



Centre Africain D'Etudes Supérieures En Gestion



CESAG

Année Académique : 2017-2018

Master en Banque et Finance

MBF

OPTION : Gestion Bancaire et Maîtrise Des Risques

PROJET PROFESSIONNEL

**MISE EN PLACE D'UNE PLATEFORME DE
CROWDFUNDING POUR LE FINANCEMENT DES
PME EN CÔTE D'IVOIRE : « EASY CAPITAL »**

Présenté par :

YAO Anouma Adam Privat

17^{ème} Promotion

Sous la supervision de :

Dr. Edoh Pierre GABIAM

Professeur Associé au CESAG

Dakar, juillet 2018

DEDICACES

A mon père, à ma mère, à mes frères et sœurs.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

REMERCIEMENTS

Ce travail est l'aboutissement d'un effort auquel ont contribué de nombreuses personnes à qui nous tenons à exprimer toute notre gratitude ;

Je remercie tout particulièrement Docteur Edoh Pierre GABIAM, notre Directeur de projet professionnel, qui a toujours été à nos côtés et a toujours su nous apporter des conseils pédagogiques, des critiques et des suggestions pour la réalisation du présent projet ;

Je remercie également le directeur général, le professeur Balibé Serge Auguste BAYALA ainsi que le directeur de la formation M. Yazi MOUSSA pour leur contribution à la mise en place d'un cadre de travail adéquat ;

Le remercie également les membres la coordination du programme Master en Banque et Finance (MBF) à savoir M. Ababacar SECK, Mme Chantal OUEDRAOGO, M. Alassane OUATTARA pour leur implication dans la réussite du programme.

Mes remerciements vont à l'endroit du corps professoral et le personnel administratif du CESAG pour les formations reçues et leur professionnalisme ;

Je tiens à remercier toute la promotion 17 du programme du Master en Banque et Finance pour l'esprit d'équipe que nous avons formé ;

Je remercie enfin tous ceux qui, à divers niveaux, ont concouru à la réalisation de ce travail.

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

AFD :	Agence Française de Développement
AGF :	African Guarantee Fund
ARTCI :	Autorité de Régulation des Télécommunications de Côte D'Ivoire
AUSCGIE :	Acte Uniforme relatif au droit des Sociétés Commerciales et du Groupement d'Intérêt Economique
BFR :	Besoin en Fonds de Roulement
BRVM :	Bourse Régional des Valeurs Mobilières
CA :	Chiffre d'Affaires
CCESP :	Comité de Concertation État Secteur Privé
CEPICI :	Centre de Promotion des Investissements en Côte d'Ivoire
CESAG :	Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion
DRCI :	Délai de Récupération du Capital Investi
FAGACE :	Fonds Africain de Garantie et de Coopération Économique
INPHB :	Institut national polytechnique Félix Houphouët-Boigny
INS :	Institut National de la Statistique
IP :	Indice de Profitabilité
MCF-PME :	Mutuelle de Crédit et de Financement des Petites et Moyennes Entreprises
PIB :	Produit Intérieur Brut
PME :	Petite et Moyenne Entreprise
PMI :	Petite et Moyenne Industrie
PND :	Plan National de Développement
R&D :	Recherche et Développement
SA :	Société Anonyme
TIC :	Technologies de l'Information et de la Communication
TPE :	Très Petite Entreprise
TRI :	Taux de Rentabilité Interne
UEMOA :	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
VAN :	Valeur Actuelle Nette

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Récapitulatif des types de crowdfunding	7
Tableau 2: Couverture de la population	13
Tableau 3: Répartition des entreprises selon leur taille.....	16
Tableau 4: Evolution de la création des entreprises	16
Tableau 5: Présentation de la tarification de la plateforme	26
Tableau 6: Détail de l'investissement initial	32
Tableau 7: Détail des charges de personnel	33
Tableau 8: Détail des frais généraux	34
Tableau 9: Budget de trésorerie du premier exercice.....	35
Tableau 10: Présentation du chiffre d'affaires prévisionnel sur les 5 ans.....	36
Tableau 11: Compte de résultat prévisionnel	37
Tableau 12: Le plan de financement sur les cinq (5) années	37
Tableau 13: Calcul des flux de trésorerie.....	38
Tableau 14: Synthèse de l'analyse de sensibilité de la VAN.....	40
Tableau 15: Synthèse des risques.....	42
Tableau 16: Détail des chiffres d'affaire de 5 exercices	55
Tableau 17: Amortissement des immobilisations	56
Tableau 18: Calcul de la capacité d'autofinancement.....	56
Tableau 19: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 1	57
Tableau 20: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 2	58
Tableau 21: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 3	59
Tableau 22: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 4	60
Tableau 23: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 5.....	61

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Structure du capital	22
Figure 2:Présentation de l'organigramme initial de la plateforme	29
Figure 3:Connaissance du crowdfunding par les interlocuteurs (question 1)	50
Figure 4:Moyens de connaissance du crowdfunding (question 2)	50
Figure 5:Possibilité de réalisation du crowdfunding dans notre environnement	50
Figure 6:Investissement dans le crowdfunding (question 4).....	50
Figure 7:Moyen d'investissement (question 5).....	51
Figure 8:Raison d'investissement dans le crowdfunding (question 6)	51
Figure 9:La tranche d'âge des interlocuteurs (question 7).....	51
Figure 10:Catégorie socio-professionnelle des interlocuteurs (question 8).....	51
Figure 11:Le type de crowdfunding (question 9).....	52
Figure 12:Support des pertes (question 10).....	52
Figure 13:Le montant maximum à investir (question 11).....	52
Figure 14:L'intérêt d'utiliser le crowdfunding (question 12)	52
Figure 15:Les apports au-delà du financement (question 13)	53
Figure 16:La durée d'une campagne de crowdfunding (question 14)	53
Figure 17:Montage d'un projet (question 15)	53
Figure 18:Utilisation d'une plateforme de crowdfunding (question 16).....	53
Figure 19:Les frais d'inscriptions des PME (question 17).....	54
Figure 20:Les frais d'intermédiations (question 18)	54
Figure 21:Les frais de consultance (question 19).....	54
Figure 22:Les frais de formation (question 20).....	54

SOMMAIRE

DEDICACES	i
REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	iii
LISTE DES TABLEAUX.....	iv
LISTE DES FIGURES.....	v
SOMMAIRE	vi
RESUME.....	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I : PRESENTATION DU CROWDFUNDING ET L'ETUDE DE MARCHE	5
I.1 Présentation du crowdfunding.....	5
I.2 Etude de marché	11
CHAPITRE II : L'ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE, ORGANISATIONNEL ET MARKETING DU PROJET	21
II.1 Proposition technique et juridique du projet.....	21
II.2 Proposition stratégique, marketing et organisationnelle	23
CHAPITRE III : ETUDE FINANCIERE ET ECONOMIQUE DU PROJET.....	32
III.1 Montage financier du projet.....	32
III.2 Les impacts du projet.....	42
CONCLUSION	44
BIBLIOGRAPHIE	45
WEBOGRAPHIE.....	45
ANNEXES	46
TABLE DES MATIERES	I

RESUME

Cette idée de projet est née du constat des difficultés de financement des petites et moyennes entreprises (PME) en Côte d'Ivoire.

En effet, seulement 14% des PME ont accès au financement classique tandis que 86%¹ restent sans accès au financement pour diverses raisons comme absence de comptabilité, absence de plan d'affaires, le caractère informel des activités ...

Par ailleurs, les PME jouent un rôle très important dans l'économie ivoirienne car elles représentent 20 % de la richesse nationale, 12 % de l'investissement et 23 % de la population active². En clair, les PME représentent un levier sur lequel la Côte d'Ivoire peut s'appuyer pour accéder à une croissance soutenue, mais ce levier stratégique n'est pas exploité de façon optimale.

C'est dans ce cadre que nous avons décidé de mettre en place une plateforme de crowdfunding pour non seulement améliorer l'accès au financement des PME, mais aussi améliorer la gestion des PME à travers des conseils et des formations.

Ce document présente clairement la notion de crowdfunding, son mode de fonctionnement et l'étude financière et économique du projet.

L'analyse financière de ce projet nous assure une rentabilité pour les investisseurs et un impact positif sur le plan social, économique et fiscal.

Mots clés : petites et moyennes entreprises, crowdfunding, financement, rentabilité

¹ <https://www.connectionivoirienne.net/125392/financement-des-pme-en-cote-divoire-des-milliards-de-fcfa-dun-fonds-dinvestissement-sudafricain-disponibles> (consulté le 02 février 2018)

² <http://www.banquemondiale.org/fr/news/feature/2010/09/01/restoring-cote-divoires-economy-revitalizing-small-medium-sized-enterprises> (consulté le 02 février 2018)

ABSTRACT

This project idea arose out of the difficulties of financing small and medium-sized enterprises (SMEs) in Côte d'Ivoire.

Indeed, only 14% of SMEs have access to conventional financing while 86% remain without access to funding for various reasons such as lack of accounting, lack of business plan, informal nature of activities ...

In addition, SMEs play a very important role in the Ivorian economy, accounting for 20% of national wealth, 12% of investment and 23% of the labor force. Clearly, SMEs represent a lever on which Côte d'Ivoire can rely to access sustained growth, but this strategic lever is not exploited optimally.

It is in this context that we decided to set up a crowdfunding platform to not only improve access to SME financing, but also to improve the management of SMEs through advice and training.

This document clearly presents the notion of crowdfunding, its mode of operation and the financial and economic study of the project.

The financial analysis of this project ensures profitability for investors and a positive social, economic and fiscal impact.

Keywords : small and medium enterprises, crowdfunding, financing, profitability

INTRODUCTION

Après une longue période de crise, la stabilité politique de la Côte d'Ivoire a été rétablie en 2015 et les futures années s'avèrent être de bon augure. L'objectif du pays est de se positionner au rang des pays émergents à l'horizon 2020. Pour ce faire, il a mis en place une série d'actions depuis 2012 à travers le plan national de développement (PND) dont la seconde phase concerne la période 2016-2020. Les axes majeurs de ce PND sont : le renforcement de la qualité des institutions et de la gouvernance, l'accélération du développement du capital humain et du bien-être social, l'accélération de la transformation structurelle de l'économie par l'industrialisation, le développement d'infrastructures sur le territoire national et la préservation de l'environnement, enfin le renforcement de l'intégration régionale et de la coopération internationale³.

Avec une population de 23,2⁴ millions et un PIB de 40%⁵ dans la zone UEMOA, la Côte d'Ivoire atteint depuis 2012 des taux de croissance moyen de 7%⁶ ; ce qui met en exergue une activité économique dynamique et un potentiel à exploiter.

En effet, avec un fort taux de pauvreté couplé à un fort taux de chômage, l'accent est mis sur le développement des petites et moyennes entreprises (PME), des petites et moyennes industries (PMI) et l'entrepreneuriat pour pallier le chômage et la paupérisation grandissante.

Toutefois, l'accès au financement pour le développement des activités reste une grande difficulté⁷ non seulement parce que les conditions bancaires sont très strictes, mais aussi en raison de l'environnement incertain qui oblige les banques à respecter des ratios prudentiels se référant aux accords de Bâle.

La difficulté majeure des banques est la couverture des risques qu'elles prennent en fonction des fonds propres dont elles disposent, ce qui les amène à s'exposer de moins en moins aux risques inhérents à la profession. En conséquence, l'accès au financement devient très délicat.

³ Ministère du plan et du développement : *Plan national de développement 2016-2020*, (2015), 120 pages

⁴ <http://www.uemoa.int/fr/pays/cote-divoire> (consulté le 04 février 2018)

⁵ <http://afrique.le360.ma/cote-divoire-senegal/economie/2017/09/11/14934-la-zone-uemoa-va-realiser-une-croissance-de-lordre-de-69-en-2017e-14934> (consulté le 04 février 2018)

⁶ www.banquemondiale.org/fr/country/cotedivoire/overview (consulté le 04 février 2018)

⁷ <https://news.abidjan.net/h/624895.html> (consulté le 04 février 2018)

La promotion de l'auto-emploi des très petites entreprises (TPE), des petites et moyennes entreprises (PME) et petites et moyennes industries (PMI) reste donc en souffrance.

Dès lors, comment libéraliser l'accès au financement et permettre le financement des projets des populations exclues du système bancaire classique ?

Autrement dit, quel est le dispositif qui peut être mis en place pour remédier aux insuffisances du système bancaire classique en matière de financement des populations à faibles revenus ? L'une des alternatives pour faciliter l'accès au financement a été la mise en place de système financier décentralisé (microfinance) pour se focaliser sur les marginalisés du système bancaire classique. Toutefois, l'objectif n'a pas été atteint et il existe toujours une grande partie de la population qui ne trouve pas son compte malgré les activités des microfinances. En effet, la grande problématique de l'accès au crédit est non seulement le montant que le créancier doit avoir sur son compte au sein de l'établissement de crédit avant de monter un dossier de crédit ainsi que certaines garanties à apporter, mais aussi le risque très élevé que constitue les PME⁸. Sachant que les populations sont vulnérables, avoir un compte fourni et certaines garanties deviennent des obstacles majeurs à l'investissement via les établissements de crédit.

L'une des innovations récentes en matière de financement est le crowdfunding, terme anglais qui signifie « financement par la foule ». Selon CIEPLY et LE NANDANT (2016) « la finance participative est une solution innovante de financement actuellement en plein essor »⁹. L'essor du crowdfunding est porté non seulement par les technologies de l'information et de la communication, mais aussi par une volonté d'implication et d'altruisme des acteurs¹⁰. A titre d'exemple, le leader mondial du crowdfunding, la plateforme kickstater¹¹ a permis le financement de l'entreprise perkco spécialisée dans la fabrication de tee-shirt équipé de tenseurs pour corriger les mauvaises postures du dos. La plateforme leur a permis de récolter 385 361

⁸ <https://www.africa24tv.com/fr/cote-divoire-difficultes-dacces-aux-financements-pour-les-entreprises> (consulté le 04 février 2018)

⁹ CIEPLY Sylvie, LE NADANT Anne-Laure (2016), *Le crowdfunding : modèle alternatif de financement ou généralisation du modèle de marché pour les start-up et le PME ?* Revue d'économie financière 2016/2, p.255-272.

¹⁰ BISSIERE Véronique, STEPHANY Éric (2014), *Le crowdfunding : fondements et pratiques*, Edition De Boeck, Louvain-La-Neuve, p.16.

¹¹ <http://www.leguideducrowdfunding.com/le-crowdfunding-fondamentaux-definition/a-savoir-mode-d-emploi-conseils-pratiques-gratuit-crowdfunding/les-chiffres-du-crowdfunding/> (consulté le 07 février 2018)

euros (252 411 555 F.CFA) pour lancer leur projet sachant que l'entreprise avait pour objectif de récolter 30 000 euros (19 650 000 F.CFA)¹².

C'est dans ce cadre qu'il nous est venue l'idée de nous orienter vers la mise en place d'une plateforme de crowdfunding pour le financement des PME¹³ en Côte d'Ivoire. Avec cette plateforme, les porteurs de projets contournent l'obstacle du compte au sein de l'établissement de crédit ainsi que les garanties et se font financer directement par des personnes qui sont intéressées par le projet ou par des prises de participations directes de la plateforme dans les futurs projets. Cette plateforme s'avère être un plus dans le sens où elle va permettre non seulement l'accès au financement d'une tranche de la population qui est exclue du système bancaire classique mais aussi encadrer ces structures à travers des conseils, ce que le système bancaire classique et les systèmes financiers décentralisés ne proposent pas jusqu'à présent.

L'objectif général est d'étudier la faisabilité de la mise en place d'une plateforme de crowdfunding en Côte d'Ivoire pour le financement des PME en vue de diversifier les sources de financement et s'adresser aux marginalisés du système financier. Pour ce faire, nous appuyons sur les objectifs spécifiques suivants : présentation du crowdfunding et l'étude de marché ; l'étude de faisabilité technique, organisationnel et marketing du projet ; étude financière et économique du projet

La réalisation de ce projet permettra au pays de diminuer le taux de chômage et de paupérisation puis amorcer une croissance économique inclusive en finançant les PME. De plus, pour les entreprises, il permettra de diversifier les sources de financement et mettre en valeur une autre tranche de la population. Sur le plan personnel, ce projet me permettra d'approfondir mes connaissances sur le crowdfunding et participer à résoudre un problème crucial sur le financement dans notre société. Pour le CESAG, il sera l'occasion de montrer la qualité de son enseignement à travers les travaux de ses étudiants et se positionner sur le marché mondial comme étant un pôle d'excellence.

¹²<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/financer-sa-creation/dossiers/Creer-son-entreprise-grace-au-crowdfunding/021481094820-ils-ont-reussi-leur-campagne-de-financement-participatif-conseils-d-entrepreneurs-205047.php> (consulté le 07 février 2018)

¹³ En Côte d'Ivoire, selon le décret n°2012-05 du 11 janvier 2012 portant définition de la petite et moyenne entreprise (PME) défini la PME comme étant « une entreprise employant moins de deux cents (200) personnes en permanence, dont le chiffre d'affaires est inférieur ou égal à un milliard (1.000.000.000) exerçant dans tous les secteurs d'activité ».

Toute recherche suppose l'usage de techniques d'investigations. Les techniques de recherche sont des procédés qui nous permettent d'obtenir des informations afin d'apporter une réponse à une question posée et d'approfondir nos connaissances sur un domaine précis. En ce qui concerne ce travail, nous allons utiliser des documents (ouvrages, essais, articles...) et des entretiens à travers un questionnaire.

Ces deux techniques vont nous permettre respectivement de parcourir de nombreux documents afin de nous en inspirer et d'avoir des avis des personnes qui sont liées à notre thématique sur un certain nombre de points.

Après la collecte d'informations, nous avons procédé à l'analyse et aux différentes interprétations.

Pour élaborer notre projet, nous le structurons en 3 chapitres. Le premier chapitre consistera à la présentation des PME, du crowdfunding et l'étude de marché. Ensuite dans le second chapitre, il s'agira de l'étude de faisabilité technique, organisationnel et marketing. Enfin le troisième chapitre présentera l'étude financière et économique du projet.

CHAPITRE I : PRESENTATION DU CROWDFUNDING ET L'ETUDE DE MARCHE

Dans ce chapitre, il s'agit de présenter le crowdfunding et faire une étude de marché pour cerner réellement les enjeux de la plateforme dédiée aux PME en Côte d'Ivoire.

I.1 Présentation du crowdfunding

Il s'agit pour nous dans cette partie d'énoncer clairement la notion de crowdfunding en expliquant son fonctionnement et les différents modèles existants. Plus loin, nous exposerons l'impact positif que peut avoir le crowdfunding sur les PME/PMI¹⁴ ivoirienne.

I.1.1 Définition du crowdfunding

Le terme crowdfunding est très récent, il a été inventé en 2006 par SULLIVAN Michael¹⁵. On peut définir simplement le crowdfunding ou financement participatif comme étant le financement par la foule. En effet le terme crowdfunding est composé de deux mots qui sont : crowd (foule) et funding (financement).

Il existe d'autres définitions comme celle qui figure dans le dictionnaire d'oxford « oxford dictionaries » qui dit que : « le financement participatif est une pratique de financement d'un projet ou d'entrepris/e par la levée de beaucoup de petits montants d'argent auprès du large nombre de personnes, typiquement via Internet¹⁶ »

C'est une définition proche de celle de LAMBERT et SCHWIENBACHER (2014). Pour ces auteurs, : « crowdfunding implique un appel ouvert, pour la plupart via Internet, pour la provision des ressources financières soit en forme de don, soit en échange de produit futur ou une forme de récompense afin de soutenir les initiatives pour les buts spécifiques¹⁷».

¹⁴ Les petites et moyennes industries (PMI) se caractérisent par la production ou la transformation de produits bruts sur un territoire donné.

¹⁵ GERMON Rony, MAALAOUI Adnane (2015), *Le crowdfunding, une nouvelle voie de financement des PME*, Gualino, 12 pages

¹⁶ OXFORD DICTIONARIES, *Crowdfunding* [en ligne] Disponible sur: http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/american_english/crowdfunding (consulté le 07 février 2018)

¹⁷ BELLEFLAMME Paul, LAMBERT Thomas., SCHWIENBACHER Armin., (2014), Crowdfunding: tapping the right crowd, In *Journal of business venturing*, vol. 29, n° 5, p. 8.

En outre, MOLLICK (2014) lui aborde la définition du crowdfunding sous un angle entrepreneurial. Pour lui : « crowdfunding se réfère aux efforts de la part des entrepreneurs individuels et des groupes – culturel, social et à but lucratif – pour financer leurs entreprises en tirant avantage des contributions relativement modestes d'un nombre relativement large de personnes utilisant l'Internet, sans intermédiaires financiers habituels¹⁸ ».

Par ailleurs, SCHWIENBACHER et LARRALDE (2012) présentent le crowdfunding comme étant « le financement d'un projet ou une entreprise par un groupe de particuliers au lieu des parties professionnelles (comme, par exemple, les banques, les investisseurs en capital-risque ou business angels)¹⁹».

Dès lors, le crowdfunding se démarque des modes de financements standard qui existent.

En définitive, à l'aide des différentes définitions ci-dessus, nous synthétisons pour dire que le crowdfunding est : le financement d'un projet ou d'une entreprise par la collecte des fonds des personnes physiques ou morales via une plateforme.

I.1.2 Les objectifs du crowdfunding

L'objectif principal du crowdfunding est clairement de permettre à des porteurs de projets ou entreprises de se faire financer par plusieurs contributeurs. La particularité de cette source de financement est qu'elle se démarque du système bancaire classique en proposant des solutions de financement à des entreprises qui auraient été classifiées comme « non bancable ».

I.1.3 Les types de crowdfunding

On distingue quatre (4) modèles de crowdfunding à savoir :

- le crowdfunding caritatif : il repose sur un système de don sans recherche d'intérêt.
- le crowdfunding sans contrepartie financière : c'est un modèle où le porteur du projet se fait financer par des contributeurs mais ne les rembourse pas. Cependant il doit récompenser les contributeurs par un présent, un objet ou un service.

¹⁸ MOLLICK Ethan. (2014), The dynamics of crowdfunding: An exploratory study, In *Journal of business venturing*, vol. 29, n° 1, p. 2.

¹⁹ LARRALDE Benjamin., SCHWIENBACHER Armin. (2012), *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures*, In *Cumming D.*, The Oxford handbook of entrepreneurial finance, Oxford University Press, New York, p. 4.

- le crowdfunding en action (equity crowdfunding) : dans ce modèle l'investisseur est rétribué par des parts de la société dans laquelle il investit. Cela lui donne donc droit à des dividendes en cas de bénéfice à distribuer ou des plus-values en cas de cession de ses titres.
- le prêt participatif (crowdlending) : dans ce modèle, l'investisseur contribue au projet et est rémunéré par des intérêts pendant une durée fixée entre le porteur et l'investisseur.

Notons que le crowdfunding caritatif et le crowdfunding sans contrepartie financière sont utilisés pour des projets ayant un impact social. Pour ce qui est du crowdfunding en action et le crowdfunding sous forme de prêt, ils sont plus utilisés quand il s'agit de projet économique.

On a le tableau récapitulatif suivant :

Tableau 1:Récapitulatif des types de crowdfunding

	Avantages	Inconvénients
Don (crowdfunding caritatif et crowdfunding sans contrepartie financière)	Rapidité Communication Pas de dilution Garde le contrôle de la société Pas de remboursement de prêt	Dégradation de l'image Risque financier Coût d'utilisation plateforme
Prêt (crowdlending)	Pas de dilution Rapidité Communication Lien avec les prêteurs	Remboursement de l'emprunt à court terme Coût d'utilisation plateforme Gestion des prêteurs
Investissement (equity crowdfunding)	Rapidité Simplicité Communication Accompagnement et suivi	Dilution Partage des dividendes Transparence Reporting régulier Coût d'utilisation plateforme Gestion des investisseurs

Source : Internet²⁰

²⁰ <https://tousnosprojets.bpifrance.fr/Marche-du-crowdfunding/Actualites-de-la-financeparticipative/Crowdfunding-Avantages-et-inconvenients-pour-un-porteur-de-projet> (consulté le 08 février 2018)

I.1.4 Le fonctionnement du crowdfunding

Cette partie aborde le fonctionnement d'une plateforme de crowdfunding en présentant les principaux acteurs et les différentes procédures relatives au fonctionnement d'une plateforme de crowdfunding.

I.1.4.1 Les parties prenantes du crowdfunding

Au titre des principaux acteurs du crowdfunding, nous citons, les entreprises (porteurs de projet et PME/PMI), les plateformes (les intermédiaires) et les investisseurs (le grand public).

➤ Les entreprises

Il s'agit des entreprises qui ont besoin de financer leurs activités et entendent se faire financer par une plateforme de financement participatif.

➤ Les plateformes/intermédiaires

Les plateformes sont les intermédiaires entre les investisseurs et les entreprises.

➤ Les investisseurs

Ce sont les contributeurs monétaires dans les projets des entreprises à travers la plateforme. De plus les investisseurs participent aux différents projets en apportant des conseils qui sont généralement issus de leurs expériences.

I.1.4.2 Le processus du crowdfunding

Il s'agit dans cette partie de mettre à nu le déroulement d'une campagne de crowdfunding chez le porteur de projet et la plateforme.

➤ Au niveau des entrepreneurs

Pour un entrepreneur qui veut se faire financer par une campagne de crowdfunding, il va d'abord procéder à la recherche d'une plateforme adéquate, ensuite la recherche des potentiels investisseurs qui seront intéressés par le projet. Enfin la troisième phase est la période de post financement.

- La recherche de plateforme

Il s'agit pour le porteur de projet de faire une recherche poussée pour trouver une plateforme en fonction de son type de projet. En effet il devra jouer sur plusieurs variables à savoir :

- le modèle de crowdfunding de la plateforme : crowdlending, equity crowdfunding, crowdfunding caritatif ou sans contrepartie financière.
- le type de projet que la plateforme finance ;
- la méthode de collecte : la méthode « all or nothing » qui finance que lorsque la totalité du montant du financement est atteinte ou la méthode « keep it all » qui finance même quand l'objectif de financement n'est pas atteint.

- La campagne de crowdfunding

Après la recherche de la plateforme idéale, il sera maintenant question pour le porteur de projet de faire une recherche active de financement. Lors de cette phase, le porteur de projet doit faire « du bruit » pour attirer à travers un bon plan marketing. En effet il doit compter sur sa communauté (la famille, les amis, les amis des amis...) et nouer des liens étroits avec le grand public pour relayer au maximum l'information à travers les réseaux sociaux, les tracts, le porte-à-porte...

- La réalisation du projet

Après la recherche des fonds, le porteur de projet pourra engager les fonds récoltés lors de sa campagne pour mettre en place son projet.

Un regard sera porté sur la gestion des fonds qui lui seront accordés à travers des rapports sur la situation financière de son projet si les investisseurs attendent un retour sur investissement. Dans le cas où les investisseurs n'attendent pas de retour pécuniaire, il faut prévoir des récompenses en faisant preuve d'originalité.

➤ **Au niveau de la plateforme**

Le processus de fonctionnement de crowdfunding au niveau de la plateforme de fait généralement en cinq (05) étapes.

- La sélection du projet

La plateforme sélectionne les projets à mettre en avant en fonction de ses standards propres à elle.

Dans un premier lieu, la plateforme analysera la présentation synthétique du projet en observant l'offre et sa valeur ajoutée, le marché et ses potentialités, l'équipe (cv des dirigeants), les objectifs de la levée des fonds.

Dans un second lieu, une étude plus approfondie sera faite sur le business plan, l'équipe, l'adéquation homme projet, les comptes prévisionnels...

- Publication du projet sur la plateforme

Après la sélection du projet, le porteur du projet fait une proposition de page projet afin d'informer les potentiels investisseurs où il décrit son projet en donnant les informations suivantes :

- coût du projet ;
- les objectifs du projet ;
- les produits ;
- échéancier de remboursement ...

Après la validation de cette page, l'équipe de la plateforme met le projet en ligne pour la collecte des fonds.

- La campagne de levée de fonds

A cette étape, le projet est mis en ligne par la plateforme et les internautes sont libres de souscrire selon l'intérêt qu'ils portent aux projets et selon leur goût du risque. Les souscriptions sont formalisées par des contrats clairs en remplissant un formulaire de souscription. Les investisseurs pourront participer à la campagne de financement en créant des comptes sur la plateforme, en utilisant les cartes bancaires, les chèques...

- La réalisation du projet

Après la collecte de fonds, le porteur du projet bénéficie des fonds et la plateforme bénéficie des frais de commissions pour l'intermédiation.

- Le remboursement des prêts

En fonction du contrat, les investisseurs recevront leurs dus après les investissements du porteur de projet.

I.1.5 Les avantages du crowdfunding pour les PME/PMI

Les PME/PME ivoiriennes ont un intérêt à recourir au crowdfunding car il permet de²¹ :

²¹ ONNEE Stéphane, RENAULT Sophie (2013), *Le financement participatif : atouts, risques et conditions de succès*, Revue gestion, 55 pages.

- se libérer de la dépendance de banques ;
- impulser un cercle vertueux de communication qui peut pousser très rapidement un projet ;
- développer une notoriété, faire connaître son entreprise et ses produits ;
- garder le contrôle du projet sauf en cas de « equity crowdfunding » ;
- se faire connaître et renforcer son capital auprès de la foule ;
- tester l'intérêt du projet...

Toutefois, il faut savoir que le crowdfunding est très coûteux en matière d'énergie car il va falloir communiquer avant la campagne, pendant la campagne et faire des reportings réguliers après la campagne pour informer les souscripteurs.

I.2 Etude de marché

Dans le cadre de la mise en place d'une plateforme de crowdfunding en Côte d'Ivoire pour le financement des PME/PMI pour faciliter le financement des PME/PMI en phase d'amorçage et de croissance, nous proposons de faire une analyse du marché pour mieux cerner cette opportunité. Cette analyse portera sur l'environnement, la demande et la concurrence.

I.2.1 Analyse de l'environnement du projet

Le modèle d'analyse de l'environnement du projet est le modèle PESTEL qui décrit six (6) différents environnements à savoir l'environnement politique, l'environnement économique, l'environnement social, l'environnement technologique, l'environnement écologique et l'environnement légal.

I.2.1.1 Environnement politique

À la suite de la longue période de crise politico-militaire qu'a connue la Côte d'Ivoire de 2002 à 2011, la situation a commencé à s'apaiser avec la réélection du président Ouattara Alassane pour un second mandat de cinq (05) ans en octobre 2015. De plus, cette stabilité a été marquée par un référendum en octobre 2016 qui a conduit à la troisième (3^{ème}) république. Notons que l'année 2016 a été entachée par un attentat terroriste dans la ville de Grand-Bassam en mars 2016. Cette situation d'instabilité a continué en 2017 avec des revendications sociales et des mutineries. Par ailleurs, le pays se prépare maintenant aux prochaines élections présidentielles, prévues en 2020, avec le positionnement de plusieurs candidats. Pour tout dire, la situation politique du pays est stable, donc propice pour le développement des affaires.

I.2.1.2 Environnement économique

La situation économique de la Côte d'Ivoire a commencé à être très reluisante après la crise post-électorale. Depuis 2012, la Côte d'Ivoire s'est inscrite dans une dynamique de croissance économique forte et inclusive avec un taux de croissance annuel moyen de 9% environ sur les cinq dernières années²². Son dynamisme économique s'est fait à travers certaines réformes remarquables à tel point que dans un rapport de la Banque mondiale publié fin 2014, "*Doing Business 2015 : au-delà de l'efficience*", la Côte d'Ivoire figure d'ailleurs dans les 10 pays qui ont réalisé le plus grand nombre de réformes de la réglementation des affaires en 2013-2014.

En 2016 et pendant les premiers mois de 2017, la Côte d'Ivoire a continué d'enregistrer une des plus fortes croissances économiques du continent africain. Il y a toutefois quelques signes d'essoufflement, notamment, la baisse prolongée du prix du cacao sur les marchés internationaux. Les revendications des forces armées et d'une partie de la fonction publique font également planer des incertitudes. Les perspectives économiques pour les deux à trois prochaines années restent bonnes avec un taux de croissance qui devrait converger autour de 7%²³, le maintien d'une inflation modérée et la maîtrise des finances publiques grâce à des politiques budgétaires et monétaires prudentes, ainsi qu'à la poursuite de réformes destinées à améliorer le climat des affaires et à promouvoir un usage efficace des partenariats public privé. En définitive, la situation économique est idéale pour l'implantation des affaires.

I.2.1.3 Environnement social

La Côte d'Ivoire compte 24 302 669 habitants dont 50,9% et 49,1% femmes²⁴. La croissance démographique tourne autour de 2,59% par an et une densité de 75,93 habitants/km²⁵.

De plus, la Côte d'Ivoire enregistre une espérance de vie de 58,01 ans en 2014, un taux de mortalité de 9,67 % (2014) et un taux d'alphabétisation de 50,24 % (2015)²⁶. Par ailleurs, la Côte d'Ivoire compte désormais 49,7% de la population vivant en zone urbaine contre 50,3 % en zone rurale. C'est une population relativement jeune avec 36,2% dont l'âge oscille entre 15 et 34 ans et 77,7% de la population entre zéro et 35 ans.

²² <https://news.abidjan.net/h/625609.html> (consulté le 11 février 2018)

²³ <http://www.banquemondiale.org/fr/country/cotedivoire/overview> (consulté le 11 février 2018)

²⁴ http://countrymeters.info/fr/Cote_d%27Ivoire (consulté le 11 février 2018)

²⁵ <https://www.populationdata.net/pays/cote-divoire/> (consulté le 11 février 2018)

²⁶ <https://www.populationdata.net/pays/cote-divoire/> (consulté le 11 février 2018)

Cependant, entre 1985 et 2011, l'ampleur et l'intensité de la pauvreté ont crû fortement, avec un taux passant d'environ 10 % à 51 % de la population. Toutefois, selon la dernière enquête sur les niveaux de vie réalisée en 2015 par la Banque mondiale, le redressement économique récent a permis de faire reculer la pauvreté à 46 %²⁷. Ainsi la population peut participer largement aux campagnes de levée de fonds pour les PME.

I.2.1.4 Environnement technologique

Le secteur des Télécommunications en Côte d'Ivoire est constitué de :

- les opérateurs de téléphonie mobile et fixe (orange, mtn et moov) ;
- les fournisseurs d'accès internet : orange, mtn, moov, yoomie, vipnet, aviso, Alink;
- les développeurs d'applications et fournisseurs de diverses solutions informatiques;
- les intégrateurs de solutions numériques (sonec, cbi, sde, inova...);
- les vendeurs de matériel informatique (unités centrales, terminaux)
- les utilisateurs de services TIC.

Ce secteur est en pleine croissance et à un impact positif sur les emplois, les recettes fiscales, les habitudes de consommation....

Le secteur technologique en Côte d'Ivoire en 2016²⁸, c'est :

- plus de 150 000 emplois du secteur formel de l'économie nationale ;
- environ 10% des recettes fiscales ;
- 15 milliards de transactions par jour via mobiles money ;
- 8 millions de comptes mobiles money ;
- 25 millions d'abonnements à la téléphonie mobile avec le taux de couverture récapitulé dans le tableau suivant :

Tableau 2: Couverture de la population

	ORANGE	MTN	MOOV
Réseau 2G	NC	95,17%	92,21%
Réseau 3G	NC	82,85%	33,10%
Réseau 4G	NC	28,90%	Non communiqué

Source : Internet²⁹

²⁷ <http://www.banquemonde.org/fr/country/cotedivoire/overview> (consulté le 11 février 2018)

²⁸ Actual-it n°00 mars 2016- page 4

²⁹ <http://www.artci.ci/index.php/Telephonie-mobile/taux-couverture-service-mobile.html> (consulté le 12 février 2018)

Par ailleurs, le secteur de la technologie devrait connaître une avancée notable avec l'installation des fibres optiques de 5000 Km sur la période 2016-2020. Cela s'inscrit dans le cadre de la couverture nationale du territoire.

I.2.1.5 Environnement écologique

Le cadre institutionnel relatif à l'environnement et à la protection de la nature se caractérise par la multiplicité des intervenants et par des restructurations récurrentes. Tous les ministères s'occupent des questions environnementales, provoquant, à des degrés divers, chevauchements et conflits de compétence et une confusion par rapport aux mandats et aux responsabilités. Ce constat a évolué et maintenant avec la réorganisation du gouvernement, cette tâche a été confié au ministère de la salubrité quoique la protection de notre environnement soit une affaire de tous les citoyens.

Par ailleurs, la lutte environnementale se poursuit, avec des perspectives prometteuses à savoir l'instauration des mécanismes d'incitation des investissements privés, le développement d'industrie d'économie circulaire et la création et promotion d'emploi vert à travers l'entrepreneuriat jeune "Green business plan". C'est dans ce cadre que la Côte d'Ivoire vise à l'horizon 2030 une réduction des gaz à effet de serre de 28%³⁰.

I.2.1.6 Environnement légal

La loi n° 2016-886 du 8 novembre 2016 portant Constitution de la République de Côte d'Ivoire prévoit l'indépendance du pouvoir judiciaire dans les affaires pénales ordinaires et des affaires civiles. Selon la Constitution et dans la pratique, le pouvoir judiciaire devrait accepter les décisions du pouvoir présidentiel sur les questions politiques et de la sécurité nationale. Le système judiciaire est basé sur le système de droit civil français et le droit coutumier³¹.

Le secteur des télécommunications en Côte d'Ivoire est longtemps resté sous le monopole de l'Etat pour des raisons stratégiques de sécurité nationale. C'est seulement dans les années 95 que l'Etat a décidé d'ouvrir réellement ce secteur au privé pour donner suite à la mise en place de réformes structurelles car désormais considérées comme un facteur de développement

³⁰ <http://www.rti.ci/info/societe/21130/la-cote-deivoire-entend-mettre-en-place-une-fiscalite-environnementale> (consulté le 12 février 2018)

³¹ http://www.expert-comptable-international.info/fit/fiches-pays/cote-d-ivoire/environnement-des-affaires?accepter_cookies=oui (consulté le 12 février 2018)

économique. La loi n° 95-526 portant Code des Télécommunications a permis l'arrivée de nouveaux opérateurs sur le marché des Télécommunications.

Par ailleurs, la dynamique du secteur des TIC qui évolue de manière fulgurante a fait naître très vite de nombreux concepts (sécurité des données, gestion de nom de domaine, législation de l'interconnexion etc.) qui n'étaient pas pris en compte par le code de 1995 le rendant de plus en plus dépassé au fil des années.

Conscient de l'inadéquation des textes avec les services en place, déjà en 2004 le gouvernement avait entamé des démarches dans l'optique d'instaurer une législation en phase avec les enjeux de développement de ce secteur qui permettra à l'Etat de mieux le réguler. Cependant, ce projet de loi a été délaissé puis annulé en 2008.

C'est finalement en mars 2012 que la Côte d'Ivoire s'est dotée d'un nouveau cadre juridique adapté à l'évolution technologique et aux normes internationales pour donner suite à l'ordonnance n°2012-243 du 21 mars 2012 relative aux télécommunications et aux technologies de l'Information et de la communication avec pour innovation majeure la création de l'Autorité de Régulation des Télécommunications / TIC de Côte d'Ivoire (ARTCI)³². L'ARTCI est désormais la seule autorité habilitée à réguler le marché ivoirien des TIC. Les principales missions de ARTCI sont³³ :

- définir les principes et autoriser la tarification des services qui sont fournis sous le régime du monopole ;
- délivrer les autorisations d'exploitation des services de Télécommunications ;
- accorder les agréments des équipements terminaux ;
- protéger les consommateurs ;
- réguler l'internet, la concurrence, l'interconnexion ;
- affecter le spectre des fréquences destinées aux acteurs des télécommunications/ TIC ;
- contribuer à l'exercice de toute autre mission d'intérêt public que pourrait lui confier le gouvernement pour le compte de l'Etat dans le secteur des Télécommunications ;
- contribuer à l'exercice des missions de l'Etat en matière de défense et de sécurité Publique ;
- réguler le secteur postal ;
- protection des données à caractère personnel ;

³² <http://www.ticeduforum.ci/etat-des-lieux-du-cadre-juridique-des-tic-en-cote-divoire/> (consulté le 12 février 2018)

³³ <http://www.artci.ci/index.php/creation-et-missions/Creation-et-Missions/creation-et-missions.html> (consulté le 12 février 2018)

- gestion des transactions électroniques ;
- gestion des noms de domaines et des adresses Internet de la Côte d'Ivoire ;
- gestion du point d'échange Internet de la Côte d'Ivoire.

A la suite de l'analyse PESTEL, nous proposons de faire l'analyse de la demande.

I.2.2 Analyse de la demande

L'analyse de la demande se fait pour évaluer les potentiels clients de notre plateforme. Ainsi en 2012, on enregistre 13 331 entreprises avec la répartition dans le tableau ci-dessous ;

Tableau 3: Répartition des entreprises selon leur taille

TYPE D'ENTREPRISES	Chiffres d'affaires	Année 2012
Grandes Entreprises	> 1 milliard F CFA	1 147
Moyennes Entreprises	[150 millions - 1 milliard F CFA]	2 765
Petites et Micros Entreprises	< 150 millions FCFA	9 399
TOTAL		13 311

Source : Institut National de la Statistique de Côte d'Ivoire (INS)³⁴

Par ailleurs, on dénombre le nombre d'entreprises créées par année dans le tableau suivant :

Tableau 4: Evolution de la création des entreprises

	2012	2013	2014	2015	2016
Nombre d'entreprise	126 ³⁵	2700 ³⁶	5983 ³⁷	9430 ³⁸	12166 ³⁹
Taux d'évolution		1911,90	136,02	59,35	27,61

Source : Internet

³⁴ http://www.ins.ci/n/index.php?option=com_content&view=article&id=117&Itemid=100 (consulté le 12 février 2018)

³⁵ www.cepici.gouv.ci/?tmp=single_actu&p=actualites&artcl=98 (consulté le 27 février 2018)

³⁶ www.cepici.gouv.ci/?tmp=single_actu&p=actualites&artcl=105 (consulté le 27 février 2018)

³⁷ news.abidjan.net/h/517749.html (consulté le 27 février 2018)

³⁸ www.gouv.ci/_actualite-article.php?recordID=6227 (consulté le 27 février 2018)

³⁹ news.abidjan.net/h/608180.html (consulté le 27 février 2018)

En outre, de janvier à juillet 2017, 4.647 entreprises ont été créées en Côte d'Ivoire contre 4.169 en 2016 à la même période, soit une hausse de 478, selon le Centre de promotion des investissements (CEPICI)⁴⁰. Les chiffres montrent que notre offre peut intéresser un bon nombre d'entreprises.

I.2.2.1 Méthodologie d'analyse de la demande

Pour tester notre produit à savoir une plateforme de crowdfunding pour le financement des PME/PMI, nous avons mis en place un questionnaire⁴¹ afin d'analyser les réactions de potentiels clients et investisseurs. L'enquête s'est faite par un questionnaire réalisé sur l'outil google formulaire⁴² que nous avons envoyé à des professionnels et étudiants en fin de cycle de master. L'enquête s'est faite sur des prospects en Côte d'Ivoire et des ivoiriens vivant au Sénégal. L'étude a porté sur 150 professionnels et étudiants. Ces deux cibles ont été choisis car elles sont plus proches de notre profil.

I.2.2.2 Résultat de l'enquête⁴³

Sur l'ensemble des interlocuteurs, 60% connaissent déjà le crowdfunding et par le canal d'internet en grande majorité (70%). Une bonne partie des interlocuteurs pensent qu'il est possible que le crowdfunding puisse fonctionner dans notre environnement (80% de la population) et serait même prêt à investir (70% de la population) dans un projet via une plateforme de crowdfunding.

Le moyen avec lequel la population désire investir est largement le mobile money (70% de la population). Les intentions de participation à une campagne de crowdfunding sont d'abord pour les investissements (60% de la population), ensuite les aides (25%) et la curiosité (15%).

La majorité de la population a un âge compris entre 20 ans et 25 ans (45%) ensuite vient la tranche d'âge comprise entre 26 ans et 30 ans qui représente 35% de la population. Dans la population, les personnes en quête d'emploi sont largement représentées avec 72% contre 28% pour les professionnels.

Le type de crowdfunding qui intéresse la population est le crowdfunding sous forme de prêt (60%) ensuite le crowdfunding avec prise de participation (20%) et le crowdfunding sous forme

⁴⁰ <http://atoo.ci/2017/08/28/4-647-entreprises-creees-de-janvier-a-juillet-2017/> (consulté le 27 février 2018)

⁴¹ Voir annexe 1

⁴² https://docs.google.com/forms/d/19VpGQzucZFN2Z-NKC9wiETZa_cui3jdNjFATIpCsYZs/edit (consulté le 27 février 2018)

⁴³ Voir annexe 2

de don (20%). De même, 55% de la population est prête à supporter les pertes liées à un projet et serait prêt à investir un montant maximum compris entre 50 000 FCFA et 75 000 CFA.

Une grande partie de la population à savoir 70% aimerait utiliser le crowdfunding pour réaliser des investissements, 15% aimeraient faire connaître leur produit, 10% aimeraient tester la réactivité du marché face à leur produit et 5% aimeraient attirer les contributeurs du monde. En plus du financement que la population peut apporter, 60% sont prêts à donner des conseils aux porteurs de projets, 25% aimeraient donner leur avis et 15% aimeraient formuler des critiques constructives.

Selon la population, une campagne de crowdfunding devra durer plus de 3 mois (plus de 50% le pense) et 25% de la population pensent qu'elle devrait durer entre 2 mois et 3 mois. Une très grande majorité de la population (90%) serait prête à monter un projet. La durée que la population se fixe pour réaliser les projets est en général de 2 ans (55% de la population), ensuite 1 an (30%) enfin, il y'a ceux qui seront prêt dans plus de 2 ans (15%). Une majorité de la population (56%) aimerait utiliser le crowdfunding comme source de financement.

Quant à la tarification des produits, l'enquête montre que le prix de 70 000 F.CFA pour les frais de d'inscriptions des PME est acceptable, les commissions de 5% ne sont pas exagérées. Enfin, le prix de 200 000 F.CFA pour les formations et le prix de 250 000 F.CFA pour la consultance est accepté par l'échantillon.

I.2.3 Analyse de la concurrence

L'analyse de la concurrence se fera à travers la méthode des cinq (05) forces de Porter pour comprendre et évaluer l'avantage concurrentiel sur le marché ivoirien. A cet effet, nous allons étudier la concurrence intra sectorielle, le pouvoir de négociation des clients, le pouvoir de négociation des fournisseurs, les produits de substitution et la menace des nouveaux entrants.

I.2.3.1 La concurrence intra sectorielle

L'offre des services financiers aux PME est réalisée par plusieurs acteurs à savoir :

- 30 banques⁴⁴ ;

⁴⁴<https://afrique.latribune.fr/finances/banques-assurances/2018-04-25/cote-d-ivoire-le-secteur-bancaire-affiche-de-bonnes-performances-776642.html> (consulté le 13 avril 2018)

- 51 institutions de microfinance dont 35 mutuelles ou coopératives d'épargne et de crédit et 16 sociétés anonymes de microfinance⁴⁵ ;
- 1 bourse (bourse régionale des valeurs mobilières)
- 10 entreprises de capital risque⁴⁶

En ce qui concerne les sociétés de financement, cabinet d'études et partenaires financiers, nous en dénombrons 91⁴⁷, qui sont capables d'accompagner les PME/PMI en phase d'amorçage et en phase de croissance. Il existe réellement une forte concurrence dans le sens où nous proposons pratiquement les mêmes services que les autres acteurs du marché.

I.2.3.2 Le pouvoir de négociation des clients

Les clients de la plateforme sont les PME/PMI en phase d'amorçage ou de croissance et les investisseurs issus du grand public. Ceux-ci attendent de nous une qualité des services, une rapidité dans l'exécution des services, une sécurité lors des transactions. De plus, les consommateurs ont une association⁴⁸, donc ils ont la capacité de mettre la pression sur notre plateforme pour la modification de nos tarifications.

I.2.3.3 Le pouvoir de négociation des fournisseurs

Les fournisseurs de notre plateforme sont : les fournisseurs d'accès à internet, fournisseurs de matériels de bureaux, les fournisseurs de matériels informatiques, les partenaires financiers et techniques.

Les fournisseurs contrôlent le marché et sont organisés entre eux sans toutefois avoir une association ou un syndicat. Ils pratiquent les mêmes prix et se partagent des parts de marché sensiblement égales ; donc nous n'avons pas une marge de manœuvre sur la négociation des prix.

I.2.3.4 Les produits de substitution

Les produits de substitution auront un impact négatif sur notre projet car ils peuvent présenter de meilleures offres. Dans ce cas, nous serons amenés à réviser nos prix à la baisse.

⁴⁵ microfinance.tresor.gouv.ci/m/wp.../2018/.../SFD-agr%C3%A9s-au-30-NOVEMBRE-2017 (consulté le 13 avril 2018)

⁴⁶ <https://www.goafricaonline.com/ci/annuaire/societes-financement> (consulté le 13 avril 2018)

⁴⁷ <https://www.goafricaonline.com/ci/annuaire/societes-financement> (consulté le 13 avril 2018)

⁴⁸ <https://ufcci.org/nos-associations/> (consulté le 14 avril 2018)

I.2.3.5 La menace des nouveaux entrants

Pour l'instant, il n'existe aucune plateforme de crowdfunding, nous serons donc la seule plateforme exerçant sur le territoire national. Cependant pour les établissements de crédit, l'accès à cette profession n'est pas très aisé en raison du capital social élevé. En effet le capital social minimum d'une banque est de dix (10) milliards F.CFA et de trois (3) milliards F.CFA pour un établissement financier⁴⁹.

I.2.4 Cadre réglementaire

Jusqu'aujourd'hui, il n'y a pas encore une réglementation pour le crowdfunding en Côte d'Ivoire⁵⁰.

A la suite du chapitre qui traite du crowdfunding et l'étude de marché, nous aborderons le second chapitre sur l'étude de faisabilité technique, organisationnelle et marketing du projet.

⁴⁹ <https://www.bceao.int/fr/reglementations/avis-ndeg-012007rb-aux-banques-et-etablissements-financiers-relatif-au-relevement> (consulté le 14 avril 2018)

⁵⁰ <https://www.google.com/search?q=cadre+reglementaire+du+crowdfunding+en+afrique+de+l%27ouest&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab> (consulté le 14 avril 2018)

CHAPITRE II : L'ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE, ORGANISATIONNEL ET MARKETING DU PROJET

Dans ce second chapitre de notre projet, il est question de la description de la proposition technique et juridique de la plateforme, ensuite la stratégie marketing à mettre en place, enfin l'organisation et le fonctionnement pour atteindre les objectifs de la plateforme.

II.1 Proposition technique et juridique du projet

Dans cette partie, nous allons présenter le promoteur, décrire le projet et définir le statut juridique du projet.

II.1.1 Présentation du promoteur et des associés

Le principal promoteur du projet est YAO Anouma Adam Privat, diplômé du prestigieux programme Master Banque Finance du Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG). Directeur général de la plateforme, son rôle sera de déployer une stratégie pour assurer la pérennité des activités. Ce projet est né d'une volonté farouche de répondre aux insuffisances de notre système bancaire en termes d'accompagnement des PME/PMI.

Le projet sera réalisé avec quatre (04) associés dont deux (02) sont très proches de nous. Il s'agit de TRAORE Abdel Kader, titulaire d'un MBA en Gestion de projet du Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion. Il sera en charge de la direction du crédit en raison de ses compétences en montage de projet. Le second est KOUAME Innocent, ingénieur en informatique diplômé de l'Institut National Polytechnique Houphouët Boigny de Yamoussoukro (INPHB). Il est un passionné de l'informatique et aura à sa charge la direction technologie et recherche et développement.

Pour les deux autres associés, nous allons opter pour un profil financier et un autre profil marketing.

II.1.2 Description du projet

Le présent projet sera réalisé en Côte d'Ivoire et nous allons installer le siège social à Abidjan plus précisément dans la commune du plateau qui représente le centre des affaires de tout le pays. Pour notre installation, nous aurons à faire plusieurs investissements en immobilisations de toutes sortes avant de commencer nos activités. Les besoins seront plus détaillés dans le

chapitre suivant qui traite l'étude financière. La raison sociale de notre entreprise est « Easy capital » en raison de la solution de financement facile, rapide et sûr que nous apportons aux PME/PMI ivoirienne.

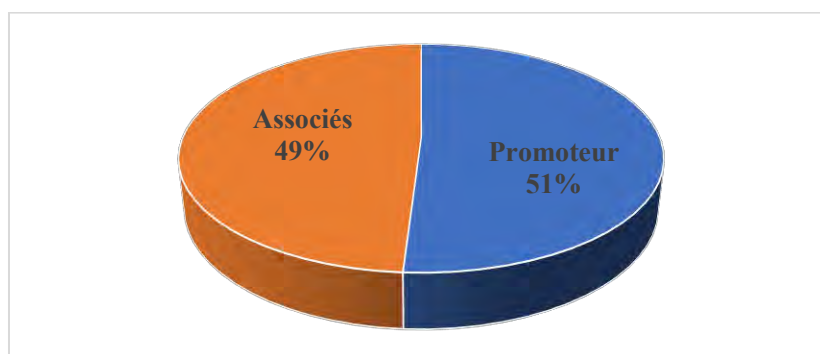
En effet Easy capital est une plateforme qui se focalise dans le domaine des PME/PMI en phase de croissance ou d'amorçage sans restriction de secteur d'activité en vue de développer l'activité économique ivoirienne et atteindre l'émergence à l'horizon 2020. Les objectifs de Easy capital s'inscrivent dans le cadre du plan national de développement (PND) dont nous sommes actuellement à la deuxième phase (2016-2020).

Par ailleurs, en plus de la source de financement qu'elle représente pour les PME/MI, cette plateforme accompagnera les entrepreneurs de manière significative à travers des conseils sur mesure des experts dans différents domaines d'activité. Easy capital souhaite se présenter comme un nouveau mode de financement pour répondre aux besoins des PME/PMI dont le système bancaire classique est peu à l'écoute.

II.1.3 Statut juridique du projet

La forme juridique choisie est la constitution sous forme de société anonyme (SA). Cette forme juridique a été choisie en raison de son capital minimum accessible, son mode de gouvernance et la limitation de la responsabilité des associés en fonction de leur apport conformément aux dispositions des articles 41 à 777 de l'acte uniforme relatif au droit des sociétés commerciales et du groupement d'intérêt économique (AUSCGIE). Le capital social minimum s'élève à dix millions de francs CFA (10 000 000 F.CFA). Le capital sera ouvert à hauteur de 49% à deux associés et détenu à hauteur de 51% par l'initiateur de la plateforme en vue de garder le contrôle. La structure du capital se présente à travers la figure ci-dessous.

Figure 1 : Structure du capital



Source : nous-même

II.2 Proposition stratégique, marketing et organisationnelle

Dans cette partie, nous allons définir l'orientation stratégique du projet, ensuite la stratégie marketing enfin l'organisation et le fonctionnement de la plateforme.

II.2.1 Orientation stratégique du projet

➤ Vision

La vision de Easy capital est d'être la première plateforme de crowdfunding en Côte d'Ivoire et dans la zone UEMOA qui contribue à une croissance inclusive des économies.

➤ Missions

Les missions de Easy capital sont les suivants :

- permettre le financement des PME/PMI à fort potentiels qui sont qualifiés de non bancables selon les critères des banques;
- éduquer les investisseurs ivoiriens à travers des formations et des conseils en matière de management des entreprises ;
- garantir la sécurité des financements et communiquer de façon transparente .

➤ Valeurs

Les valeurs qui sont défendues au sein de Easy capital sont :

- le respect des clients ;
- l'égalité dans la manière de traiter les clients et les projets ;
- l'esprit d'équipe ;
- la loyauté ;
- la transparence.

➤ Objectifs

L'objectif de Easy capital est de faciliter l'accès au financement des PME/PMI pour favoriser une expansion qui sera bénéfique pour l'ensemble des parties prenantes (l'Etat, les porteurs de projets, la plateforme). Ainsi, à court terme, la plateforme cherche à se positionner en Côte d'Ivoire comme le leader du financement participatif. L'objectif à moyen terme est de rivaliser avec les banques ivoiriennes sur le segment des PME/PMI et à long terme s'installer dans les pays de la sous-région.

➤ Stratégie de développement des activités

Pour étendre nos activités, nous envisageons de multiplier les partenariats avec les incubateurs et les structures de promotion de l'entrepreneuriat, placer les clients au centre de notre attention. Cela va nous aider à avoir une grande visibilité et avoir un chiffre d'affaires conséquent.

De plus, nous envisageons d'installer des filiales dans les pays de la sous-région en proposant des offres en fonction des marchés

En vue de soutenir notre stratégie, nous prévoyons de nous appuyer sur certains facteurs clés de succès. En effet, les facteurs clés de succès représentent les leviers sur lesquels le projet doit s'appuyer pour atteindre ses objectifs. La plateforme doit s'appuyer sur :

- l'attrait de l'offre : la plateforme doit présenter ses atouts pour attirer le maximum d'entrepreneur pour générer des profits à travers les commissions sur les intermédiations ;
- la sécurisation des transactions : la plateforme doit garantir les différents flux financiers des parties prenantes pour être crédible aux yeux du grand public.
- la compétence de son équipe technique : l'équipe du projet doit être assez compétente pour sélectionner les meilleurs projets à faire financer afin d'éviter le non remboursement des prêts.

II.2.2 Stratégie marketing

La stratégie d'entreprise, c'est choisir les domaines d'activité dans lesquels l'entreprise entend être présente et allouer des ressources pour qu'elle s'y maintienne et s'y développe⁵¹. La réussite de la stratégie marketing est l'une de clé de la réussite de la mise en place de notre plateforme dans le marché ivoirien. Nous allons donc nous appuyer sur le marketing mix (produit, prix, place et promotion), une bonne segmentation et un bon positionnement pour bâtir notre stratégie marketing.

II.2.2.1 Segmentation

Le nombre pléthorique de PME/PMI recensé par l'institut national de la statistique de Côte d'Ivoire en 2012 à savoir 13 331⁵² et le nombre élevé de sociétés qui se crée chaque année au

⁵¹ LEROY Frédéric, LEHMANN-ORTEGA Laurence, DUSSAUGE Pierre et DURAND Rodolphe (2004), *Strategor: politique générale de l'entreprise (4ème édition)*, Edition Dunod, Jouy-en-Josas, 885 pages.

⁵² http://www.ins.ci/n/index.php?option=com_content&view=article&id=117&Itemid=100 (consulté le 1^{er} avril 2018)

Centre de Promotion de l'Investissement en Côte d'Ivoire montre la richesse du marché des PME. Nous avons choisi de segmenter le marché des PME/PMI en trois (03) marchés différents dont le marché des PME en phase d'amorçage (les PME des étudiants, des professionnels et autres), le marché des PME en phase de croissance et le marché des PME en phase de maturité.

II.2.2.2 Positionnement

Nous avons bâti notre positionnement autour de 3 principaux éléments :

- l'accessibilité de la plateforme ;
- la simplicité des opération ;
- la sécurité des transaction.

II.2.2.3 Marketing mix

Le marketing mix ou plan de marchéage est l'ensemble des actions ou politiques, dosées et cohérentes, portant sur le produit, le prix, la distribution et la communication. Cette politique commerciale est couramment appelée les 4P en référence à son origine anglo-saxonne : product/price/place/promotion.⁵³

➤ Politique produit

La principale source de revenu de la plateforme est l'intermédiation c'est-à-dire les commissions sur la mise en relation des investisseurs et des porteurs de projet. En plus de l'intermédiation, nous comptons mettre en place d'autres produits comme :

- les formations sur les thématiques du management comme la comptabilité, la communication d'entreprise, la stratégie marketing à des individus porteurs de projets et des dirigeants des PME/PME ;
- la consultance : il s'agit d'apporter des conseils aux PME/PMI sur les méthodes de gestion et la résolution de problèmes ponctuelles (par exemple la gestion des charges financières).
- les frais d'inscriptions des PME : il s'agit des frais de dossier que les PME devront payées engager la procédure de collecte de fonds sur la plateforme.

⁵³https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/wp-content/uploads/2016/05/marketing_mix.pdf (consulté le 1er avril 2018)

➤ Politique prix

Nous avons défini la politique de prix suivante en fonction de l'étude de marché :

Tableau 5:Présentation de la tarification de la plateforme⁵⁶

ELEMENTS	TARIFICATIONS
Frais d'inscription des PME/PMI	70 000 F CFA
Frais d'inscription des souscripteurs	0 F CFA
Taux de Commissions/ projet financé ⁵⁴	5%
Taux de rémunération des prêts ⁵⁵	4%-10%
Consultance	250 000 F CFA
Formation en management	200 000 F CFA

Source : nous-même

➤ Politique communication

Pour la communication, nous envisageons d'utiliser largement les réseaux sociaux ouverts où nous pouvons faire de la publicité sous forme de vidéos et images tels que Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn.

Dans un second lieu, nous allons utiliser les réseaux sociaux de messagerie un peu plus restrictifs tels que WhatsApp, Snapchat, Viber pour diffuser des messages. Nous allons utiliser d'abord les amis et membres de la famille, ensuite leurs connaissances pour espérer atteindre le grand public.

Par ailleurs, nous allons participer à des salons, des forums sur l'investissement et l'entrepreneuriat pour présenter notre plateforme comme une solution aux problèmes de financement dans notre environnement.

En outre, nous organiserons des conférences dans toutes les universités pour attirer l'attention des uns et des autres sur l'existence de ce moyen de financement. Nous nous appuierons aussi sur les radios et la presse écrite pour nous faire voir.

⁵⁴ Il faut noter que les commissions représentent 5% du montant collecté via la plateforme et sont à la charge du porteur de projet

⁵⁵ Les prêts des investisseurs sont rémunérés à un taux compris entre 4% et 10%. Ce taux est défini en fonction du risque et de la durée du prêt.

⁵⁶ Voir annexe 2

Enfin, ferrons du « street marketing »⁵⁷ pour la distribution de flyers et l'utilisation de panneaux en bordure de route pour présenter nos activités.

➤ **Politique distribution**

En ce qui concerne la politique de distribution, nous envisageons d'utiliser internet pour dématérialiser notre activité d'intermédiation à travers notre plateforme. De plus, dans le cadre de nos activités de consultance et de conseil nous envisageons de faire des prestations de services dans nos locaux et nous déplacer chez le client.

II.2.3 Organisation et fonctionnement du projet

Dans cette partie, nous décrirons l'organisation et le fonctionnement du projet.

II.2.3.1 Structure organisationnelle du projet

L'ossature de l'organisation se présente comme suit :

➤ **Le directeur général**

Le directeur général est le promoteur du projet. Son principal rôle est de déployer une stratégie qui va créer de la valeur ajouter au projet. Il sera chargé de définir les grandes lignes de la politique commerciale et de conquête de marché pour le développement de la plateforme.

Par ailleurs, il sera chargé de superviser et gérer les moyens organisationnels, techniques, humains, financiers, logistiques pour réaliser les objectifs assignés.

➤ **Le responsable technologie et recherche & développement (R&D)**

Au titre du volet technologie, son rôle est de coordonner toutes les activités technologiques et techniques de la plateforme y compris la performance du système d'information. Au titre de la recherche et développement, il aura trois (3) principaux rôles à savoir :

⁵⁷ Le street marketing est une technique marketing qui utilise la rue et les lieux publics pour promouvoir un événement, un produit ou une marque. Le street marketing utilise généralement l'événementiel, la distribution de tracts ou flyers ou différentes formes originales d'affichage (<https://www.definitions-marketing.com/definition/street-marketing/> consulté de 2 avril 2018)

- la définition de la stratégie d'innovation en accord avec la direction générale ;
- piloter et coordonner les projets de recherche et développement en fixant les objectifs budgétaires, en veille à l'adéquation des moyens et ressources et en faisant un reporting d'évolution des activités à la direction générale ;
- gérer les ressources dédiées aux projets en coordonnant les relations avec les partenaires et prestataires compétents pour réaliser les projets.

➤ **Le responsable crédit**

Il est le responsable de la gestion des prêts qui seront faits aux PME/PMI. A cet effet, il l'analyse technique des dossiers des différents porteurs de projets afin d'apprécier la crédibilité. De plus, il définit une stratégie pour faciliter le recouvrement des différents prêts.

➤ **Le responsable marketing**

Le responsable marketing et communication a pour mission de définir et mettre en œuvre la stratégie marketing et la stratégie de communication de la plateforme. A cet effet, il est chargé de gérer les relations avec les porteurs de projets et les investisseurs et faire connaître la plateforme au grand public à travers l'usage des moyens de communication adéquats en la présentant comme une alternative au financement des PME/PMI.

➤ **Le responsable administratif et financier**

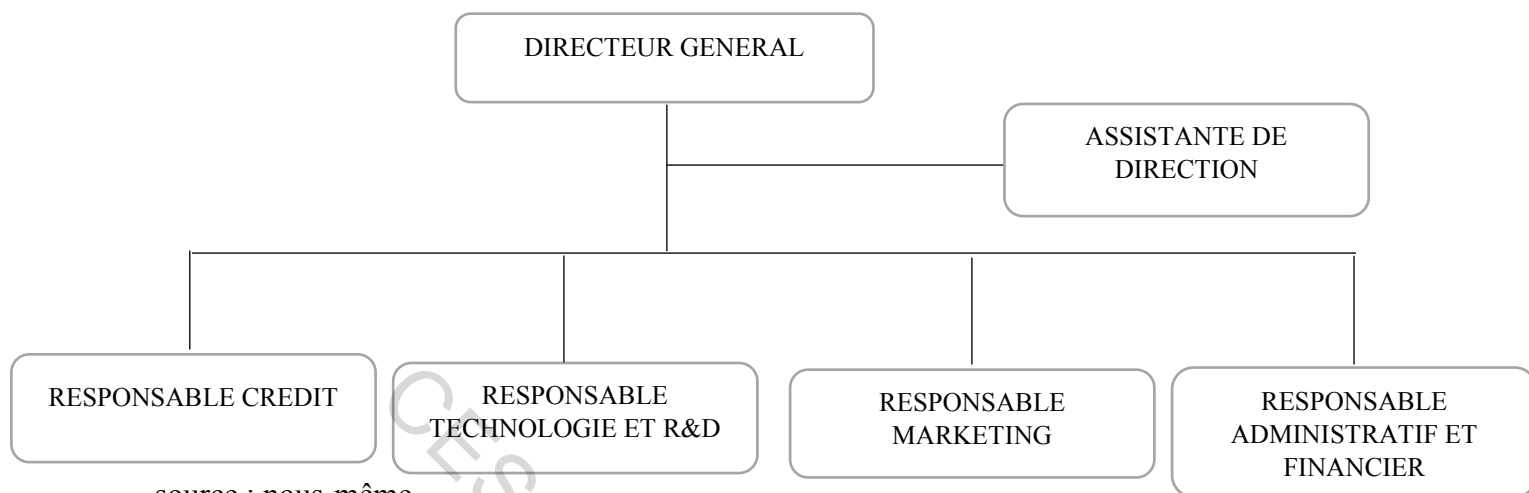
Le responsable administratif et financier aura pour mission de coordonner et superviser la comptabilité, la trésorerie, la gestion des fonds et la fiscalité de la plateforme. Par ailleurs il sera aussi chargé de gérer le volet administratif en gérant le personnel de la plateforme.

➤ **L'assistante de direction**

L'assistante sera en charge de la tenue de l'agenda du directeur général, le traitement du courrier, la rédaction de comptes-rendus de réunions de direction. Aussi, sera-t-elle en charge de la préparation et présentation de certains dossiers ainsi que de l'organisation de réunions, de déplacements et voyages. Enfin, elle se chargera de l'archivage de tous ses documents. En définitive, la plateforme débutera avec six (06) personnes et s'appuiera sur certains stagiaires bénévoles et stagiaires issus des universités et écoles de commerce. Les recrutements auront

lieu en fonction de l'évolution de l'environnement (besoins humains, nouveau marché, remplacement de personnel...)

Figure 2:Présentation de l'organigramme initial de la plateforme



II.2.3.2 Fonctionnement de la plateforme

L'originalité de ce projet découle de son modèle économique choisi à savoir le crowdlending (c'est-à-dire le crowdfunding sous forme de prêt). En effet, il permettra de financer les PME/PME à fort potentiel contre des intérêts qui seront payés aux souscripteurs au terme du contrat.

a. Acteurs et spécificités de la plateforme

La plateforme travaillera avec plusieurs acteurs en l'occurrence :

- les incubateurs de projets, pour nous apporter des affaires ;
- certains partenaires techniques œuvrent pour le financement des PME comme l'AFD (Agence Française de Développement), le CEPICI (Centre de Promotion des Investissement en Côte d'Ivoire pour bénéficier de conseil technique en matière de gestion de projet ;
- certains partenaires financiers comme Coris Bank International, une banque en plein essor qui se positionne beaucoup sur le PME/PMI pour la gestion des flux financiers ;
- les sociétés de téléphonie mobile à savoir Orange, MTN et Moov pour les transactions via mobile money et l'accès à internet.

Quant aux spécificités de la plateforme, elle se distinguera par :

- la proposition de projet innovant ;
- le respect de l'environnement ;
- sécurisation des transactions ;

- une sélection rigoureuse des projets à travers une analyse approfondie ;
- un suivi des porteurs de projets à travers des conseils et formations.

b. Processus relatif aux entreprises

Dans cette partie, nous allons parler du processus de sélection des PME/PMI qui souhaitent se faire financer grâce à notre plateforme.

➤ **Critère d'éligibilité**

Pour prétendre se faire financer via notre plateforme, il faut :

- présenter des documents nécessaires à l'étude de projet (business plan par exemple) ;
- être une société dont la majorité des capitaux est détenu par des nationaux ;
- pour le PME/PMI déjà constitués, présenter l'immatriculation du registre de commerce et de crédit mobilier ;
- présenter l'équipe des dirigeants et des projets attractifs.

➤ **Procédure de sélection**

La procédure de sélection se fait de la façon suivante :

- l'identification du porteur de projet : le porteur de projet rempli en formulaire en ligne où il mentionnera le nom du projet, la catégorie du projet (le secteur), le montant dont il a besoin, les documents nécessaires pour l'étude du projet (business plan, plan d'affaires, plan de financement...);
- ensuite, une fois votre demande complétée, un entretien sera effectué et votre projet sera analysé par notre comité d'évaluation qui vous recontactera sous 3 jours ouvrés au moins pour vous informer de leur décision, sous réserve d'avoir l'intégralité des pièces requises. Tout dossier incomplet sera rejeté ;
- après la validation du projet par l'équipe en charge de la sélection des projets, le projet est mis en ligne pour récolter les fonds.

➤ **Mise à disposition des fonds**

Le type de campagne retenue sur notre plateforme est la méthode « all or nothing » c'est-à-dire que tout le montant du projet doit être collecté avant de procéder au financement. Le taux d'évolution du financement du projet peut être suivi en temps réel sur le site afin d'informer le

public et le porteur du projet. Cette méthode a été retenue pour que la somme récoltée puisse être suffisante pour financer réellement les projets. Le temps nécessaire pour faire la campagne de financement est de 3 mois et dans le cas où le projet n'est pas financé à 100%, nous procéderons au remboursement des souscripteurs.

c. Processus relatif aux investisseurs

Cette partie est relative aux processus de sélection des investisseurs de la plateforme.

➤ Critère d'éligibilité

Tous les particuliers majeurs sont éligibles à l'utilisation de la plateforme pour réaliser des investissements. Dans le cadre de la lutte contre le terrorisme et le blanchiment d'argent, nous souhaitons que les fonds proviennent des activités licites.

➤ Procédure d'investissement

Pour investir sur la plateforme, il faut :

- s'inscrire sur la plateforme en remplissant un formulaire d'inscription (nom, prénoms, email, mot de passe du compte...);
- choisir le projet à soutenir ;
- choisir le montant à investir et remplir les coordonnées de la carte (visa, Mastercard...);
- après l'investissement, l'investisseur peut accéder à son espace à l'aide de ses identifiants pour suivre l'évolution du projet.

➤ Les conditions des prêts

Lors de la souscription, il est mentionné la durée du prêt qui est généralement entre 12 mois et 60 mois et un taux qui se s'élève entre 4% et 10%. Après chaque échéance, le principal et les intérêts sont versés à l'investisseurs.

A la suite de l'étude de faisabilité technique, organisationnelle et marketing du projet, nous aborderons l'analyse financière et économique du projet.

CHAPITRE III : ETUDE FINANCIERE ET ECONOMIQUE DU PROJET

Dans ce dernier chapitre de notre projet, il s'agit dans un premier temps de procéder le montage financier nécessaire à la mise en place du projet. En second lieu, nous allons étudier les impacts du projet.

III.1 Montage financier du projet

Le montage financier aborde l'évaluation des coûts d'investissement, l'exploitation de la plateforme, la rentabilité du projet, enfin l'analyse de la sensibilité et les risques liés au projet.

III.1.1 Evaluation des coûts des investissements

Pour la mise en place du projet, nous allons évaluer les investissements en immobilisations, les charges de personnel, les frais généraux et le besoin en fond de roulement (BFR).

III.1.1.1 Evaluation des investissements en immobilisations

La mise en place du projet nécessite des investissements à hauteur de 8 000 000 F.CFA. Cet investissement est composé d'immobilisations corporelles, incorporelles et financières. La fixation des prix a été faite selon une comparaison des prix des prix sur les sites de commerce en ligne (jumia.sn, jumia.ci, afrimarket.ci). Le tableau ci-dessous donne des détails plus précis des immobilisations.

Tableau 6: Détail de l'investissement initial

Eléments	Quantité	Prix unitaire	Montant total
Bureaux(table+fauteuil)	6	200 000	1 200 000
Table de réunion	1	350 000	350 000
Fauteuil simple	20	30 000	600 000
Imprimante laser	3	150 000	450 000
Climatiseur	3	250 000	750 000
Vidéo projecteur	2	200 000	400 000
Ordinateur de bureau	6	300 000	1 800 000
Ordinateur portable	3	200 000	600 000
Armoire	2	100 000	200 000
Onduleur	6	75 000	450 000
Logiciel		300 000	300 000
Site internet		300 000	300 000
Caution pour location du siège		600 000	600 000
		Total	8 000 000

Source : nous-même

III.1.1.2 Evaluation des charges de personnel

L'effectif de départ de la plateforme est de six (06) personnes à savoir : le directeur général, le responsable administratif et financier, le responsable technologie et R&D, le responsable crédit, le responsable marketing et l'assistante de direction. Le directeur général sera rémunéré à hauteur de 400 000 F.CFA, les différents responsables à hauteur de 350 000 F.CFA et l'assistante de direction à hauteur de 200 00 F.CFA.

Le salaire du personnel sera constant sur les cinq (05) premières années en raison des investissements à faire et le démarrage timide de la plateforme. Toutefois nous allons préparer le personnel à cette réalité afin de ne pas être surpris à l'avenir. Le détail des charges du personnel est résumé dans le tableau ci-dessous.

Tableau 7: Détail des charges de personnel

Eléments	Salaires annuels				
	2019	2020	2021	2022	2023
Directeur général	4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000
Responsable administratif et financier	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000
Responsable technologie et R&D	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000
Responsable crédit	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000
Responsable marketing	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000
Assistante de direction	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000
Masse salariale annuelle brute	24 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000

Source : nous-même

III.1.1.3 Evaluation des frais généraux

Les frais généraux de la plateforme s'élèvent à 9 600 000 F.CFA pour la première année. Ces frais concernent : le loyer, la facture d'eau, la facture d'électricité, la facture du téléphone et internet, les frais d'entretien du local, les fournitures de bureau, les frais d'établissements et frais de publicité. Le détail des frais généraux se présente dans le tableau ci-dessous :

Tableau 8: Détail des frais généraux

Eléments	Années				
	2019	2020	2021	2022	2023
Loyer	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000
Facture d'eau	180 000	180 000	180 000	180 000	180 000
Facture d'électricité	840 000	840 000	924 000	1 016 400	1 118 040
Facture du téléphone	540 000	560 000	580 000	600 000	620 000
Facture internet	540 000	540 000	540 000	540 000	540 000
Frais d'entretien	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000
Fourniture de bureau	800 000	800 000	800 000	800 000	800 000
Frais d'établissements	1 000 000	0	0	0	0
Frais de publicité	3 000 000	3 300 000	3 000 000	2 500 000	2 000 000
Total	9 600 000	8 920 000	8 724 000	8 336 400	7 958 040

Source : nous-même

III.1.1.4 Evaluation du besoin en fonds de roulement

Le besoin en fonds de roulement (BFR) correspond à l'immobilisation d'unités monétaires nécessaires pour assurer le fonctionnement courant de l'entreprise ⁵⁸. En effet, le BFR correspond aux ressources dont la plateforme doit disposer avant qu'elle ne dégage des ressources nécessaires pour prendre en charge le fonctionnement de l'activité.

Pour évaluer ce BFR initial nous allons par la suite présenter le budget de trésorerie sur les douze (12) mois du premier exercice de notre plateforme.

Le besoin en fonds de roulement initial de notre plateforme s'élève à 8 980 000 F.CFA. Le détail de l'estimation du besoin en fonds de roulement est résumé dans le tableau ci-dessous.

⁵⁸ DE LA BRUSLERIE Hubert (2010), *Analyse financière 4ème édition*, Edition Dunod, Paris, 529 pages.

Tableau 9: Budget de trésorerie du premier exercice

Eléments	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Formations	200 000	400 000	400 000	600 000	800 000	1 000 000	1 000 000	1 200 000	1 400 000	1 400 000	1 400 000	1 600 000
Consultances	0	250 000	250 000	500 000	500 000	750 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 250 000	1 250 000	1 250 000
Intermédiations	0	0	0	500 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000
Inscriptions des PME	210 000	210 000	350 000	350 000	350 000	490 000	490 000	560 000	560 000	630 000	630 000	770 000
Total encaissement (1)	410 000	860 000	1 000 000	1 950 000	2 650 000	3 240 000	3 490 000	3 760 000	3 960 000	4 780 000	4 780 000	5 120 000
Loyer	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Facture d'eau	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
Facture d'électricité	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000
Facture du téléphone	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Facture internet	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000
Frais d'entretien	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Fourniture de bureau	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000
Frais de publicité	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	300 000	300 000	300 000	300 000	400 000
Frais d'établissement	1 000 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salaires du personnel	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000
Total décaissement (2)	3 970 000	2 970 000	2 970 000	2 970 000	2 970 000	2 970 000	2 970 000	3 070 000	3 070 000	3 070 000	3 070 000	3 170 000
Solde= (1)-(2)	-3 560 000	-2 110 000	-1 970 000	-1 020 000	-320 000	270 000	520 000	690 000	890 000	1 710 000	1 710 000	1 950 000
Trésorerie initiale	0	-3 560 000	-5 670 000	-7 640 000	-8 660 000	-8 980 000	-8 710 000	-8 190 000	-7 500 000	-6 610 000	-4 900 000	-3 190 000
Trésorerie finale	-3 560 000	-5 670 000	-7 640 000	-8 660 000	-8 980 000	-8 710 000	-8 190 000	-7 500 000	-6 610 000	-4 900 000	-3 190 000	-1 240 000

Source : nous-même

III.1.2 Modalité de financement

Le coût du projet s'élève à 16 980 000 F.CFA⁵⁹. Nous comptons financer le projet à hauteur de 8 659 800 F.CFA (51% du coût du projet) et faire appel quatre (04) associés pour financer pour financer le reliquat de 8 320 200 F.CFA (49% du projet). En effet, nous préférons faire appel à quatre (04) associés car les salaires des différents postes de responsabilité ne sont pas élevés, donc ils seront plus aptes à faire des sacrifices en vue de tirer des profits dans le futur.

III.1.3 L'exploitation

Pour l'exploitation de la plateforme, nous allons évaluer le chiffre d'affaires prévisionnel, le compte de résultat prévisionnel, le budget de trésorerie et les flux de trésorerie.

III.1.3.1 Le chiffre d'affaires prévisionnel

Le chiffre d'affaires de la plateforme est composé des formations en management, les missions de consultances, les frais d'inscriptions sur la plateforme et l'intermédiation.

Le chiffre d'affaires sur les cinq (05) exercices est croissant et se présente dans le tableau ci-dessous.

Tableau 10:Présentation du chiffre d'affaires prévisionnel sur les 5 ans

Eléments	2019	2020	2021	2022	2023
Formations	11 400 000	10 600 000	11 000 000	12 000 000	13 000 000
Consultances	9 000 000	10 000 000	11 250 000	12 500 000	13 750 000
Intermédiations	10 000 000	12 500 000	15 000 000	17 500 000	20 000 000
Inscriptions des PME	5 600 000	6 300 000	7 000 000	7 700 000	8 400 000
Chiffre d'affaires⁶⁰	36 000 000	39 400 000	44 250 000	49 700 000	55 150 000

Source : nous-même

III.1.3.2 Le compte de résultat prévisionnel

Le compte de résultat permet d'apprécier la performance de l'entreprise. Le compte de résultat prévisionnel montre qu'il y'a un résultat négatif en 2019 et sur les quatre (04) derniers exercices on constate des résultats positifs.

⁵⁹ Coût du projet= immobilisations+ BFR initial (8 000 000 + 8 980 000= 16 980 000)

⁶⁰ Voir annexe 3

Tableau 11: Compte de résultat prévisionnel

Eléments	2019	2020	2021	2022	2023
Chiffre d'affaires	36 000 000	39 400 000	44 250 000	49 700 000	55 150 000
Frais de gestion	9 600 000	8 920 000	8 724 000	8 336 400	7 958 040
Valeur ajoutée	26 400 000	30 480 000	35 526 000	41 363 600	47 191 960
Charges de personnel	24 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000
Excédent brut d'exploitation	2 400 000	6 480 000	11 526 000	17 363 600	23 191 960
Dotation aux amortissements ⁶¹	2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Résultat d'exploitation	267 500	4 347 500	9 543 500	15 531 100	22 221 960
Résultat net avant impôts	267 500	4 347 500	9 543 500	15 531 100	22 221 960
Impôts sur le bénéfice	66 875	1 086 875	2 385 875	3 882 775	5 555 490
Résultat net	200 625	3 260 625	7 157 625	11 648 325	16 666 470

Source : nous-même

III.1.3.3 Le plan de financement

La situation de trésorerie de l'entreprise est acceptable car l'entreprise dégage des excédents de trésorerie sur les cinq (05) exercices. La trésorerie s'apprécie à travers le tableau ci-dessous.

Tableau 12: Le plan de financement sur les cinq (5) années

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Emplois						
Immobilisations	8 000 000					
Augmentation du BFR	8 980 000					
Total emplois	16 980 000	0	0	0	0	0
Ressources						
Apport en capital	16 980 000					
Capacité d'autofinancement ⁶²		2 333 125	5 393 125	9 140 125	13 480 825	17 636 470
Diminution du BFR						8 980 000
Total ressources	16 980 000	2 333 125	5 393 125	9 140 125	13 480 825	17 636 470
Solde	0	2 333 125	5 393 125	9 140 125	13 480 825	17 636 470
Trésorerie initiale	0	0	2 333 125	7 726 250	16 866 375	30 347 200
Trésorerie finale	0	2 333 125	7 726 250	16 866 375	30 347 200	47 983 670

Source : nous-même

III.1.4 Rentabilité du projet

Nous allons apprécier la pertinence du projet selon les critères de la valeur actuelle nette, le taux de rentabilité interne et l'indice de profitabilité.

Le calcul des indicateurs se fera à travers le tableau ci-dessous :

⁶¹ Voir annexe 4

⁶² Voir annexe 5

Tableau 13: Calcul des flux de trésorerie

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		200 625	3 260 625	7 157 625	11 648 325	16 666 470
Dotations aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		2 333 125	5 393 125	9 140 125	13 480 825	26 616 470
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	2 333 125	5 393 125	9 140 125	13 480 825	26 616 470
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésorerie actualisés	-16 980 000	2 028 804	4 077 977	6 009 781	7 707 705	13 233 090
VAN	16 077 357					
TRI	20,11%					
IP	2,01					

Source : nous-même

Le taux d'actualisation a été évalué selon la méthode du coût des capitaux propres « *cost of equity* ». Son estimation est faite à travers la formule suivante :

$$\text{Coût des capitaux propres} = \text{taux d'intérêt d'obligation d'Etat} + \text{prime de risque pays}$$

Le taux d'intérêt d'obligation d'Etat est de 6,3%⁶³ et la prime de risque pays s'élève à 5,5%⁶⁴, ce qui permettrait d'évaluer le taux d'actualisation à 11,8% (6,3%+5,5%).

Cependant, cette méthode ne reflétant pas vraiment les conditions de notre marché, nous avons jugé utile de prendre en compte un risque d'inexpérience du promoteur du projet à hauteur de 3,2%. En définitive, la formule précédente devient :

$$\text{Coût des capitaux propres} = \text{taux d'intérêt d'obligation d'Etat} + \text{prime de risque pays} + \text{prime d'inexpérience du promoteur}$$

Finalement, le taux d'actualisation s'élève à 15% (6,3%+5,5%+3,2%).

⁶³ BRVM- bulletin officiel de la Côte d'Ivoire du lundi 29 janvier 2018 (consulté le 05 mai 2018)

⁶⁴ www.vernimmen.net/ftp/Conference_Cout_du_capital.pdf (consulté le 05 mai 2018)

III.1.4.1 La valeur actuelle nette

La VAN mesure la création nette de valeur après remboursement de l'investissement initial et rémunération des apporteurs de fonds⁶⁵. En effet, la VAN est la somme d'argent correspondant à un flux futur de revenu. Dans notre cas, on n'a une VAN de 16 077 357 F.CFA (VAN>0), donc l'investissement initial a été récupéré. En définitive, le projet doit être réalisé.

III.1.4.2 Le taux interne de rentabilité

Le TRI est le taux qui annule la VAN. En d'autres termes, c'est le taux qui égalise l'investissement initial et les cash flows actualisés. Dans notre cas, le TRI est de 20.11% (TRI supérieur au taux d'actualisation de 15%) permet de dire que le projet crée de la valeur, donc le projet doit être réalisé.

III.1.4.3 L'indice de profitabilité

L'indice de profitabilité permet d'apprécier la rentabilité d'un projet car il permet de savoir le retour sur investissement de 1 franc. Dans notre cas, on n'a un IP de 2.01 donc le projet dégage 1.01 francs pour chaque franc investi.

III.1.5 Analyse de la sensibilité et les risques liés au projet

Dans cette partie, nous allons apprécier la sensibilité de la VAN du projet, ensuite nous parlerons des risques liés au projet.

III.1.5.1 Analyse de la sensibilité

Au regard de l'analyse de l'appréciation du projet selon le critère de la VAN, le TRI et l'IP, le projet est réalisable. Pour conforter notre appréciation, nous allons analyser la sensibilité de la VAN du projet en utilisant les variables que sont : le chiffre d'affaires, les frais de publicité et le salaire du personnel. Nous avons formulé les cinq (05) hypothèses suivantes :

- hypothèse 1 : une variation de +/- 5% du chiffre d'affaires de la formation ;
- hypothèse 2 : une variation de +/- 5% du chiffre d'affaires de la consultance ;
- hypothèse 3 : une variation de +/- 5% du chiffre d'affaires de l'intermédiation ;
- hypothèse 4 : une variation de +/- 5% des frais de publicité ;

⁶⁵ THAUVRON Arnaud, (2003), *Les choix d'investissements*, Edition e-theque, Paris, 58 pages.

- hypothèse 5 : une variation de +/- 5% du salaire du personnel.

Les résultats sont synthétisés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 14: Synthèse de l'analyse de sensibilité de la VAN

HYPOTHESES	VAN	
	Variation de -5%	Variation de +5%
H1: une variation de +/- 5% du chiffre d'affaires de la formation ⁶⁶	14 634 163	17 520 552
H2: une variation de +/- 5% du chiffre d'affaires de la consultance ⁶⁷	14 698 569	17 456 145
H3: une variation de +/- 5% du chiffre d'affaires de l'intermédiation ⁶⁸	12 108 884	17 693 226
H4: une variation de +/- 5% du salaire du personnel ⁶⁹	19 094 297	13 060 418
H5: une variation de +/- 5% des frais de publicité ⁷⁰	16 522 511	15 622 846

Source : Nous-même

L'analyse de la sensibilité de la VAN du projet révèle que :

- pour l'hypothèse 1, une baisse de 5% du chiffre d'affaires de la formation réduit la VAN de 9%. En revanche, une hausse de 5% du chiffre d'affaires de la formation augmente la VAN de 9% ;
- pour l'hypothèse 2, une baisse de 5% du chiffre d'affaires de la consultance réduit la VAN de 9%. En revanche, une hausse de 5% du chiffre d'affaires de la consultance augmente la VAN de 9% ;
- pour l'hypothèse 3, une baisse de 5% du chiffre d'affaires de l'intermédiation réduit la VAN de 12%. En revanche, une hausse de 5% du chiffre d'affaires de l'intermédiation augmente la VAN de 10% ;
- pour l'hypothèse 4, une baisse de 5% du salaire du personnel augmente la VAN de 19%. En revanche, une hausse de 5% du salaire du personnel réduit la VAN de 19% ;
- pour l'hypothèse 5, une baisse de 5% des frais de publicité augmente la VAN de 3%. En revanche, une hausse de 5% des frais de publicité réduit la VAN de 3%.

Parmi les variables retenues, le salaire du personnel a la plus grande influence sur la VAN car elle la fait varier de +/- 19%. Dans un second lieu, le chiffre d'affaires de l'intermédiation, le

⁶⁶ Voir annexe 6

⁶⁷ Voir annexe 7

⁶⁸ Voir annexe 8

⁶⁹ Voir annexe 9

⁷⁰ Voir annexe 10

chiffre d'affaires de la formation et le chiffre d'affaires de la consultance ont une influence modérée sur la VAN. Enfin les frais de publicité influencent faiblement la VAN.

III.1.5.2 Les risques liés au projet

Les risques liés aux projets sont de divers ordres. Nous pouvons citer notamment :

a. Le risque de contrepartie

Le risque de contrepartie représente le risque que le porteur de projet ne rembourse pas les prêts des investisseurs à l'échéance du contrat. Dans notre cas, nous travaillons avec des PME/PME qui embrassent pour la plupart une première expérience. Dans ce cas, il y a un fort risque de faillite de l'entreprise⁷¹. Il est clair que si le risque survient, l'entreprise ne pourra pas rembourser le prêt dont il a bénéficié. Pour mitiger ce risque, nous allons procéder à une analyse méticuleuse du projet par une l'équipe technique avant de publier le projet sur la plateforme. De plus, nous procéderons à des visites sur le terrain pour apprécier les réalités des PME.

Par ailleurs, l'occurrence du risque de contrepartie est « probable » car l'idée de projet peut être bonne mais il y a une difficulté d'appréciation de la situation financière de l'affaire et pour la plupart le porteur de projet est novice. En effet l'occurrence « probable » du risque de contrepartie se justifie par le taux moyen des impayées des prêts dans les systèmes financiers décentralisés de l'UMOA qui s'élève à plus de 10%⁷². La gravité de ce risque est qualifiée de « très grave » car si les investisseurs ne perçoivent pas leurs dus, ils peuvent ne plus faire confiance au projet que nous mettons en avant sur notre plateforme.

b. Le risque de détournement

C'est le risque que le montant récolté lors de la campagne ne serve pas à financer le projet en question. En effet, le porteur de projet peut avoir une attitude malsaine en utilisant le montant à investir pour assouvir par exemple un besoin personnel. Pour amenuiser ce risque, nous allons procéder à des contrôles réguliers, un décaissement progressif des fonds après la justification des ressources engagées et des rapports d'activités.

En outre, l'occurrence du risque de détournement est « probable » car même si les projets seront financés en appréciant la cohérence et la psychologie du responsable de la PME, ce risque est

⁷¹ www.commerce.gouv.ci/actualite.php?id=250 (consulté le 29/06/2018)

⁷² <https://www.bceao.int/sites/default/files/2017-12/ViabiliteCI> (consulté le 29/06/2018)

toujours inhérent à notre activité. La fréquence d'occurrence de ce risque est semblable au risque de contrepartie. Sa gravité est « significative » car elle causerait une mauvaise réputation pour notre plateforme.

c. Le risque informatique

C'est le risque que les pirates informatiques « hackers » attaquent les installations de la plateforme. Cette pratique pourrait nous faire perdre des données précieuses et nous discréditer vis-à-vis du grand public. Pour réduire ce risque, nous allons procéder à renforcement régulier du système de sécurité par des experts du domaine.

De plus, l'occurrence du risque informatique est « très probable » même si notre site est sécurisé avec les méthodes les plus récentes. L'occurrence « très probable » de ce risque se justifie par le nombre très élevé de cyber attaque estimé à plus d'un (1) milliard en 2017⁷³. Sa gravité est qualifiée de « très grave » car la majeure partie de notre activité se déroule via notre site internet.

En définitive, la synthèse des risques peut s'apprécier à travers le tableau suivant :

Tableau 15: Synthèse des risques

Risques	Occurrence	Gravité	Activité de contrôle
Risque de contrepartie	Probable	Très grave	Analyse méticuleuse du projet de la PME
Risque de détournement	Probable	Significative	Décassement progressif et rapport d'activité
Risque informatique	Très probable	Très grave	Mise à jour régulière du système de sécurité

Source : nous-même

III.2 Les impacts du projet

Notre projet à un impact significatif sur notre environnement social, économique et fiscale.

⁷³ <https://cybercrime.interieur.gouv.ci/?q=article/plus-dun...dattaques-informatiques> (consulté le 29/06/2018)

III.2.1 L'impact social

Notre projet participera à la réduction de la pauvreté et du chômage en encourageant l'entrepreneuriat. Notre plateforme prévoit de financer 150 projets sur les cinq exercices à venir. En effet, il s'agit de 20 projets en 2019, 25 projets en 2020, 30 projets en 2021, 35 projets en 2022 et 40 projets en 2023.

III.2.2 L'impact économique et fiscal

Notre projet contribuera à la création de la richesse nationale en augmentant la part des PME qui représente 20%⁷⁴ de la richesse nationale dans le processus. En effet, la plateforme contribuera au développement de plusieurs activités économiques qui auront par ricochet un impact positif sur toute l'économie de la nation.

De plus, la mise en place de notre projet contribuera aux dépenses nationales à travers le paiement des impôts. Nous évaluons à environ 13 000 000 F.CFA⁷⁵ la contribution de la plateforme sur une période de cinq (05) années en matière d'impôts.

⁷⁴ <http://www.banquemondiales.org/fr/news/feature/2010/09/01/restoring-cote-divoires-economy-revitalizing-small-medium-sized-enterprises> (consulté le 07 mai 2018)

⁷⁵ Les 7 994 340 F.CFA représentent la somme des impôts sur les bénéfices lors des 5 exercices

CONCLUSION

Le crowdfunding est une nouvelle donne pour la finance et l'économie réelle. Ce nouveau mode de financement est en plein essor si bien qu'il a permis de financer des projets en Europe à hauteur de 5,341 milliards d'euros (soit 3503 473 486 708 F CFA) en 2016⁷⁶. De plus, en Afrique de l'ouest, sur une phase pilote de 7 mois la plateforme de crowdlending IROKO PROJECT a collecté 17.9 millions FCFA⁷⁷.

C'est dans ce cadre que nous avons pour objectif de mettre en place une plateforme de crowdfunding pour le financement des PME en Côte d'Ivoire.

Notre projet est une alternative au développement des PME en Côte d'Ivoire car elle va permettre non seulement le financement des PME mais aussi les encadrer à travers des conseils et des formations en management.

Il ressort de l'étude technique et financière que le projet crée de la valeur et est globalement rentable sur les cinq (05) exercices.

Par ailleurs l'analyse de la sensibilité à révéler que notre projet est sensible aux variations du chiffre d'affaires et du salaire du personnel.

La réalisation de ce projet aura un impact positif sur toute la nation ivoirienne d'autant plus qu'il participa à l'émergence de la nation ivoirienne d'ici 2020 en créant non seulement des emplois mais aussi en redynamisant le tissu des PME.

Le crowdfunding est un moyen pour diversifier les sources de financement en vue de financer facilement les PME/PMI ivoirienne quoiqu'il y ait encore beaucoup de défis à relever comme l'instauration d'un cadre juridique clair et la sensibilisation de la population sur ce mode de financement.

⁷⁶ <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/le-crowdfunding-cartonne-en-europe-mais-surtout-au-royaume-uni-618532.html> (consulté le 07 mai 2018)

⁷⁷ IROKO PROJECT: *Bilan et recommandations pour le development du financement participatif dans la région*, (2017), p. 8.

BIBLIOGRAPHIE

- Actual-it, Mars 2016, N°00, pp 3-4.
- BELLEFLAMME Paul, LAMBERT Thomas., SCHWIENBACHER Armin (2014), *Crowdfunding: tapping the right crowd*, In Journal of business venturing, vol. 29, n°5, p. 8.
- BISSIERE Véronique, STEPHANY Éric (2014), *Le crowdfunding : fondements et pratiques*, Edition De Boeck, Louvain-La-Neuve, 159 pages.
- CIEPLY Sylvie, LE NADANT Anne-Laure (2016), *Le crowdfunding : modèle alternatif de financement ou généralisation du modèle de marché pour les start-ups et le PME ?* Revue d'économie financière 2016/2, p.255-272.
- DE LA BRUSLERIE Hubert (2010), *Analyse financière 4ème édition*, Edition Dunod, Paris, 529 pages.
- GERMON Rony, MAALAOUI Adnane (2015), *Le crowdfunding, une nouvelle voie de financement des PME*, Gualino, 12 pages.
- IROKO PROJECT: *Bilan et recommandations pour le développement du financement participatif dans la région*, (2017), p. 8.
- LARRALDE Benjamin, SCHWIENBACHER Armin. (2012), *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures*, In Cumming, The Oxford handbook of entrepreneurial finance, Oxford University Press, p. 4.
- LEROY Frédéric, LEHMANN-ORTEGA Laurence, DUSSAUGE Pierre et DURAND Rodolphe (2004), *Strategor: politique générale de l'entreprise (4ème édition)*, Edition Dunod, Jouy-en-Josas, 885 pages.
- Ministère du plan et du développement: *Plan national de développement PND 2016-2020*, (2015), 120 pages.
- MOLLICK Ethan, *The dynamics of crowdfunding: An exploratory study (2014)*, In Journal of business venturing, vol. 29, n°1, p. 2.
- ONNÉE Stephane, RENAULT Sophie (2013), *Le financement participatif: atouts, risques et conditions de succès*, Revue gestion, 55 pages.
- THAUVRON Arnaud, (2003), *Les choix d'investissements*, Edition e-theque, Paris, 58 pages.

WEBOGRAPHIE

- Banque mondiale, <https://donnees.banquemondiale.org/> (consulté le 11 février 2018)
- Centre de promotion des investissements en Côte d'Ivoire, www.cepici.gouv.ci/ (consulté le 27 février 2018)
- Institut national de la statistique, <http://www.ins.ci/n/> (consulté le 1^{er} avril 2018)
- La plateforme kisskissbankbank, www.kisskissbankbank.com (consulté le 15 mars 2018)
- La plateforme ululu, <https://fr.ulule.com/> (consulté le 15 mars 2018)
- La plateforme kickstater, kickstater.com (consulté le 15 mars 2018)

ANNEXES

Annexe 1 : Questionnaire d'enquête sur le crowdfunding

1- Connaissez-vous le crowdfunding ?

OUI

NON

2- Comment avez-vous connu le crowdfunding ?

Presse écrite

Journal télévisé

Internet

Amis

3- Pensez-vous qu'on peut réaliser le crowdfunding dans notre environnement ?

Oui

Non

4- Êtes-vous prêt à investir dans le crowdfunding ?

Oui

Non

5- Par quel moyen souhaitez-vous investir dans une plateforme ?

Compte sur la plateforme

Carte de crédit et de débit

Chèque

Mobile money

6- Pour quelle raison souhaitez-vous investir dans le crowdfunding ?

Curiosité

Investissement

Aide

7- Quel est votre tranche d'âges ?

20 ans - 25 ans

26 ans - 30 ans

31 ans – 35 ans

36 ans – 40 ans

Plus de 40 ans

8- Quel est votre catégorie socio-professionnelle ?

Travailleur

En quête d'emploi

9- Quel est le type de crowdfunding qui vous intéresse ?

Don simple

Don avec récompense

Prêt

Participation

10- Êtes-vous prêt à supporter des pertes lors de l'échec des projets ?

Oui

Non

11- Quel montant maximum êtes-vous prêt à investir ?

50 000 F CFA-75 000 F CFA

75 000 F CFA- 100 000 F CFA

100 000 F CFA – 125 000 F CFA

125 000 F CFA – 150 000 F CFA

Plus de 150 000 CFA

12- Quel est l'intérêt d'utiliser le crowdfunding pour vous ?

Obtenir un financement

Faire connaître le projet et les produits

Attirer des contributeurs partout dans le monde

Tester le marché

13- Au-delà du financement, quel apport voulez-vous apporter à un projet ?

Conseil

Avis

Critique

14- Quel devrait être la durée d'une campagne à votre avis ?

0 mois – 1 mois

1 mois – 2 mois

2 mois – 3 mois

Plus de 3 mois

15- Désirez-vous monter un projet ?

Oui

Non

16- Allez-vous utiliser une plateforme de crowdfunding pour vous financer ?

Oui

Non

17- Trouver vous que le montant de 70 000 F.CFA de frais d'inscription des PME est cher ?

Oui

Non

18- Trouver vous que prélèvement de 5% sur chaque levée de fond est élevé ?

Oui

Non

19- ? Trouver vous que le montant de 200 000 F.CFA de frais de formation des PME est cher

Oui

Non

20- Trouver vous que le montant de 250 000 F.CFA de frais de consultance des PME est cher ?

Oui

Non

Annexe 2 : résultats de l'enquête

Figure 3: Connaissance du crowdfunding par les interlocuteurs (question 1)

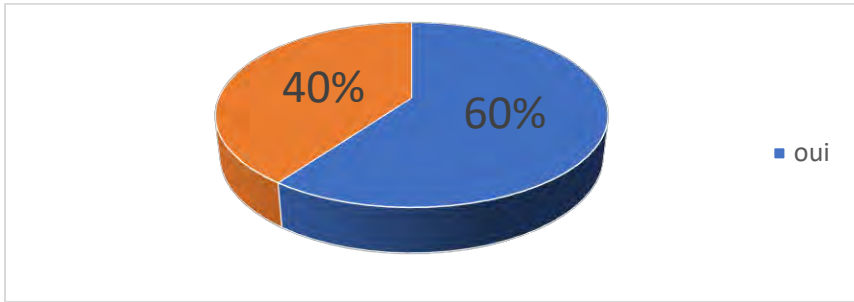


Figure 4: Moyens de connaissance du crowdfunding (question 2)

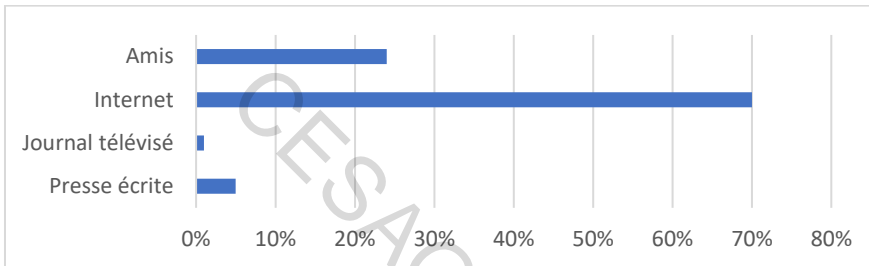


Figure 5: Possibilité de réalisation du crowdfunding dans notre environnement (question 3)

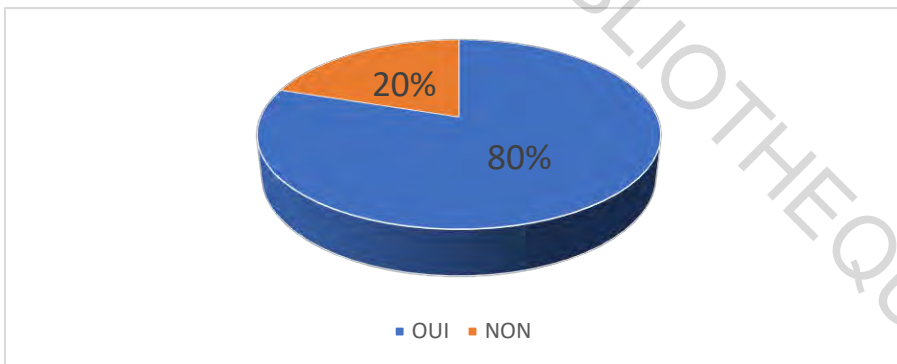


Figure 6: Investissement dans le crowdfunding (question 4)

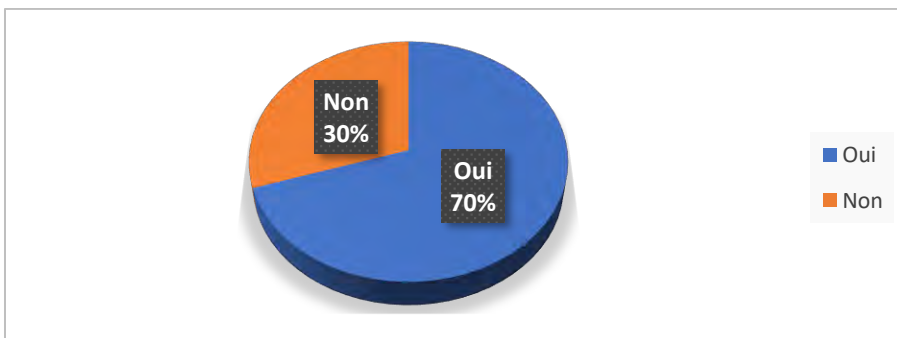


Figure 7: Moyen d'investissement (question 5)

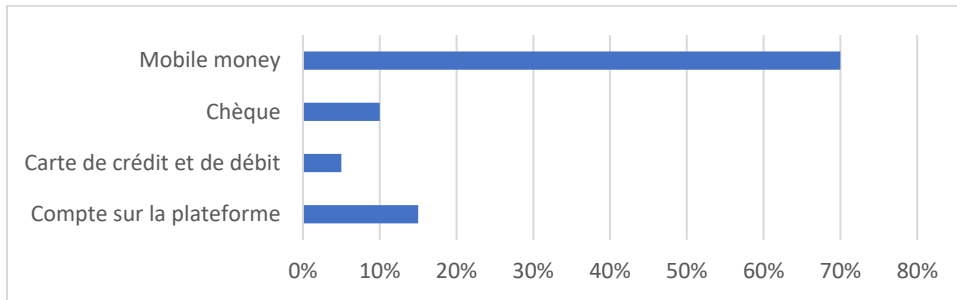


Figure 8: Raison d'investissement dans le crowdfunding (question 6)

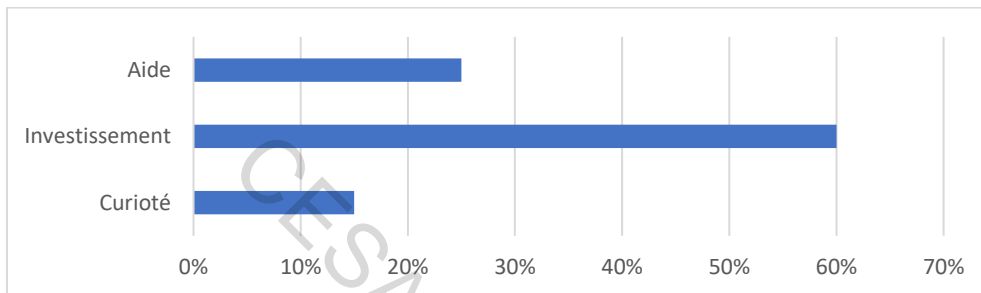


Figure 9: La tranche d'âge des interlocuteurs (question 7)

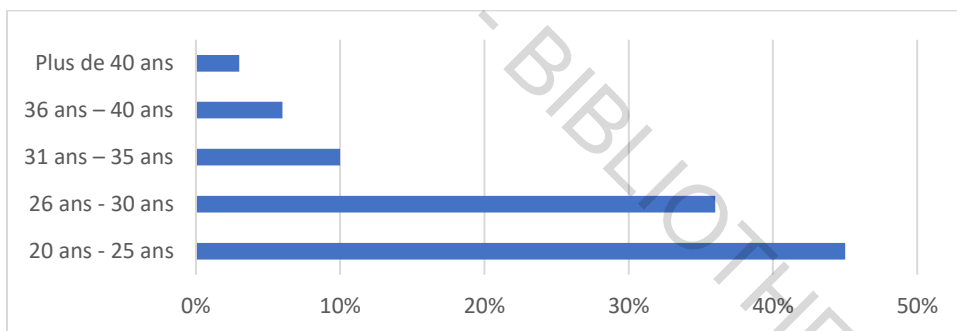


Figure 10: Catégorie socio-professionnelle des interlocuteurs (question 8)

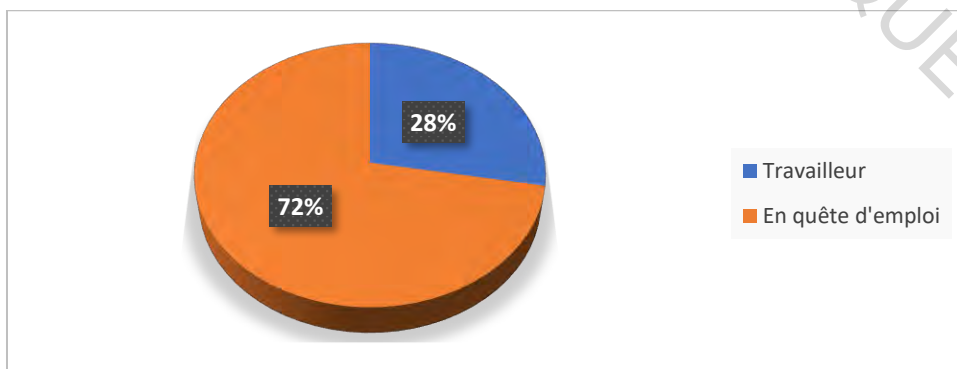


Figure 11:Le type de crowdfunding (question 9)

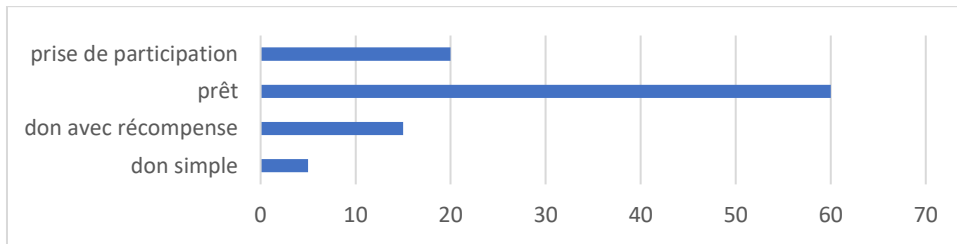


Figure 12:Support des pertes (question 10)

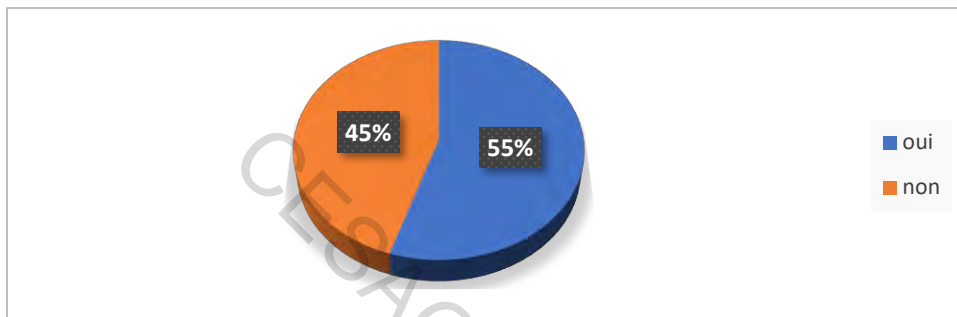


Figure 13:Le montant maximum à investir (question 11)

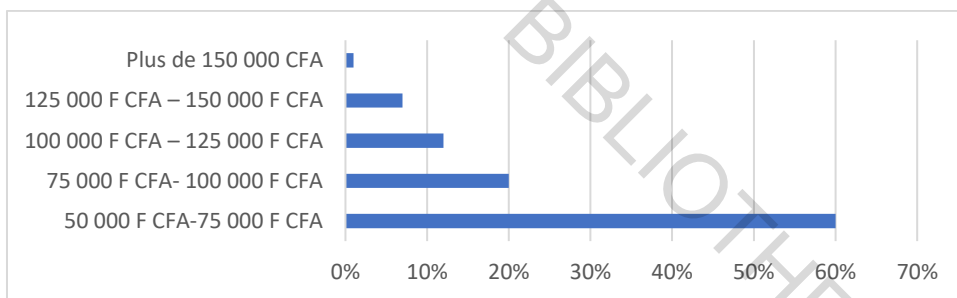


Figure 14:L'intérêt d'utiliser le crowdfunding (question 12)

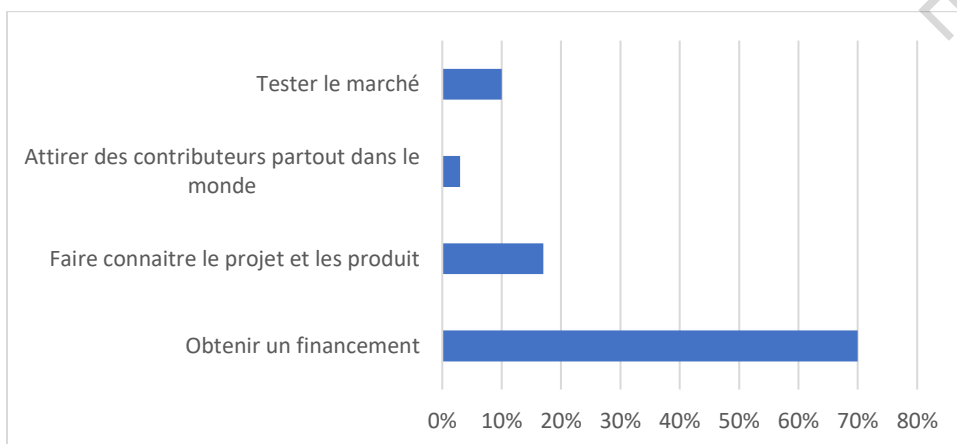


Figure 15: Les apports au-delà du financement (question 13)

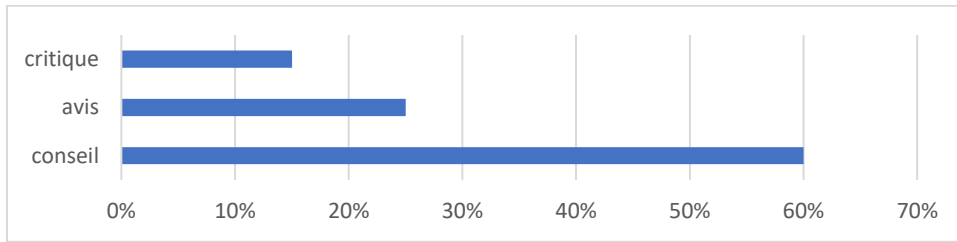


Figure 16: La durée d'une campagne de crowdfunding (question 14)

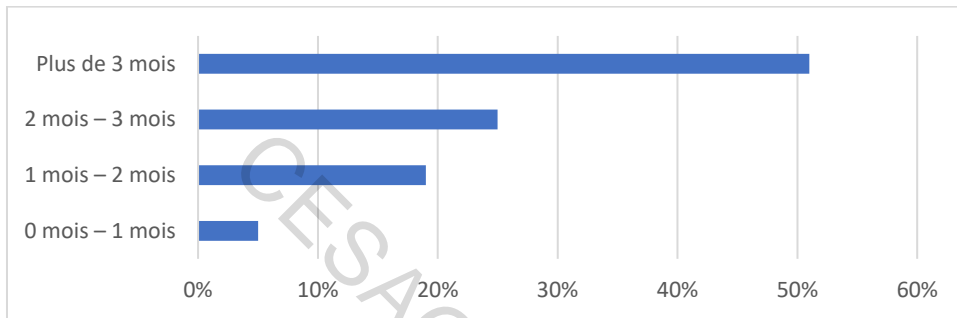


Figure 17: Montage d'un projet (question 15)

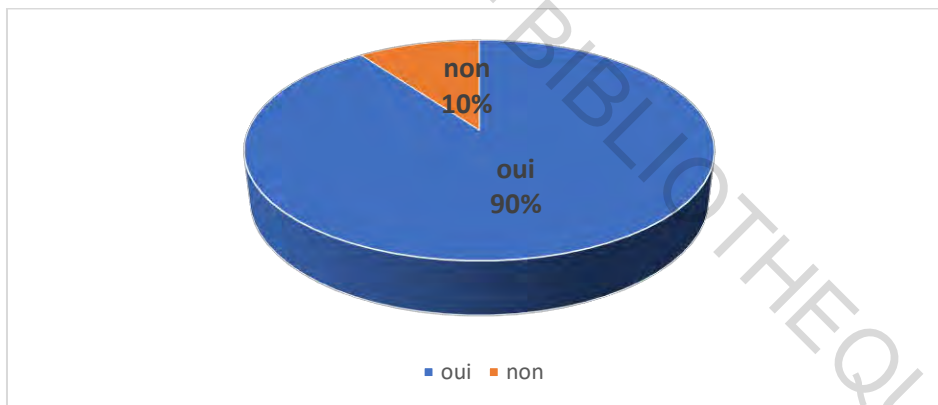


Figure 18: Utilisation d'une plateforme de crowdfunding (question 16)

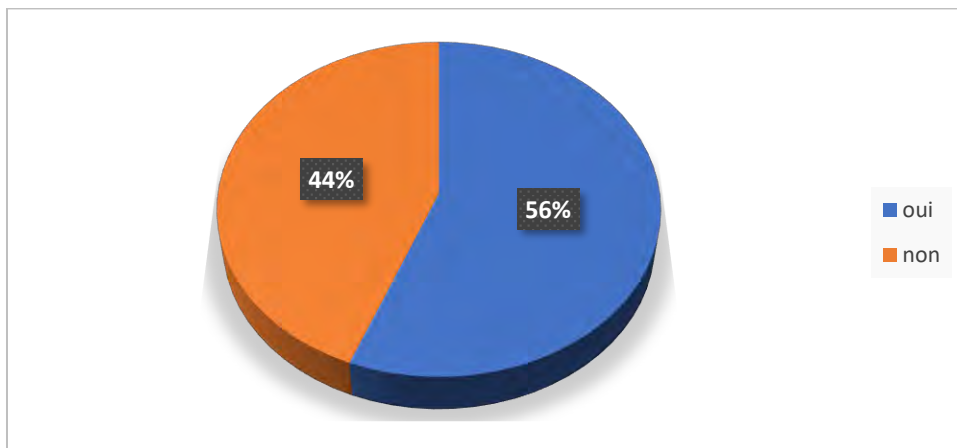


Figure 19: Les frais d'inscriptions des PME (question 17)

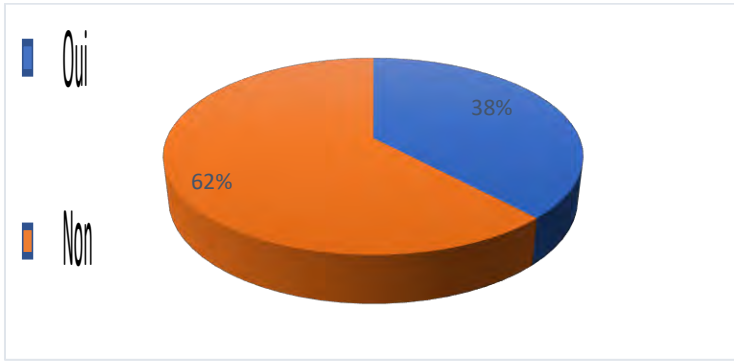


Figure 20: Les frais d'intermédiations (question 18)

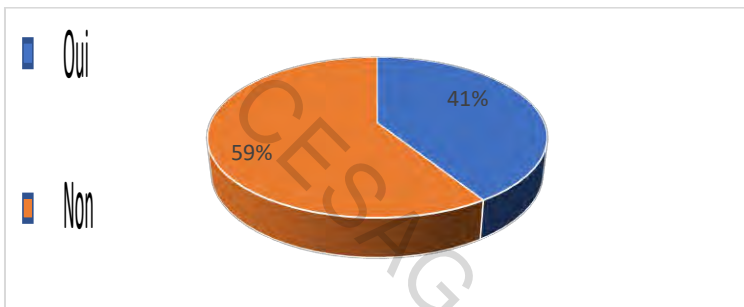


Figure 21: Les frais de consultance (question 19)

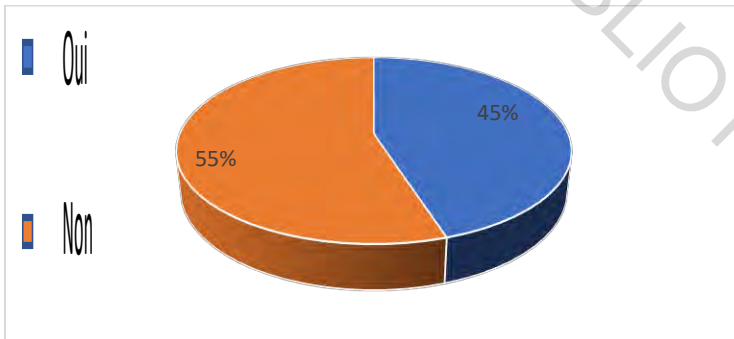
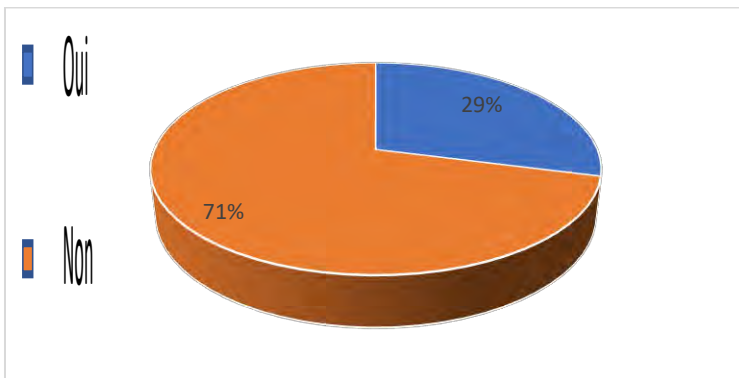


Figure 22: Les frais de formation (question 20)



Annexe 3 :

Tableau 16:Détail des chiffres d'affaire de 5 exercices

Eléments	2019		
	Quantité	Prix unitaire	Montant
Formations	57	200 000	11 400 000
Consultances	36	250 000	9 000 000
Intermédiations	20	500 000	10 000 000
Inscriptions des PME	80	70 000	5 600 000
		CA	36 000 000

Eléments	2020		
	Quantité	Prix unitaire	Montant
Formations	53	200 000	10 600 000
Consultances	40	250 000	10 000 000
Intermédiations	25	500 000	12 500 000
Inscriptions des PME	90	70 000	6 300 000
		CA	39 400 000

Eléments	2021		
	Quantité	Prix unitaire	Montant
Formations	55	200 000	11 000 000
Consultances	45	250 000	11 250 000
Intermédiations	30	500 000	15 000 000
Inscriptions des PME	100	70 000	7 000 000
		CA	44 250 000

Eléments	2022		
	Quantité	Prix unitaire	Montant
Formations	60	200 000	12 000 000
Consultances	50	250 000	12 500 000
Intermédiations	35	500 000	17 500 000
Inscriptions des PME	110	70 000	7 700 000
		CA	49 700 000

Eléments	2023		
	Quantité	Prix unitaire	Montant
Formations	65	200 000	13 000 000
Consultances	55	250 000	13 750 000
Intermédiations	40	500 000	20 000 000
Inscriptions des PME	120	70 000	8 400 000
		CA	55 150 000

Source : nous-même

Annexe 4

Tableau 17: Amortissement des immobilisations

	1	2	3	4	5
Bureaux(table+fautueil)	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000
Table de réunion	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000
Fauteuil simple	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
Imprimante laser	112 500	112 500	112 500	112 500	0
Climatiseur	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
Vidéo projecteur	100 000	100 000	100 000	100 000	0
Ordinateur de bureau	450 000	450 000	450 000	450 000	0
Ordinateur portable	200 000	200 000	200 000	200 000	0
Armoire	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
Onduleur	90 000	90 000	90 000	90 000	90 000
Logiciel	150 000	150 000	150 000	0	0
Site internet	150 000	150 000	0	0	0
Caution pour location du siège	160 000	160 000	160 000	160 000	160 000
Total	2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000

Source : nous-même

Annexe 5

Tableau 18: Calcul de la capacité d'autofinancement

	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net	200 625	3 260 625	7 157 625	11 648 325	16 666 470
Dotation aux amortissements	2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Capacité d'autofinancement	2 333 125	5 393 125	9 140 125	13 480 825	17 636 470

Source : nous-même

Annexe 6 : Hypothèse 1

Tableau 19: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 1

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		-226 875	2 863 125	6 745 125	11 198 325	16 178 970
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		1 905 625	4 995 625	8 727 625	13 030 825	26 128 970
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	1 905 625	4 995 625	8 727 625	13 030 825	26 128 970
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	1 657 065	3 777 410	5 738 555	7 450 416	12 990 716
VAN	14 634 163					

Source : nous-même

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		628 125	3 658 125	7 570 125	12 098 325	17 153 970
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		2 760 625	5 790 625	9 552 625	13 930 825	27 103 970
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	2 760 625	5 790 625	9 552 625	13 930 825	27 103 970
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	2 400 543	4 378 544	6 281 006	7 964 994	13 475 463
VAN	17 520 552					

Source : nous-même

Annexe 7 : Hypothèse 2

Tableau 20: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 2

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		-136 875	2 885 625	6 735 750	11 179 575	16 150 845
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		1 995 625	5 018 125	8 718 250	13 012 075	26 100 845
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	1 995 625	5 018 125	8 718 250	13 012 075	26 100 845
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	1 735 326	3 794 423	5 732 391	7 439 696	12 976 733
VAN	14 698 569					

Source : nous-même

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		538 125	3 635 625	7 579 500	12 117 075	17 182 095
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		2 670 625	5 768 125	9 562 000	13 949 575	27 132 095
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	2 670 625	5 768 125	9 562 000	13 949 575	27 132 095
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	2 322 283	4 361 531	6 287 170	7 975 715	13 489 446
VAN	17 456 145					

Source : nous-même

Annexe 8 : Hypothèse 3

Tableau 21: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 3

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		-384 375	2 791 875	6 595 125	10 992 075	15 916 470
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		1 748 125	4 924 375	8 577 625	12 824 575	25 866 470
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	1 748 125	4 924 375	8 577 625	12 824 575	25 866 470
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	1 520 109	3 723 535	5 639 928	7 332 492	12 860 207
VAN	14 096 271					

Source : nous-même

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		365 625	3 729 375	7 720 125	12 304 575	17 416 470
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		2 498 125	5 861 875	9 702 625	14 137 075	27 366 470
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	2 498 125	5 861 875	9 702 625	14 137 075	27 366 470
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	2 172 283	4 432 420	6 379 633	8 082 919	13 605 972
VAN	17 693 226					

Source : nous-même

Annexe 9 : Hypothèse 4

Tableau 22: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 4

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		1 100 625	4 160 625	8 057 625	12 548 325	17 566 470
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		3 233 125	6 293 125	10 040 125	14 380 825	27 516 470
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	3 233 125	6 293 125	10 040 125	14 380 825	27 516 470
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	2 811 413	4 758 507	6 601 545	8 222 283	13 680 549
VAN	19 094 297					

Source : nous-même

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		-699 375	2 360 625	6 257 625	10 748 325	15 766 470
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		1 433 125	4 493 125	8 240 125	12 580 825	25 716 470
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	1 433 125	4 493 125	8 240 125	12 580 825	25 716 470
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	1 246 196	3 397 448	5 418 016	7 193 128	12 785 631
VAN	13 060 418					

Source : nous-même

Annexe 10 : Hypothèse 5

Tableau 23: Calcul de la VAN selon l'hypothèse 5

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		313 125	3 501 938	7 270 125	11 742 075	16 741 470
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		2 445 625	5 634 438	9 252 625	13 574 575	26 691 470
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	2 445 625	5 634 438	9 252 625	13 574 575	26 691 470
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	2 126 630	4 260 444	6 083 751	7 761 307	13 270 378
VAN	16 522 511					

Source : nous-même

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultat net		88 125	3 006 938	7 045 125	11 554 575	16 591 470
Dotation aux amortissements		2 132 500	2 132 500	1 982 500	1 832 500	970 000
Récupération du BFR						8 980 000
Total encaissement (1)		2 220 625	5 139 438	9 027 625	13 387 075	26 541 470
Investissement	8 000 000	0	0	0	0	0
BFR initial	8 980 000	0	0	0	0	0
Total décaissement (2)	16 980 000	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie (3)=(1)-(2)	-16 980 000	2 220 625	5 139 438	9 027 625	13 387 075	26 541 470
Taux d'actualisation	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Flux de trésoreries actualisés	-16 980 000	1 930 978	3 886 153	5 935 810	7 654 104	13 195 801
VAN	15 622 846					

Source : nous-même

TABLE DES MATIERES

DEDICACES	i
REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	iii
LISTE DES TABLEAUX.....	iv
LISTE DES FIGURES	v
SOMMAIRE	vi
RESUME.....	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I : PRESENTATION DU CROWDFUNDING ET L'ETUDE DE MARCHE	5
I.1 Présentation du crowdfunding.....	5
I.1.1 Définition du crowdfunding	5
I.1.2 Les objectifs du crowdfunding	6
I.1.3 Les types de crowdfunding	6
I.1.4 Le fonctionnement du crowdfunding.....	8
I.1.4.1 Les parties prenantes du crowdfunding	8
I.1.4.2 Le processus du crowdfunding	8
I.1.5 Les avantages du crowdfunding pour les PME/PMI	10
I.2 Etude de marché	11
I.2.1 Analyse de l'environnement du projet.....	11
I.2.1.1 Environnement politique.....	11
I.2.1.2 Environnement économique	12
I.2.1.3 Environnement social.....	12
I.2.1.4 Environnement technologique	13
I.2.1.5 Environnement écologique	14
I.2.1.6 Environnement légal	14
I.2.2 Analyse de la demande	16
I.2.2.1 Méthodologie d'analyse de la demande.....	17
I.2.2.2 Résultat de l'enquête.....	17
I.2.3 Analyse de la concurrence	18
I.2.3.1 La concurrence intra sectorielle	18
I.2.3.2 Le pouvoir de négociation des clients.....	19

I.2.3.3 Le pouvoir de négociation des fournisseurs.....	19
I.2.3.4 Les produits de substitution	19
I.2.3.5 La menace des nouveaux entrants.....	20
I.2.4 Cadre règlementaire.....	20
CHAPITRE II : L'ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE, ORGANISATIONNEL ET MARKETING DU PROJET	21
II.1 Proposition technique et juridique du projet.....	21
II.1.1 Présentation du promoteur et des associés	21
II.1.2 Description du projet	21
II.1.3 Statut juridique du projet.....	22
II.2 Proposition stratégique, marketing et organisationnelle	23
II.2.1 Orientation stratégique du projet	23
II.2.2 Stratégie marketing.....	24
II.2.2.1 Segmentation	24
II.2.2.2 Positionnement.....	25
II.2.2.3 Marketing mix.....	25
II.2.3 Organisation et fonctionnement du projet.....	27
II.2.3.1 Structure organisationnelle du projet.....	27
II.2.3.2 Fonctionnement de la plateforme.....	29
a. Acteurs et spécificités de la plateforme	29
b. Processus relatif aux entreprises	30
c. Processus relatif aux investisseurs	31
CHAPITRE III : ETUDE FINANCIERE ET ECONOMIQUE DU PROJET.....	32
III.1 Montage financier du projet.....	32
III.1.1 Evaluation des coûts des investissements	32
III.1.1.1 Evaluation des investissements en immobilisations.....	32
III.1.1.2 Evaluation des charges de personnel.....	33
III.1.1.3 Evaluation des frais généraux	33
III.1.1.4 Evaluation du besoin en fonds de roulement.....	34
III.1.2 Modalité de financement.....	36
III.1.3 L'exploitation.....	36
III.1.3.1 Le chiffre d'affaires prévisionnel	36
III.1.3.2 Le compte de résultat prévisionnel.....	36
III.1.3.3 Le plan de financement	37
III.1.4 Rentabilité du projet.....	37
III.1.4.1 La valeur actuelle nette.....	39

III.1.4.2 Le taux interne de rentabilité.....	39
III.1.4.3 L'indice de profitabilité.....	39
III.1.5 Analyse de la sensibilité et les risques liés au projet	39
III.1.5.1 Analyse de la sensibilité.....	39
III.1.5.2 Les risques liés au projet	41
a. Le risque de contrepartie.....	41
b. Le risque de détournement.....	41
c. Le risque informatique.....	42
III.2 Les impacts du projet.....	42
III.2.1 L'impact social.....	43
III.2.2 L'impact économique et fiscal.....	43
CONCLUSION.....	44
BIBLIOGRAPHIE.....	45
WEBOGRAPHIE.....	45
ANNEXES.....	46
TABLE DES MATIERES.....	I