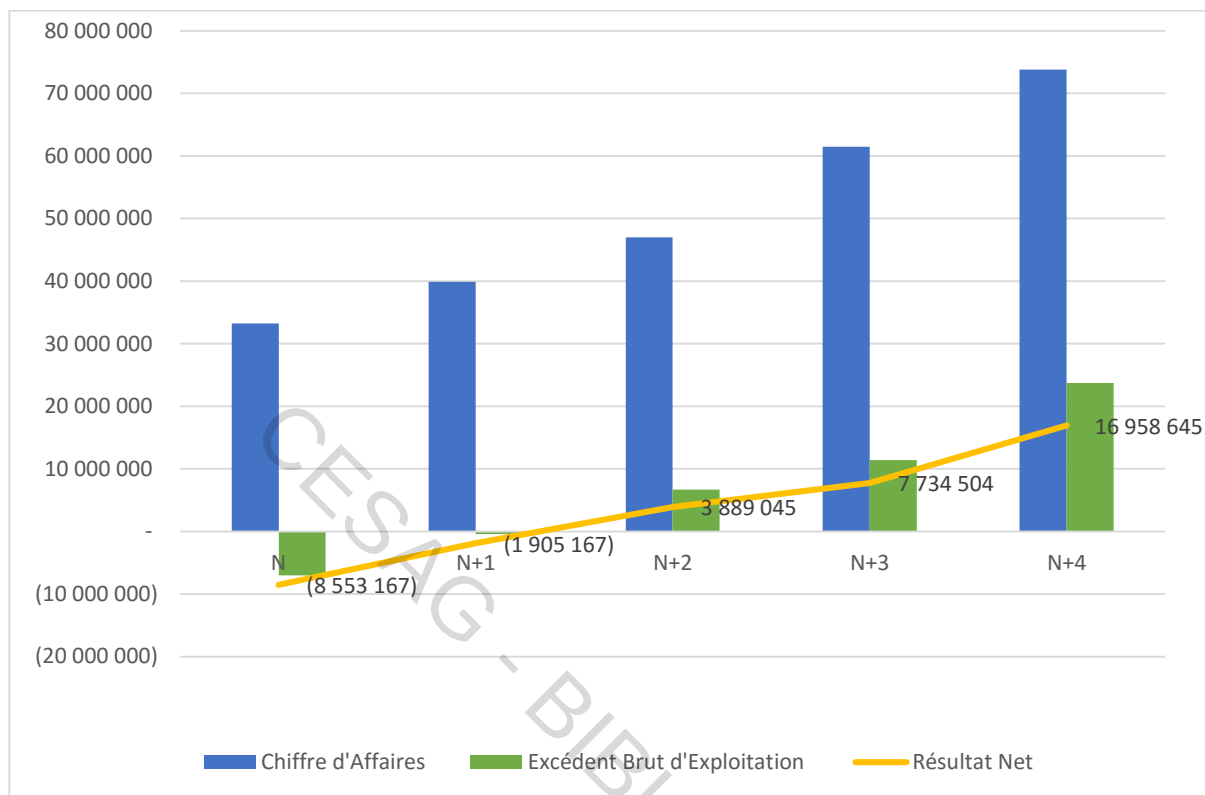
Tableau 9: Compte de résultat prévisionnel

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4
A- Chiffre d'affaires global	33 240 000	39 888 000	46 978 560	61 494 272	73 793 126
1-Vente de livres	9 240 000	11 088 000	12 418 560	20 022 272	24 026 726
2-Bibliothèque en ligne	24 000 000	28 800 000	34 560 000	41 472 000	49 766 400
B- Charges d'exploitation	40 291 500	40 291 500	40 291 500	50 096 600	50 096 600
3-Frais généraux	9 120 000	9 120 000	9 120 000	9 920 000	9 920 000
4-Charges de personnel	31 171 500	31 171 500	31 171 500	40 176 600	40 176 600
C-Excédent Brut d'Exploitation	-7 051 500	- 403 500	6 687 060	11 397 672	23 696 526
5-Dotation aux amortissements	1 501 667	1 501 667	1 501 667	1 085 000	1 085 000
D-Résultat d'Exploitation	-8 553 167	-1 905 167	5 185 393	10 312 672	22 611 526
Impôt (25%)	-	-	1 296 348	2 578 168	5 652 882
E-Résultat Net	-8 553 167	-1 905 167	3 889 045	7 734 504	16 958 645
Dotation aux amortissements	1 501 667	1 501 667	1 501 667	1 085 000	1 085 000
Capacité d'Autofinancement	-7 051 500	- 403 500	5 390 712	8 819 504	18 043 645
Dividendes et primes du personnel	-	-	-	2 000 000	5 000 000
Autofinancement	- 7 051 500	-403 500	5 390 712	6 819 504	13 043 645

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Le graphique ci-dessous présente l'évolution des différents éléments financiers prévisionnels sur toute la période.

Figure 9: Evolution du CA, de l'EBE et du RN



Le chiffre d'affaires est en croissance sur la période considérée. Il en est de même pour le résultat net, qui, de déficitaire les deux premières années d'activité, devient positif sur les trois dernières années considérées.

2. Indicateurs de rentabilité

Les indicateurs de rentabilité que nous avons choisis pour évaluer ce projet sont la Valeur Actuelle Nette (VAN) et le Taux de Rentabilité Interne (TRI).

Le calcul de ces indicateurs de rentabilité passe par le calcul des flux de trésorerie et du taux d'actualisation de ces flux. Le flux de trésorerie de chaque année est la somme du résultat net, de la dotation aux amortissements, de la variation du BFR et de la valeur résiduelle des immobilisations. Le tableau suivant fait ressortir les cash-flows générés par le projet sur la période.

Tableau 10: Tableau des Flux de trésorerie

Elements	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Capacité d'Autofinancement	- 7 051 500	-403 500	5 390 712	8 819 504	18 043 645
Dividendes	-	-	-	2 000 000	5 000 000
Autofinancement	- 7 051 500	-403 500	5 390 712	6 819 504	13 043 645
Valeur résiduelle des Immobilisations					375 000
Récupération du BFR					8 440 000
Cash flow	- 7 051 500	-403 500	5 390 712	6 819 504	21 858 645

La somme des flux de trésorerie sur l'ensemble de la période considérée s'élève à 26.613.860 F CFA.

2.1. La VAN et le TRI

La Valeur Actuelle Nette (VAN) représente la somme des flux de trésorerie actualisés de laquelle est déduite la valeur des dépenses d'investissements. Son calcul permet de définir si un investissement va s'avérer rentable ou non et surtout s'il va pouvoir répondre aux attentes de rendement fixées par les apporteurs de capitaux.

Nous avons retenu comme taux d'actualisation 9,50%. Ce taux a obtenu par la méthode du MEDAF, le coût des fonds propres que nous utilisons pour financer le projet.

Selon la formule du MEDAF, le coût des fonds propres est fonction du taux sans risque, d'un prime de risque et le coefficient bêta de l'entreprise.

Dans le cas présent, le taux sans risque est représenté par le taux de rémunération des bons de trésor de la zone UEMOA, qui se chiffre en moyenne à 6%⁵⁵.

Pour ce qui est de la prime de risque, elle est généralement comprise entre 8% et 10% et peut monter à 25 % sur les marchés avec grande incertitude. Sur les marchés "nouveaux" (nouveaux produits ou concepts), elle peut monter à 65 %⁵⁶. Etant donné que Kalani propose un produit nouveau, nous avons considéré une prime de risque de 50%.

⁵⁵ Chiffres déterminés par nous-même, à partir de données recueillies sur la page internet

<http://www.bceao.int/-Avis-d-appel-d-offres-.html>, page consultée le 20 juin 2016

⁵⁶ https://fr.wikipedia.org/wiki/Prime_de_risque, page consultée le 20 juillet 2016

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

Pour le bêta de l'entreprise, nous avons utilisé celui de la maison d'édition ivoirienne NEI-CEDA, cotée à la Bourse Régionale des Valeurs Mobilières, que nous avons déterminé sur la base du cours et du rendement de l'actif entre le 05 juillet 2011 et le 30 mars 2016. Ce bêta s'élève à 0,07.

Le TRI ou encore le TIR est le taux qui annule la VAN. Il mesure l'efficacité marginale d'un projet.

Le calcul de la VAN et du TRI est résumé dans le tableau ci-dessous.

Tableau 11: Calcul de la Van et du TRI

Elements	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Cash flow	- 7 051 500	-403 500	5 390 712	6 819 504	21 858 645
Cumul des cash flows	- 7 051 500	- 7 455 000	-2 064 288	4 755 216	26 613 860
Cash flows actualisés	- 6 439 726	-336 523	4 105 856	4 743 472	13 885 216
Cumul	- 6 439 726	- 6 776 249	-2 670 393	2 073 079	15 958 294
Investissement					15 490 000
Valeur Actuelle Nette					468 294
Taux de rentabilité Interne					57,97%

La VAN du projet est positive et s'élève à 468 294 FCFA. Le TRI est de 57,97%, supérieur au coût des capitaux propres qui est de 9,55%. Ces résultats nous permettent de dire que le projet est rentable.

2.2. Quelques ratios

En plus des indicateurs de rentabilité que sont la VAN et le TRI, nous avons analysé la rentabilité de notre projet à travers le calcul de quelques ratios de rentabilité économique et de rentabilité financière. Ce calcul est consigné dans le tableau ci-dessous.

Tableau 12: Calcul de quelques ratios de rentabilité économique et financière

Ratio	Formule	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Marge opérationnelle	Résultat d'exploitation/Chiffre d'affaires	-25,73%	-4,78%	11,04%	16,77%	30,64%
Return on Sales	Résultat Net/ Chiffre d'affaires	-25,73%	-4,78%	8,28%	12,58%	22,98%
Return on Equity	Résultat Net/ fonds Propres	-55,22%	-12,30%	25,11%	49,93%	109,48%

L'analyse de ces ratios montre que, bien que déficitaire au début de son activité, Kalani parvient au fil de son exploitation à mieux contrôler ses charges et à rendre plus rentable ses ventes. Nous constatons aussi qu'à partir de la cinquième année, le ratio de résultat net sur fonds propres est supérieur à un, ce qui signifie que le bénéfice dégagé à cette année est supérieur au montant des fonds propres.

3. Le budget de trésorerie du projet

L'analyse du budget de trésorerie nous montre que l'entreprise 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 9 971 214 F CFA sur la période.

Le tableau ci-dessous nous présente dans les détails ce budget de trésorerie.

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Tableau 13 : Budget de trésorerie annuel

		N	N+1	N+2	N+3	N+4
INVESTISSEMENTS	7 050 000					
BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT	8 440 000	-	-	-	-	
TOTAL BESOINS	15 490 000	-	-	-	-	-
CAPITAL	15 490 000					
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT		- 7 051 500	-403 500	5 390 712	6 819 504	13 043 645
TOTAL RESSOURCES	15 490 000	- 7 051 500	-403 500	5 390 712	6 819 504	13 043 645
ECART	-	- 7 051 500	-403 500	5 390 712	6 819 504	13 043 645
CUMUL	-	- 7 051 500	- 7 455 000	- 2 064 288	4 755 216	17 798 860

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Nous pouvons noter toutefois que l'entreprise n'arrivera pas, selon nos prévisions, à couvrir ses besoins avec ses ressources, la première année et réalise en outre, un déficit en termes de ressources de -7 051 500 FCFA. Ce déficit s'explique par l'insuffisance, voire l'incapacité de l'entreprise à s'autofinancer, à la première année, avec une capacité d'autofinancement négative du même montant.

4. Evaluation des risques

Le risque peut être défini comme une déviation standard des prévisions. Ce risque peut être une opportunité se traduisant par un gain et peut être une exposition défavorable. Du fait de son activité, les éditions Kalani pourraient être exposées à divers types de risques, tels que le risque de liquidité et le risque de marché.

4.1. Risque de solvabilité

C'est l'impossibilité de faire face à ses échéances de trésorerie à un moment donné.

Le risque de ce risque se réalise est fortement probable, du moins dans les débuts de l'activité, dans la mesure où Kalani sera encore une toute jeune entreprise et pourrait ne pas encore avoir suffisamment d'auteurs à éditer et de livres à commercialiser.

En cas d'insuffisance de flux générés par l'exploitation, nous envisageons mettre en mettre en location une partie de nos immobilisations. Ainsi, nos imprimantes, notre site internet et notre bibliothèque en ligne pourront être utilisés à plein temps. Nous les mettrons à la disposition d'éditeurs ayant besoin d'imprimer à coût réduit, d'annonceurs pour faire passer leurs publicités sur le site et d'auteurs, pour donner plus de visibilité à leurs œuvres.

4.2. Risque stratégique et commercial

Ce risque pourrait apparaître si nous avons fait une erreur d'appréciation de la taille du marché ou si nous n'avons pas bien caractérisé les conditions de vente de nos produits, ni défini correctement les stratégies de commercialisation. Pour réduire ce risque, nous envisageons de faire une étude quantitative de marché aussitôt après le début des activités de Kalani. Ceci nous permettra de compléter l'étude qualitative et surtout de définir une stratégie de conquête du segment "Pays non francophones".

4.3. Risque de change

C'est le risque que la fluctuation des cours de change affecte négativement notre chiffre d'affaires. En effet, étant une activité d'économie numérique, notre offre sera disponible aux

africains de tous les pays où nos applications de paiement fonctionnent. En utilisant les applications de mobile money des réseaux téléphoniques Orange, MTN et Airtel, ainsi que le service de paiement en ligne PayPal, nous serons exposés au risque de fluctuation des cours de devises de monnaies telles que le Dollar américain, le Dollar canadien, le Franc suisse, le Rand sud-africain ou le Cedi ghanéen entre autres, vis-à-vis de l'Euro et donc du Franc CFA. De l'expérience et des avis de certains auteurs ayant vendus leurs œuvres sur internet, les paiements en devises représentent environ 70% des ventes. Ce risque n'est donc pas négligeable, car s'il est mal géré, 80% du chiffre d'affaires de l'entreprise risque de subir une perte de change.

Nous envisageons de couvrir ce risque en prenant des options tunnels. Ce sont des combinaisons d'achat et de vente d'options différentes, de même prime et de même échéance, afin de réduire le coût de la couverture. Ainsi, nous serons couverts contre le risque de fluctuation des devises, à moindre coût.

4.4. Risque économique, politique et réglementaire

Les risques politiques, économiques et réglementaires sont inhérents à toute activité et ne sont pas vraiment maîtrisables. Ce sont des risques qui ont un impact sur l'environnement immédiat de l'entreprise et qui peuvent modifier substantiellement sa situation concurrentielle et le modèle économique lui-même. Cependant, dans le cas de Kalani, la situation politique est relativement stable et le gouvernement ivoirien fait des efforts pour maintenir un climat sain et apaisé. La situation économique est elle aussi favorable à l'évolution de l'activité, avec les efforts du Ministère de la Culture et de la Francophonie et du Ministère de l'Economie Numérique pour réguler les secteurs du livre et de l'économie numérique et favoriser leur croissance. La situation réglementaire évolue également de façon favorable, du fait des nouveaux projets de loi adoptés en faveur de l'économie numérique et de l'industrie du livre. L'analyse des états financiers prévisionnels de Kalani Editions nous a permis de constater que, bien que subissant des pertes au début de son exploitation, l'activité est globalement rentable et évolue positivement. La VAN du projet est positive, le TRI est supérieur au taux d'actualisation retenu et les ratios de rentabilité économique et financières augmentent chaque année. De plus, à travers une évaluation succincte des risques auxquels Kalani peut être exposée, nous avons défini des mesures afin de mettre de notre côté toutes les chances pour la pérennité de l'entreprise.

CONCLUSION

Au cours de ces dernières années, les pays de l'Afrique Subsaharienne en général et la Côte d'Ivoire en particulier, ont enregistré de forts taux de croissance économique. Conscientes que le développement économique ne saurait perdurer s'il n'est pas soutenu par des croissances dans les domaines de la culture et de la technologie, les autorités ivoiriennes, à travers le Ministre de la Culture et de la Francophonie et celui de l'Economie Numérique et des télécommunications, œuvrent pour développer ces secteurs.

Au moyen de textes de loi et par des subventions, des facilités et des investissements dans les secteurs culturels et technologiques, l'Etat entend inciter les initiatives privées visant à la promotion de ces secteurs encore très peu exploités. Notre projet de création d'une maison d'édition numérique se situe donc dans le cadre du développement de la littérature africaine et de l'industrie du livre, mais également dans celui du développement des activités économiques numériques.

Ce document résume nos analyses sur l'opportunité de la création d'une telle offre, notre proposition d'organisation de la structure et les modes de financement retenus.

L'opportunité de la création de la maison d'édition numérique a été analysée au moyen d'un état des lieux de l'offre d'édition actuelle en Côte d'Ivoire, d'une étude du cadre réglementaire en vigueur, d'une analyse de l'environnement externe et d'une étude de marché.

L'organisation de la maison d'édition a été présentée à travers la structure organisationnelle, le plan marketing et le plan des ressources humaines et techniques de l'entreprise.

Les modes de financement retenus ont été déterminés en fonction du coût total du projet et de sa rentabilité. Nous avons retenu trois (03) modes de financement qui sont l'apport en fonds propres, le *love money* et le *crowdfunding*.

L'activité est rentable et sur les trois (03) dernières années de nos projections financières, la maison d'édition dégage des flux financiers satisfaisants. Le résultat net sur les différentes années considérées est positif, mais pas très élevé. Ceci s'explique par le fait que les prix que nous pratiquons sont assez bas. En effet, outre le volet financier et les objectifs de rentabilité que nous nous sommes fixés, notre offre a également un volet social. Nous voulons que nos

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

produits soient les moins chers possibles, pour être accessibles à tous. Nous entendons ainsi contribuer activement non seulement à la promotion de la littérature et de la culture africaines, mais aussi à la vulgarisation des technologies informatiques et au développement des activités économiques numériques dans notre pays et en Afrique.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

- FERRARY Michel, 2014, Management des ressources humaines ; marché du travail et acteurs stratégiques, Dunod, 272p ;
- THOMAS Philippe, 2011, Analyse financière : Approche internationale – CFA, Revue Banque Edition, 223 p ;
- OHADA, 2014, Acte uniforme relatif aux sociétés commerciales et GIE, Ouagadougou, 209p ;
- UNESCO, 1993, Profession : éditeur – Edition et gestion, Hurtubise, 190p ;
- VERNIMMEN Pierre, Yann Le Fur, Pascal Quiry, 2014, Finance d'entreprise, 13e édition, DALLOZ Paris, 1201p ;
- VITALI-ROSATI Marcello, 2014, Pratiques de l'édition numérique, Presses de l'université de Montréal, 224 p.

MEMOIRES ET PROJETS PROFESSIONNELS

- ETERNOT Noëlie, 2014, Marketing et communication dans l'édition numérique ; Programme Master en communication Numérique ISCOM Toulouse, 60 pages ;
- FOFANA Dopama Vamoussa, 2013, Projet de création d'une agence de SGI dans les villes de Bouake et de Yamoussoukro ; Programme Master en Banque et finance, 69 pages ;
- NACRO Vanessa Diane, 2015, Modalités de financement d'une société privée de transport scolaire à Ouagadougou : Wak'at ni Laafi Transport, Programme Master en Banque et finance, 75 pages ;
- VE Espérance, 2014, Etablissement d'un plan de financement pour la création d'une société de transformation du manioc au Sénégal, Programme Master en Banque et Finance, 75p.

RAPPORTS, ENQUETES ET ETUDES

- Association des Editeurs Ivoiriens, Statuts, 2015, 13p.
<http://assedi.ci/images/statut.pdf>

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

- Bureau International de l'Edition Française, Les principales maisons d'éditions aux Etats Unis, 2010, 3p.
<http://www.bief.org/fichiers/operation/3394/media/7670/Organigramme%20USA%202010.pdf>
- Comité de Privatisation du cabinet du Premier ministre, Rapport annuel 2015, 2016, 25p.
<http://www.gouv.ci/doc/rapport-structure/RAPPORT-ANNUEL-2015-DEFINITIF-22-AVRIL-A-PUBLIER.pdf>
- MOTIF, 2010, Le droit d'auteur en Europe (Grande Bretagne), 4p.
<http://www.sgdj.org/phocadownload/ressources/etudes/2010%20-%20MOTIF%20-%20Le%20droit%20d'auteur%20en%20usage%20en%20Europe%20%28Grande%20Bretagne%29.pdf>
- Observatoire de l'économie du livre, 2010, secteur du livre : quelques chiffres clés, 4p,
http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/19232/164647/file/Chiffres-cles_Livre_2009-2010
- McKinsey Global Institute, Lions go digital: The Internet's transformative potential in Africa, 2013, 124p., <http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/lions-go-digital-the-internets-transformative-potential-in-africa>;
- Stéphane MARILL, L'édition en Côte d'Ivoire : étude du secteur scolaire soumis à appel d'offres, 2008, 46p.,
http://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/Edition_scolaire_en_Cote_d_Ivoire.pdf

WEBOGRAPHIE

- Site internet de l'Afrique, des idées : www.terangaweb.com
- Forum littéraire "Monde du Livre" : <http://mondedulivre.hypotheses.org>
- Site internet d'actualités générales "ActuaLitté" : <https://www.actualitte.com>
- Site d'actualités sur les médias, l'édition et la communication "Presse Edition" : <http://www.presseedition.fr>
- Site internet du Syndicat National de l'Edition français : <http://www.sne.fr>
- Site internet de l'Observatoire de l'économie du Livre : www.culturecommunication.gouv.fr
- Site internet du Bureau International de l'Edition Française : www.bief.org
- Site internet de la Bibliothèque Nationale de France : www.bnf.fr

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

- Site internet du Cabinet de conseil McKinsey : www.mckinsey.com
- Site internet du Ministère de la Culture et de la Francophonie : www.culture.gouv.ci
- Site internet du BURIDA : www.buridaci.com
- Site internet de la Banque Mondiale : www.banquemondiale.org
- Site internet d'informations ivoirien "Abidjan.Net" : www.news.abidjan.net
- Site internet de la BCEAO : www.bceao.int

CESAG - BIBLIOTHEQUE

ANNEXES

ANNEXE A : QUESTIONNAIRES ET GUIDE D'ENTRETIEN

1. QUESTIONNAIRE A L'ATTENTION DES AUTEURS

Enquête sur la demande dans le domaine de l'édition numérique.

Dans le cadre de la création d'une maison d'édition numérique en Côte d'Ivoire, nous vous sollicitons pour répondre à quelques questions concernant votre intérêt, vos attentes et vos exigences vis à vis d'un éditeur.

Ce questionnaire est anonyme et il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Nous vous remercions de votre collaboration.

*Obligatoire

1. Quelle est votre nationalité ?
2. Avez-vous déjà publié (ou envisagez-vous de publier) vos écrits ? *
 - ☐ Oui
 - ☐ Non
3. Si oui, quel type d'édition avez-vous choisi ? *
 - ☐ Auto-édition
 - ☐ Maison d'édition
 - ☐ Autre :
4. Êtes-vous satisfait de votre choix ? *
 - ☐ Oui
 - ☐ Non
5. Qu'est ce qui a motivé votre choix ?
.....
6. Qu'attendez-vous en général d'un éditeur ? *(plusieurs réponses sont possibles)
 - ☐ Des tarifs abordables
 - ☐ Une politique marketing innovante
 - ☐ Un large réseau de distribution
 - ☐ La rapidité dans le traitement et l'édition des textes
 - ☐ Des services flexibles et sur mesure
7. Combien serez-vous prêts à payer votre éditeur (sur les ventes de vos romans) ? *
 - ☐ Moins de 10%

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

- ☐ Entre 10% et 20%
 - ☐ Entre 20% et 30%
 - ☐ Entre 30% et 40%
 - ☐ Plus de 40%
8. Seriez-vous intéressés par une offre d'édition numérique ? *
- ☐ Oui
 - ☐ Non
9. Kalani Editions est une start-up d'édition numérique. Quels service devrions-nous vous proposer dans le cadre d'un contrat d'édition ? * (plusieurs réponses sont possibles)
- ☐ Edition et publication de votre œuvre
 - ☐ Distribution de votre œuvre auprès du public
 - ☐ Edition et Publication en version papier de votre œuvre
 - ☐ Distribution de votre œuvre auprès des librairies
 - ☐ Publicité et E-Marketing
 - ☐ Organisation de salons, séances de dédicaces et autres évènements de promotion
10. Avez-vous d'autres exigences, des conseils ou des suggestions ?

.....

Merci d'avoir répondu au questionnaire.

2. QUESTIONNAIRE A L'ATTENTION DES LECTEURS

Enquête sur les préférences des lecteurs

Dans le cadre de la création d'une maison d'édition numérique en Côte d'Ivoire, nous vous sollicitons pour répondre à quelques questions concernant votre intérêt et vos habitudes d'achat en matière de livres.

Ce questionnaire est anonyme et il n'y a pas de bonne ni de mauvaise réponse. Nous vous remercions de votre collaboration.

***Obligatoire**

1. Quel est votre sexe ? *

- ☐ Homme
- ☐ Femme

2. Quelle est votre nationalité ?

3. Combien de livres (physiques ou électroniques) achetez-vous en moyenne par mois? *

- ☐ Aucun
- ☐ Entre 1 et 5
- ☐ Plus de 10
- ☐ Autre :

4. Quelles sont vos principales raisons d'acheter des livres ? *

- ☐ Raison professionnelles (études, travail, préparation de concours, ...)
- ☐ Raisons personnelles (détente, plaisir de lire, pour offrir, ...)
- ☐ Autre :

5. Que lisez-vous le plus fréquemment ? *

- ☐ Des livres papier
- ☐ Des E-books
- ☐ Les deux
- ☐ Autre :

6. Etes-vous abonnés à une librairie ou une bibliothèque ? *

- ☐ Oui
- ☐ Non

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

7. Combien dépensez-vous en moyenne par mois dans de la lecture ? *

- ☐ Moins de 5000 francs CFA/10 USD/10 EUR
- ☐ Entre 5000 et 15000 francs CFA/ 25 USD/ 25 EUR
- ☐ Entre 15000 et 25000 francs CFA/ 45 USD/45 EUR
- ☐ Plus de 25000 francs CFA/ 50 USD/ 50 EUR
- ☐ Autre :

8. Où achetez-vous en général vos livres ? *

- ☐ En ligne (Amazon, bibliothèques numériques, ...)
- ☐ En librairies
- ☐ Dans des brocantes, des vide-greniers
- ☐ Autre :

9. Quel genre de lecture préférez-vous ? *(plusieurs réponses sont possibles)

- ☐ Aventure
- ☐ Développement Personnel & Coaching de vie
- ☐ Erotique
- ☐ Essais politiques et philosophiques
- ☐ Fantastique et fantaisiste
- ☐ Horreur
- ☐ Poésie
- ☐ Polars
- ☐ Religieux
- ☐ Romance
- ☐ Autre :

10. Parmi les éléments suivants, lesquels sont pour vous des facteurs déterminants dans l'achat d'un livre ? * (plusieurs réponses sont possibles)

- ☐ Le genre (polar, romance, ...)
- ☐ L'auteur
- ☐ La première de couverture
- ☐ Le format (pour les livres papier) et le volume
- ☐ Le prix
- ☐ La collection
- ☐ Les critiques littéraires
- ☐ Autre :

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

11. A combien serez-vous prêts à acheter l'œuvre d'un auteur africain, entre 100 et 300 pages de volume ? *

- ☐ Entre 3000 et 5000 francs CFA
- ☐ Entre 5000 et 15000 francs CFA
- ☐ Entre 15000 et 25000 francs CFA
- ☐ Le prix n'est pas un problème, il faut soutenir nos auteurs africains

Autre :

12. Cochez la (les) phrase(s) qui vous correspond(ent) le plus (plusieurs réponses sont possibles) :

- ☐ Je suis de ceux qui aiment posséder leurs livres et les relire à volonté.
- ☐ Je préfère lire en ligne, via des applications telles que Facebook, Wattpad et Muswada, de façon gratuite.
- ☐ Je télécharge les livres, ça coûte trop cher de les acheter.
- ☐ Je lis plus d'ebooks que de livres papier, ça prend moins d'espace, et je les ai à portée de main.
- ☐ Je ne trouve jamais des romans d'auteurs africains de bonne qualité sur les sites de vente en ligne ou en librairie.
- ☐ Pourquoi acheter un roman quand j'ai la possibilité de le lire gratuitement ?

Merci d'avoir répondu au questionnaire.

**3. GUIDE D'ENTRETIEN AUPRES DES PROFESSIONNELS DE L'EDITION
NUMERIQUE**

Bonjour,

Dans le cadre de notre projet de fin de Master en Banque et finance, nous avons besoin d'informations sur la fourniture d'offre d'édition numérique.

Etant à la tête d'une des deux seules structures d'édition numérique au Sénégal, votre expérience nous intéresse beaucoup. Nous aimerions discuter du fonctionnement d'une telle structure, des différentes ressources nécessaires à une bonne marche de l'entreprise, ainsi que des risques liés à cette activité.

1. Qu'est-ce qui vous a motivé à créer une maison d'édition numérique ?
2. Comment votre offre d'édition numérique a-t-elle été accueillie par les différents acteurs du domaine de l'édition classique ?
3. Avez-vous rencontré des difficultés particulières dans le processus de création de votre entreprise ?
4. Quel a été le coût moyen de mise en place de Kusoma ?
5. Comment avez-vous financé cet investissement ?
6. L'investissement consenti a-t-il été rentabilisé ?
7. Quelle est la structure organisationnelle de votre entreprise ?
8. Combien d'employés avez-vous ? Qui fait quoi ?
9. Quel est le processus de fabrication du livre numérique ?
10. Quelles sont les ressources techniques et matérielles nécessaires au bon fonctionnement de votre entreprise ?
11. Quelles sont les difficultés que vous rencontrez au quotidien, dans la gestion de Kusoma ?

NOUS VOUS REMERCIONS DE VOTRE DISPONIBILITE.

ANNEXE B : ETATS FINANCIERS PREVISIONNELS DE KALANI EDITIONS

Tableau 14: Charges de personnel

Charges de personnel	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Salaires	27 000 000	27 000 000	27 000 000	34 800 000	34 800 000
Retraites	2 079 000	2 079 000	2 079 000	2 679 600	2 679 600
Prestations familiales	1 552 500	1 552 500	1 552 500	2 001 000	2 001 000
Accidents de travail	540 000	540 000	540 000	696 000	696 000
Total charges sociales	4 171 500	4 171 500	4 171 500	5 376 600	5 376 600
TOTAL CHARGES DE PERSONNEL	31 171 500	31 171 500	31 171 500	40 176 600	40 176 600

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Tableau 15: Tableau récapitulatif des frais généraux

Eléments	Cout mensuel	Année N	Année N+1	Année N+2	Année N+3	Année N+4
Charges locatives	350 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000
Electricité (bimensuel)	80 000	480 000	480 000	480 000	480 000	480 000
Eau (trimestriel)	50 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Abonnement internet	70 000	840 000	840 000	840 000	840 000	840 000
Assurance		200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Sous traitance correction	100000 par livre	1 200 000	1 200 000	1 200 000	2 000 000	2 000 000
Frais divers de fonctionnement		2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000
TOTAL		9 120 000	9 120 000	9 120 000	9 920 000	9 920 000
Cumul		9 120 000	18 240 000	27 360 000	37 280 000	47 200 000

MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE D'IVOIRE : KALANI EDITIONS

Tableau 16: Tableau d'amortissement des immobilisations

Rubriques	Montant	Durée de vie	Annuité	N	N+1	N+2	N+3	N+4	Valeur Nette Comptable
Frais d'établissement	1 250 000	3	416 667	416 667	416 667	416 667			0
Mobilier de bureau	750 000	10	75 000	75 000	75 000	75 000	75 000	75 000	375 000
Matériel informatique	5 050 000	5	1 010 000	1 010 000	1 010 000	1 010 000	1 010 000	1 010 000	0
TOTAL				1 501 667	1 501 667	1 501 667	1 085 000	1 085 000	375 000

Tableau 17: Budget de trésorerie annuel

	ANNEES				
Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Encaissements (CA)	33 240 000	39 888 000	46 978 560	61 494 272	73 793 126
Décaissements	40 291 500	40 291 500	40 291 500	50 096 600	50 096 600
Solde Enc./Décaissements	-7 051 500	- 403 500	6 687 060	11 397 672	23 696 526
Situation initiale de trésorerie	0	-7 051 500	-7 455 000	-767 940	10 629 732
Etat de la trésorerie	-7 051 500	-7 455 000	-767 940	10 629 732	34 326 258

TABLE DES MATIERES

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS.....	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	iii
TABLES DES ILLUSTRATIONS.....	iv
SOMMAIRE.....	v
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I : OPPORTUNITE DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN COTE D'IVOIRE.....	6
I. Evaluation de l'offre d'édition en Côte d'Ivoire.....	6
1. Etat actuel de l'édition en Côte d'Ivoire.....	6
2. Les différents acteurs du secteur.....	7
2.1. Les maisons d'édition.....	7
2.1.1. Le Groupe NEI-CEDA.....	8
2.1.2. Les Classiques Ivoiriens.....	8
2.1.3. Editions Eburnie.....	8
2.1.4. EDILIS.....	9
2.1.5. Frat Mat Editions.....	9
2.1.6. Editions PUCI.....	9
2.1.7. Vallesse Editions.....	10
2.2. Les illustrateurs.....	10
2.3. Les entreprises de photogravure.....	10
2.4. Les imprimeries.....	10
2.5. Les librairies.....	11
3. Les associations professionnelles.....	11
3.1. L'association des Ecrivains de Côte d'Ivoire.....	11
3.2. L'association des Editeurs Ivoiriens.....	11
II. Cadre réglementaire en vigueur dans le domaine de l'édition.....	12
1. Dispositions réglementaires.....	12
2. Organes de tutelle.....	13
2.1. La Direction du Livre et de la Lecture.....	13
2.2. Le Bureau Ivoirien du Droit d'Auteur.....	14

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

3. Les structures étatiques	14
III. Opportunité de l'édition numérique en Côte d'Ivoire	15
1. Analyse de l'environnement du projet	15
1.1. L'analyse de l'environnement	15
1.1.1. Environnement politique	16
1.1.2. Environnement Economique	16
1.1.3. Environnement Social	17
1.1.4. Environnement Technologique	17
1.1.5. Environnement Ecologique.....	18
1.1.6. Environnement Légal.....	19
1.2. Synthèse des opportunités et des menaces.....	19
2. Etude de marché.....	20
2.1. Objectifs de l'étude de marché.....	20
2.2. Cible potentielle	21
2.3. Méthodologie de l'étude de marché	21
2.3.1. La structure du questionnaire.....	21
2.3.2. Administration des questionnaires et entretien	22
2.3.3. Traitement des informations et analyse des données	22
2.4. Résultats de l'étude de marché.....	23
2.4.1. Au niveau des auteurs	23
2.4.2. Au niveau des lecteurs.....	24
CHAPITRE II : ORGANISATION ET MOYENS NECESSAIRES A LA MISE EN PLACE DE LA STRUCTURE D'EDITION NUMERIQUE.....	27
I. Présentation de KALANI Editions	27
1. Mission, Objectifs et activités de Kalani.....	27
1.1. Mission.....	27
1.2. Vision de Kalani.....	28
1.3. Valeurs de Kalani	28
1.4. Objectifs de Kalani.....	28
1.5. Activités de Kalani.....	28
1.5.1. L'édition numérique.....	28
1.5.2. La librairie numérique.....	29
1.5.3. Le blog littéraire	29
1.5.4. La bibliothèque en ligne.....	29
2. Modalités de gestion	29
2.1. Choix de la forme juridique.....	30

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

2.2.	Actionnariat	32
II.	Plan marketing de KALANI	32
1.	Marketing Stratégique	32
1.1.	La segmentation.....	33
1.2.	Le ciblage.....	33
1.3.	Le positionnement	34
2.	Marketing Opérationnel	34
2.1.	Les Produits	34
2.2.	Les prix.....	35
2.3.	La promotion	36
2.4.	La distribution	37
III.	Organisation et étude technique de KALANI.....	37
1.	Organisation de Kalani	37
1.1.	Structure organisationnelle	37
1.2.	Organigramme de Kalani	39
1.3.	Plan des ressources humaines.....	40
2.	Organisation technique de Kalani	42
2.1.	Choix de la localisation	42
2.2.	Procédé de fabrication des livres numériques	43
	CHAPITRE III : COÛTS, MODES DE FINANCEMENT ET RENTABILITE DU PROJET ..	45
I.	Estimation du coût du projet.....	45
1.	Immobilisations incorporelles	45
2.	Immobilisations corporelles.....	47
3.	Besoin en fonds de roulement.....	47
II.	Modalités de financement	49
1.	Modalités de financement	49
1.1.	Love money	49
1.2.	Crowdfunding (ou financement participatif).....	50
III.	Analyse de la rentabilité et des risques.....	50
1.	Etats financiers prévisionnels	50
1.1.	Chiffre d'affaires prévisionnel	51
1.2.	Compte de résultat prévisionnel.....	52
2.	Indicateurs de rentabilité.....	54
2.1.	La VAN et le TRI.....	55
2.2.	Quelques ratios	56
3.	Le budget de trésorerie du projet	57

**MODALITES DE FINANCEMENT DE LA CREATION D'UNE MAISON D'EDITION NUMERIQUE EN CÔTE
D'IVOIRE : KALANI EDITIONS**

4.1. Risque de solvabilité.....	59
4.2. Risque stratégique et commercial.....	59
4.3. Risque de change	59
4.4. Risque économique, politique et réglementaire	60
CONCLUSION.....	61
BIBLIOGRAPHIE	63
ANNEXES.....	66
ANNEXE A : QUESTIONNAIRES ET GUIDE D'ENTRETIEN.....	67
1. QUESTIONNAIRE A L'ATTENTION DES AUTEURS	68
2. QUESTIONNAIRE A L'ATTENTION DES LECTEURS	70
3. GUIDE D'ENTRETIEN AUPRES DES PROFESSIONNELS DE L'EDITION NUMERIQUE.....	73
ANNEXE B : ETATS FINANCIERS PREVISIONNELS DE KALANI EDITIONS.....	74
TABLE DES MATIERES	77
RESUME.....	81

RESUME

**Modalités de financement de la création d'une maison d'édition numérique en côte
d'ivoire : KALANI EDITIONS**

Le secteur éditorial de la Côte d'Ivoire est le plus développé de la sous-région. Cependant, à une époque où de plus en plus de personnes se détournent de la lecture papier au profit des ordinateurs et des objets électroniques, ce secteur rechigne encore à se numériser. C'est suite à ce constat que l'idée de création d'une offre d'édition numérique en Côte d'Ivoire est née. E la réussite de ce projet, il résulterait un regain d'intérêt des jeunes africains pour la littérature africaine contemporaine par le biais des technologies numériques, ainsi que le développement des activités d'économies numériques en Côte d'Ivoire.

Le présent document a présente les modalités de financement d'une maison d'édition numérique en Côte d'Ivoire. Cette présentation passe par l'analyse de l'opportunité d'une telle offre, l'étude succincte de l'environnement et la description des modalités pratiques et financières de la réalisation du projet.

Mots-clés : secteur éditorial, économie numérique, Financement

Abstract

**Funding terms for the creation of a digital publishing house in Côte d'Ivoire: KALANI
EDITIONS**

The publishing sector of Côte d'Ivoire is the most developed one in West Africa. However, living in an age where more and more people rather use technologies than read, this sector is still reluctant to digitalize itself. This observation ignited the idea to create a digital publishing service in Côte d'Ivoire. The success of such an offer will result in a resurgence of interest from young Africans for contemporary African literature through digital technologies, as well as the development of the activities of digital economies in Côte d'Ivoire.

This document presents the terms of funding for a digital publishing company in Côte d'Ivoire. This presentation goes through the analysis of the appropriateness of such an offer, the brief study of the environment and a description of the practical and financial arrangements for the implementation of the project.

Keywords: Publishing sector, Digital economy, Funding