

UNIVERSITÉ DE YAOUNDÉ II



UNIVERSITY OF YAOUNDE II

École Supérieure des Sciences et
Techniques de l'Information et
de la Communication



Advanced School of Mass
Communication

RÉALISATION PROFESSIONNELLE

Livre illustré : Eba et Aba visitent le Cameroun

Réalisation professionnelle présentée en vue de l'obtention de la Licence en sciences
et techniques de l'information et de la communication

Filière : Édition et Arts graphiques

Niveau : Licence 3

Par :

Christine Cynthia Nlondog

Année académique : 2021/2022

Date de soutenance : Novembre 2022

Avertissement

L'Université de Yaoundé II n'entend donner aucune approbation ou probation aux opinions contenues dans ce dossier technique. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Remerciements

Avant tout déroulement de fond, nous tenons à remercier toutes ces personnes qui nous ont conseillée et accompagnée jusqu'à l'accomplissement de notre projet. Nos sincères remerciements vont à l'endroit de :

- nos enseignants qui nous ont tenue et nous ont transmis tous les enseignements relatifs à la réalisation de notre produit tout au long de notre parcours académique ;
- encadreurs professionnels qui nous ont soutenue par leur expertise et leur professionnalisme, et nous ont accompagnée de la mise sur pieds de ce projet jusqu'à sa réalisation ;
- nos parents, pour leur soutien moral et financier tout au long de la réalisation de notre projet ;
- tous les membres de notre famille qui ont su nous encourager et nous accompagner dans ce travail ;
- Dr Eba Eba Brice Benoît pour ses conseils, sa disponibilité et son soutien moral et financier ;
- M. Aurélien Ndassibou pour ses enseignements, ses conseils et sa disponibilité ;
- toutes ces personnes qui de près ou de loin prêtent une attention particulière à ce que nous effectuons.

Sommaire

Avertissement	i
Remerciements.....	ii
Sommaire	iii
Sigles, abréviations, acronymes.....	iv
Liste et page des tableaux et illustrations	v
Introduction.....	1
PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DES ÉDITIONS AKIBA	2
DEUXIÈME : ÉTUDE DU MARCHÉ.....	22
TROISIÈME PARTIE : PRÉSENTATION DU PROJET ÉDITORIAL PUBLIÉ PAR ÉDITIONS AKIBA.....	31
QUATRIÈME PARTIE : SUIVI DU PROJET ÉDITORIAL.....	48
CONCLUSION.....	56
BIOGRAPHIE	57
ANNEXES	58
TABLE DES MATIERES	89

Sigles, abréviations, acronymes

BAT : Bon à tirer

Esstic : École supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication

IBBY : International Board for Young People

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SWOT : Strength, Weaknesses, Opportunities and Threat

UCAC : Université Catholique d'Afrique Centrale

Liste et page des tableaux et illustrations

- a) *Tableau des actionnaires*
- b) *Fiche signalétique des Éditions Akiba*
- c) *Tableau des collections*
- d) *Identité de marque*
- e) *Organigramme*
- f) *Masse salariale*
- g) *Tableau du plan de financement*
- h) *Calendrier de production*
- i) *Devis de production*
- j) *Calendrier éditorial*
- k) *Devis de production*
- l) *Prix de vente estimatif*
- m) *Choix des médias et hors médias*
- n) *Devis estimatif de promotion*

Introduction

L'École supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (Esstic), est une école de formation dont la finalité est de former des professionnels dans les métiers de la communication. C'est dans cette lancée qu'il est demandé aux étudiants de niveau 3 en filière Édition et Arts graphiques de produire une réalisation professionnelle. Il s'agit d'une initiation à l'esprit d'entrepreneuriat, un condensé des compétences professionnelles acquises par l'étudiant tout au long de sa formation. L'édition étant un domaine très vaste, nous, étudiante en Edition et arts graphiques, avons opté de nous spécialiser dans l'édition de l'imprimé en raison de son ouverture au marché du livre national et international. Passionnée de livres pour enfants, nous avons pour projet de créer une maison d'édition nommée Akiba, qui publie des livres illustrés et éducatifs pour enfants. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi comme projet de fin de formation un livre illustré pour enfants, qui permet aux tout-petits d'apprendre davantage sur notre pays le Cameroun en les éduquant et en les divertissant, suite à un constat fait dans notre vie quotidienne. À travers cet ouvrage, nous voulons inculquer aux plus jeunes le patriotisme afin qu'ils puissent être fiers de leur pays tout en maîtrisant les dix régions de celui-ci.

De ce fait, il sera donc question pour nous de présenter dans un premier temps l'entreprise initiatrice du projet, puis, le projet éditorial proprement dit et enfin, le mode de diffusion et de commercialisation.

**PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DES
ÉDITIONS AKIBA**

I. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE LA STRUCTURE

1. Contexte de création

La maison d'édition Akiba est un projet émanant de Cynthia Nlondog, étudiante à l'Esstic. Avec le soutien de sa famille, cette entreprise voit le jour le 27 avril 2022 à Yaoundé. En effet, dans le but d'agrandir le marché du livre et d'habituer l'adulte de demain à la lecture, il nous est venu à l'esprit, la création de cette maison d'édition spécialisée dans la littérature de jeunesse. Il est indéniable que tout part de la base. Cette base qui est souvent négligée mais, qui pourtant, détermine ce que nous serons demain, ce que nous aimerons demain, ce que nous ferons demain. Si donc, nous avons des difficultés à lire à l'âge adulte, c'est assurément parce que nous n'avons pas eu une habitude de lecture dès le bas âge. Notre idée a été également stimulée par le souci du contenu des livres destinés à nos enfants. Le marché camerounais du livre pour enfants est dominé par des lobbys étrangers qui proposent malheureusement des contenus qui ne sont pas adaptés à notre contexte socioculturel et qui ne prônent pas des valeurs africaines. Les Éditions Akiba se positionnent donc au rang de ceux qui s'investissent dans la littérature de la jeunesse en Afrique en général et au Cameroun en particulier ; ayant pour principale mission de participer à sa manière, à l'éducation des jeunes camerounais et africains.

Enfin, nous avons été stimulée par notre amour pour tout ce qui concerne les enfants. Ces petites personnes sont si vulnérables. Elles ont besoin non seulement d'être éduquées, mais surtout de bien l'être. C'est ce que nous nous lançons comme défis : participer à la bonne éducation de la jeunesse camerounaise.

2. Dénomination de l'entreprise

Les raisons qui nous ont poussées à choisir le nom « Éditions Akiba » sont de plusieurs ordres :

- **Sa signification** : Akiba signifie « merci » en yebekolo (langue parlée dans la région du Centre au Cameroun) ;
- **Sa dénotation** : « merci » fait partie des formules de politesse de base, elle est généralement utilisée pour exprimer sa gratitude et sa reconnaissance envers quelqu'un ou quelque chose ;
- **Sa prononciation** : il est simple, facile à prononcer et sa détonation fait penser à un mot magique, ce qui pourra faire rêver les enfants.

Édition qui est la matérialisation d'une œuvre de l'esprit. L'association de ces deux termes permet donc d'exprimer l'orientation que nous voulons donner à nos différentes publications ainsi que les cibles qui en découlent.

3. Ligne éditoriale

La maison d'édition Akiba fait de l'épanouissement de l'enfant sa priorité. Visée qu'elle articule autour de la publication de livres permettant à l'enfant d'apprendre tout en se divertissant au moyen des contenus adaptés aux réalités sociales et culturelles auxquelles il peut se reconnaître et en substituer les articulations à son quotidien. Sa ligne de publication prend en compte la promotion et la transmission des valeurs africaines et du patrimoine africain ; le tout en rendant le livre le plus réaliste possible pour que l'enfant s'y plonge.

4. Slogan

« **Lire en s'amusing** ». Nous voulons à travers notre slogan encourager les enfants à la lecture en dehors du cadre scolaire. Dans notre contexte bon nombre d'enfants lisent les livres qui leur sont imposés au programme scolaire. Nous voulons donc que ces derniers sachent qu'en dehors de la lecture consacrée à l'école, il y a aussi une lecture qui est non seulement divertissante mais aussi enrichissante. Une manière subtile de joindre l'utile à l'agréable.

5. Localisation

Les Éditions Akiba se situent au Cameroun, dans la région du Centre chef-lieu Yaoundé, précisément au quartier Nkol-Bisson à 100m de l'UCAC. Nous avons choisi ce lieu pour son calme et son positionnement. En effet, notre entreprise est entourée d'une multitude d'écoles primaires et secondaires. Pour une maison d'édition spécialisée dans la littérature de jeunesse, il nous sera favorable d'avoir ceux-ci proches de nous pour nos différents travaux. C'est également une zone facilement accessible.

6. Statut juridique

Les Éditions Akiba sont une société à responsabilités limitées (S.A.R.L) constituée de cinq associés avec un capital estimé à 10 000 000 FCFA. Nous avons fait le choix de cette forme juridique pour les raisons suivantes :

- La possibilité d'avoir plusieurs associés, car la SARL nécessite deux à cent personnes pour sa création ;

- La responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports c'est-à-dire qu'en cas de dettes sociales contractées par la société, les associés ne peuvent perdre leurs biens personnels. La SARL permet donc aux associés de protéger leurs biens personnels ;
- Les apports des associés sont de diverses natures (apports en nature [tout apport de biens autre que l'argent], en numéraire [argent/liquidité] et en industrie [savoir-faire]) ;
- La SARL survit au décès d'un associé.

De ce fait, les apports des différents associés dans l'entreprise sont :

a. Tableau des actionnaires

Actionnaires	Montant en FCFA	Pourcentage d'actions
Christine Cynthia Nlondog	3 000 000 FCFA	30 %
Brice Eba Eba	2 000 000 FCFA	20 %
Céline Aba'a	2 000 000 FCFA	20 %
Robert Moune	1 500 000 FCFA	15 %
Brenda Enyegue	1 500 000 FCFA	15 %
Montant	10 000 000 FCFA	100

7. Fiche signalétique des Éditions Akiba

b. Fiche signalétique des Éditions Akiba

Nom de l'entreprise	Akiba
Date de création	27 avril 2022
Capital	10 000 000 FCFA
Directrice	Christine Cynthia Nlondog
Statut juridique	S.A.R.L
Domaine d'activité	Edition du livre
Personnel permanent	Cinq (05) personnes
Logotype	
Slogan	Lire en s'amusant !
Siège social	Nkol-Bisson-Yaoundé
Adresse postale	BP 75045, Yaoundé, Cameroun
Contacts téléphoniques	(+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
Adresse électronique	editionsakiba@gmail.com
Site internet	www.editionsakiba.com
Compte Facebook	Éditions Akiba
Compte Twitter	Éditions Akiba

8. Vision, missions, objectifs et valeurs

8.1. Vision

Être leader du marché du livre pour enfants au Cameroun.

8.2. Missions

La maison d'édition Akiba a pour missions de :

- Produire des œuvres ludoéducatives dédiées aux tout-petits ;
- Produire des contenus adaptés au contexte culturel africain en général et camerounais en particulier ;
- Développer une nouvelle vision de l'édition permettant à l'enfant d'être plus à l'aise avec les livres ;
- Produire des contenus visant à développer la construction du raisonnement de l'enfant ;
- Participer au développement intellectuel des enfants camerounais et encourager l'expression de leur créativité.

8.3. Objectifs

À **court terme**, les Éditions Akiba veulent :

- familiariser le public à la littérature de jeunesse ;
- instruire tout en divertissant à travers la lecture ;
- transmettre le patrimoine culturel camerounais aux enfants en publiant des livres à caractères éducatif et culturel ;
- éditer les auteurs des livres de jeunesse ;
- éditer des ouvrages de qualité à des prix abordables ;
- mettre à la disposition du public cible, des ouvrages qui traitent des thématiques capitales pour le développement des jeunes pour le plus grand nombre.

À **moyen terme**, les Éditions Akiba ont pour objectifs de :

- s'insérer dans le segment de l'édition du livre jeunesse et gagner ce marché ;
- publier des livres pour enfants à caractère culturel et adaptés à l'environnement africain ;

- s'étendre sur le territoire national et international ;
- gagner une part de marché considérable au bout de (05) cinq ans ;
- créer un site web pour la vente de nos livres en ligne et la diffusion de nos produits ;
- multiplier les activités promotionnelles de notre maison d'édition et de nos produits.

À **long terme**, les Éditions Akiba ont pour objectifs de :

- rendre disponible tous nos ouvrages en langues nationales et dans les deux langues officielles du Cameroun ;
- adapter nos ouvrages sur d'autres supports à l'instar des supports audiovisuels ;
- être une référence dans la production des livres jeunesse aussi bien en Afrique qu'à l'international ;
- recruter du personnel et agrandir l'activité de la maison ;
- produire des livres avec des brides pour sourds muets ;
- faire des caravanes de lecture dans les écoles d'ici 2030.

8.4. Valeurs

Éduquer et divertir tout en respectant les lois et la déontologie de notre secteur d'activité.

9. Produits et services

1. Produits

Étant une jeune maison d'édition, les Éditions Akiba vont avoir un seul produit à savoir le livre illustré. Après plusieurs années, nous allons multiplier nos produits en faisant des livres audio, audiovisuel, des versions en brides pour les enfants malvoyants.

2. Services

- L'édition : c'est le processus de matérialisation de tous nos projets éditoriaux de la réception du manuscrit à la mise à disposition auprès du public, dans les librairies ou directement aux lecteurs sur un support imprimé ;
- La diffusion : la maison d'édition Akiba va se charger de faire elle-même la diffusion de ses produits dans les différents médias dans le but d'économiser de l'argent. Avoir un attaché de presse dans une jeune maison d'édition va nous pousser à dépenser plus. Notre responsable marketing et de la communication va se charger de faire connaître nos produits dans les différents médias (internet, radio, télévision, presse écrite) ;

- La prestation de service : ici, nous regroupons toutes les activités qui vont nous permettre d’avoir des revenus disponibles pour la réalisation de certaines tâches. Il s’agit entre autre de : la conception des supports de communication, la conception des cartes de vœux, faire- part, la lecture/correction des documents, la mise en page, la formation des auteurs.

3. Les collections

Pour lancer notre entreprise, nous avons créé trois collections qui sont en rapport direct avec notre ligne éditoriale et qui vont regrouper les livres selon les objectifs que nous voulons atteindre. Ces collections sont :

- **Découverte** : les livres de cette collection parlent des aventures d’enfants dans la redécouverte de leur environnement. Des enseignements sont donnés sous forme de jeux créés pour évaluer la compréhension du lecteur, et le pousser à donner son avis et construire un raisonnement.
- **Terroir** : Dans cette collection, les livres font état des contes et légendes africaines en histoire simplifiée pour faciliter la compréhension du lecteur. À la fin des livres, sont posées des questions sous forme de jeux en rapport avec l’histoire racontée.
- **Bien-être** : les livres de cette collection sont axés sur les notions d’hygiène et de vie en société. Ce sont des livres pour les tous petits qui débutent leur cursus scolaire.

c. Tableau des collections

Collection	Niveau de texte	Police	Corps	Alignement	Graisse	Couleur
Découverte (20,5 x 22cm)	Titre	Black brush	30	Centré	Regular	Jaune
	Sous-titre	Play full	18	Centré	Sémi-Bold	
	Texte	Comics	15	Justifié	Régular	
Terroir (14 x 21cm)	Titre	Lato	29	centré	Bold	bleue
	Sous-titre	Tahoma	20	Centré	Sémi-Bold	
	Texte	Comforta	14	Justifié	Régular	
Bien-être (20 x 21cm)	Titre	Impact	30	centré	Bold	Verte
	Sous-titre	Tahoma	24	Centré	Sémi-Bold	
	Texte	Comforta	18	Justifié	Régular	

10. Charte graphique

L'objectif est d'affirmer progressivement une véritable marque, appropriable par tous : le personnel, les partenaires, les fournisseurs, les auteurs, les lecteurs, etc., identifiable et déclinable par sur l'ensemble de nos supports et en toute circonstance. À travers cette charte graphique, nous voulons harmoniser nos productions et assurer une bonne cohérence dans notre communication d'entreprise. En plus de traduire les valeurs de notre entreprise, elle nous guidera dans la bonne utilisation des éléments graphiques de Akiba de sorte que notre marque soit représentée comme il se doit.

1 Logotype



Le choix et la création de notre logo sont portés sur les principes de visibilité et de lisibilité. Notre logo est représenté par « Éditions » et par le nom de notre maison d'édition « Akiba ». L'ensemble de cercles (symbole d'unité et d'harmonie) représente l'union autour des livres.

2 Colorimétrie

Couleur primaire : **Pourpre**

CMJN : C 0 M 100 J 51 N 09

RVB : R 213 V 0 B 74

HEX : #D5004A



Couleur tertiaire : **Noir**

CMJN : C 96 M 84 J 54 N 100

RVB : R 0 V 0 B 0

HEX : #000000

Couleur secondaire : **Blanc**

CMJN : C 0 M 0 J 0 N 0

RVB : R 255 V 255 B 255

HEX : #FFFFFF

Les couleurs que nous avons choisies sont porteuses des valeurs que nous voulons transmettre, mais aussi décrivent l'atmosphère du livre et l'environnement des enfants.

Le pourpre : C'est la couleur de la tempérance et de la royauté, mélange de bleu et de rouge, il associe action réfléchie et lucidité, équilibre entre le ciel et la terre, le sens et l'esprit, la passion et l'intelligence, l'amour et la sagesse. Ses significations sont presque identiques à celle de la couleur rouge. Elle évoque à la fois la vitalité, la joie, l'activité, le dynamisme, le tempérament, l'impulsivité, la chaleur, la passion, l'éveil, la volonté de conquête, le goût de l'action, l'aventure, le feu, le courage, l'excentricité et la vigueur, également le surmenage, le danger, la violence, la colère, la provocation. Le rouge ouvre l'appétit. Quand on parle de cette couleur, un sentiment nous vient en tête : la passion. En effet, le rouge nous fait penser au cœur et est généralement associé à la vigueur, à la volonté et au leadership. Ce sont là des valeurs qui sont propres à notre image de marque.

Le blanc : C'est la couleur de l'innocence, de la pureté, de la propreté, de la paix et de la sagesse. C'est une teinte appréciée et intemporelle qui se prête à merveille à tous les contextes, se marie à la perfection avec toutes les couleurs.

3 Typographie

Typographie du logo

Pour Éditions

Police : Brush script MT

Style de police : Italic

Taille utilisée : 40

Caractères de la police :

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Pour Akiba

Les lettres du mot Akiba ont été dessinées.

Typographie d'administration des Éditions Jedali

- **Grand titre :** Calibri, Bold

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

- **Sous-titre** : Calibri, Regular

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

- **Corps du document** : Times New Roman, Regular

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

4 Interdictions

Ici, les interdictions proscrivent l'utilisation du logo des Éditions Akiba de façon à entacher l'image de l'entreprise ou à dénaturer le logo en mettant en péril les valeurs de l'entreprise.

- **Il est interdit de changer la typographie du logo**



- **Il est interdit d'aplatir le logo**



- **Il est interdit de dissocier les éléments du logo**



- Il est interdit de changer le positionnement des éléments



d. Identité de marque





Papier en-tête de documents



(+237) 694 93 86 72



editionsakiba@gmail.com



www.editionsakiba.com

Pied de page de documents

Lire en s'amusant !

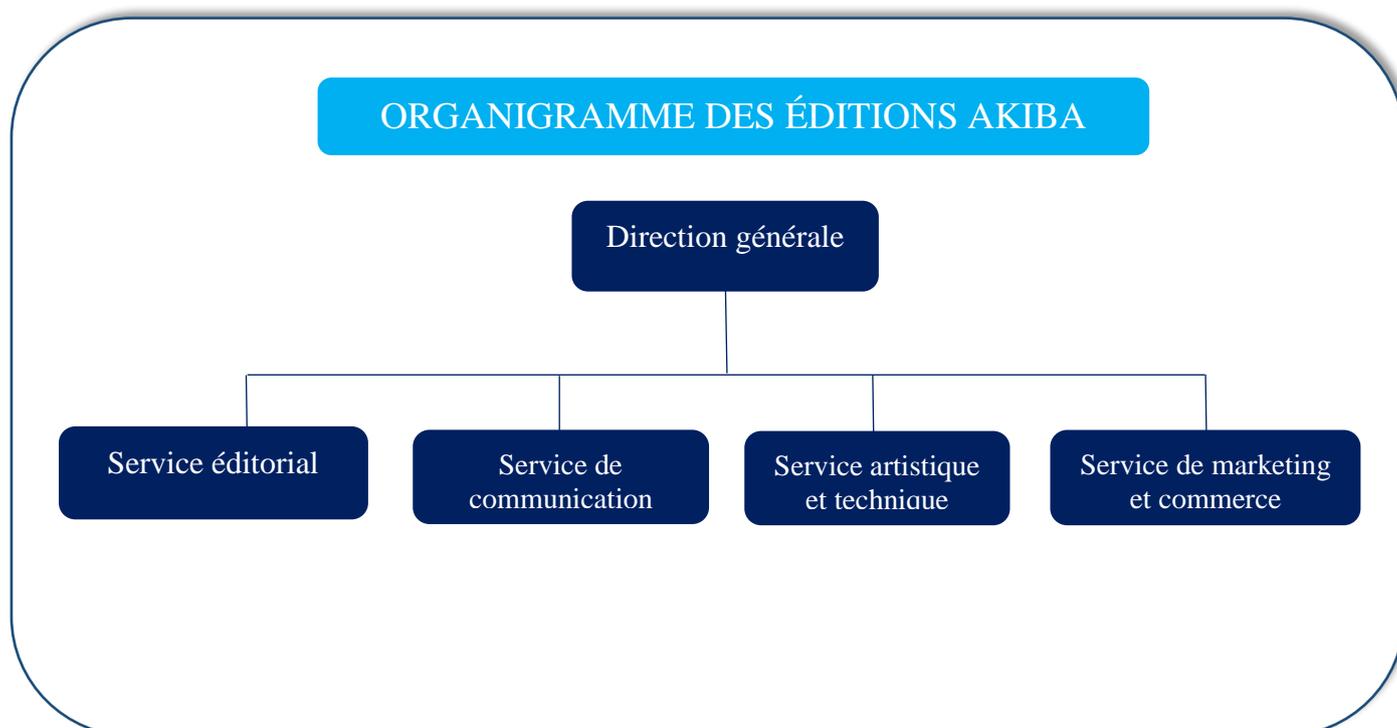


Nkol-Bisson-Yaoundé

11. Organisation et fonctionnement des Éditions Akiba

1. Organigramme

e. Organigramme



Notre entreprise possède plusieurs départements et services en son sein, notamment :

- **La direction**

Occupée par **Mme Christine Cynthia Nlondog**, elle est chargée d'assurer la supervision de la structure et de son personnel, elle représente l'entreprise en interne comme en externe. Elle veille à la gestion équitable des finances pour mener à bien les différents projets. Elle veille au respect de la ligne éditoriale ainsi qu'à l'entretien des relations étroites avec les actionnaires. Elle planifie les activités et s'assure de leur exécution. Elle assure en outre une veille sur les nouvelles tendances du secteur d'activité de l'entreprise. Elle veille à la signature des différents contrats de la maison d'édition. C'est à elle que revient également le pouvoir de recruter la ressource humaine dont elle s'assure de l'assiduité dans le strict respect de la législation du travail.

- **Le service éditorial**

Ce service est sous la responsabilité de **Mme Stone Akoas** qui joue aussi le rôle de secrétaire d'édition. Elle est chargée d'assurer la réception et l'enregistrement des manuscrits et des auteurs, de suivre le parcours des manuscrits depuis sa réception jusqu'à sa forme imprimée en passant par tous les services à l'intérieur de la maison d'édition. Elle est également chargée de la relecture et de la correction des manuscrits, elle travaille en étroite collaboration avec le comité de lecture et la directrice générale de l'entreprise. Elle est chargée de préparer les contrats et d'assurer toutes les tâches éditoriales de la maison d'édition.

- **Le service de communication**

Le service est géré par **M. Servais Noudou**. Il se charge de promouvoir les auteurs et leurs ouvrages et de gérer la visibilité de la maison d'édition auprès du public. Il sert de relai entre les auteurs et la maison, les lecteurs et la maison, les auteurs et les lecteurs. Il publie l'état d'avancement des ouvrages en fonction de leurs caractéristiques. Il s'occupe également des relations avec les partenaires et les différents médias.

- **Le service marketing et commerce**

Assuré par **M. Jean Baptiste Tjombe**. Il est chargée de faire l'étude des marchés et d'évaluer la rentabilité des projets. D'assurer la promotion des produits de l'entreprise en effectuant des annonces dans la presse et les revues spécialisées à la radio et à la télévision. Il coordonne la mise en œuvre et contrôle les résultats. Il assure la communication entre le produit et sa cible, en réalisant des notes de lecture qu'il fait publier dans les journaux. Il organise des séances de dédicaces ; propose à la direction une politique commerciale des produits de l'entreprise. Il est chargé de faire la prospection de nouveaux clients dans l'entreprise, il peut s'agir des librairies et des bibliothèques etc. Il est chargé de mettre au point des stratégies de fidélisation des clients en tenant en compte les exigences de la cible. Il établit également les business plan commerciaux avec une exigence de rentabilité commerciale (objectifs, budgets, leviers, offres, canaux).

- **Le service artistique et technique**

Ce poste est occupé par **Mme Floriane Tchouala**. Elle travaille sur la base des éléments de la charte graphique. Elle reçoit donc des textes et des illustrations avec des indications techniques sur le format, les polices les couleurs etc. qu'elle se doit de respecter en y incluant évidemment son côté artistique et créatif. Elle est chargée de la conception des couvertures (première et quatrième de couvertures), du montage des coffrets, des cadeaux et de la mise en page des différentes maquettes.

Elle s'occupe aussi de la conception des différents supports de communication et ou de la promotion de la maison d'édition en faisant des propositions à la direction et au service commercial et marketing sur le papier les finitions les choix typographiques etc.

2. Fonctionnement

La plupart des œuvres des éditions Akiba sont des œuvres de commande. Le travail éditorial se fait comme suit : conception, élaboration, réalisation, promotion et distribution/vente.

➤ Initiative et conception

- **Idée de publication (éditeur) :** la plupart des œuvres de notre maison d'édition seront des ouvrages de commande. Il s'agit donc lors de cette étape de trouver une idée, un sujet sur lequel la maison d'édition pourrait faire une publication. Le principal intervenant ici est l'éditeur.
- **Étude de marché et évaluation du projet (éditeur et comité éditorial) :** après avoir trouvé l'idée de publication, le comité éditorial se réunit. Dans cette phase, il fait une évaluation du projet pour voir s'il sera rentable, s'il sied avec le marché et les moyens dont l'entreprise dispose pour produire la publication.
- **La conception :** cette phase correspond à la recherche des contenus. La maison lance un appel à manuscrit dans lequel est précisé certaines caractéristiques voulues, notamment : la thématique, la cible, etc. en fonction des collections de la maison. Le service éditorial peut également contacter de potentiels auteurs, leur faire part des projets afin que ceux-ci puissent proposer des contenus adéquats. Par la suite, les manuscrits retenus sont envoyés en relecture correction. Lorsqu'un auteur apporte son manuscrit, ses suggestions peuvent être prises en compte dans le cadre de la réécriture du manuscrit. Ensuite, on enregistre ledit manuscrit pour attendre sa validation par le comité éditorial. La signature du contrat d'édition se fait entre les auteurs et la directrice après validation du projet, suivant des clauses qui arrangent les deux parties.
- **L'élaboration :** après avoir défini le cahier de charges fonctionnel de nos projets éditoriaux, on choisit et modèle la forme des documents en tenant compte des caractéristiques techniques définis au préalable dans la charte éditoriale. C'est également le moment pour l'éditeur d'établir les contrats avec les différents acteurs qui contribueront à la réalisation du projet (auteurs, illustrateurs, infographes, etc.) en tenant compte des engagements de

chaque partie. Les manuscrits reçus par la maison sont mis en lecture puis, évalués par le comité de lecture et le comité éditorial. Le budget prévisionnel est défini et le calendrier du projet est mis sur pieds afin de suivre l'évolution des activités dans chaque service, dans le respect des délais alloués pour la matérialisation du produit. Au même moment, l'illustrateur se charge de proposer des illustrations pour les planches en fonction du découpage narratif qui lui est confié.

- **La réalisation** : une fois le texte et les illustrations prêts, le monteur procède à la mise en page du document. Il se charge également de faire la maquette de la couverture de l'ouvrage. Lorsqu'elle est approuvée, on sort un BAT qui sert de billet d'envoi du manuscrit à l'imprimerie pour impression. L'imprimeur se charge d'imprimer les produits en fonction du nombre d'exemplaires demandés et procède aux finitions.
- **La promotion et distribution/vente** : Il s'agit d'abord d'entamer toutes les actions communicationnelles permettant de faire connaître les ouvrages et les auteurs, ensuite sensibiliser le public sur leur importance en les dirigeant vers les points de vente pour qu'enfin ils puissent les acheter. Elle commence dès que l'ouvrage est soumis à l'écriture ou à la réécriture. Un plan de communication pour les médias sociaux et les médias traditionnels est établi pour chaque projet d'ouvrage. En plus de promouvoir les ouvrages et les auteurs, le responsable de la communication entretient les communautés d'auteurs et de lecteurs de la maison d'édition à travers des stratégies de communication en fonction des centres d'intérêts de ceux-ci. Lorsque les livres imprimés sont disponibles, le gestionnaire de stocks informe les distributeurs. Il peut les acheminer vers eux ou bien ceux-ci peuvent venir les chercher au siège social, cela dépend du contrat ou de la disponibilité des uns et autres. Le gestionnaire des stocks achemine également les ouvrages vers les lecteurs qui commandent soit par livraison directe s'ils sont dans la ville, soit par poste ou par colis via les agences de transport s'ils sont dans des villes environnantes ou à l'étranger.

DEUXIÈME : ÉTUDE DU MARCHÉ

I. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

Le marché éditorial camerounais est beaucoup plus dominé par le livre scolaire, d'où le faible taux d'achat des autres types d'ouvrages destinés à la lecture ou au développement de soi.

1. Environnement Politique

Depuis quelques années, le Cameroun est confronté au phénomène Boko Haram qui se laisse voir dans le grand-Nord du pays. En 2016, il est confronté à la crise dite anglophone qui sévit dans les deux régions anglophones du territoire. En 2022, il subit une inflation due à la guerre en Ukraine. Malgré ces situations, le Cameroun est signataire de plusieurs textes qui favorisent le développement des entreprises locales de notre genre. Cependant, une véritable politique du livre n'existe pas encore au Cameroun, mais le Cameroun dispose du ministère des Arts et de la Culture qui donne l'ISBN à l'éditeur, en vue de la reconnaissance de son produit.

2. Environnement économique

La population locale est plus tournée vers les besoins de première nécessité. Ce qui explique la croissance du PIB et du taux de natalité moyen par an sur le territoire. Mais ceci pourrait davantage encourager la mise sur pied de notre maison d'édition ; car, nous faisons face à un fort potentiel d'achat pour la viabilité de notre jeune entreprise, même si les prix de ventes d'ouvrages ne feront pas toujours l'unanimité.

3. Environnement social

La culture de la lecture est encore reléguée au second plan. La population est plus tournée vers l'achat de certains produits de consommation comme l'alcool ou encore essaye de suivre la tendance occidentale en se munissant de gadgets technologiques leur permettant d'être constamment présents sur les réseaux sociaux. Mais avec la mise sur pieds des sites de vente et de lecture d'ouvrages en ligne, nous avons de fortes chances que nos produits soient consommés et même achetés vu leur forte présence sur la toile.

4. Environnement technologique

Les infrastructures et le savoir-faire en matière de fabrication de livre existent au Cameroun, mais ils coûtent cher aux éditeurs locaux qui préfèrent imprimer leur produit à l'extérieur dans les pays comme : l'Inde, Turquie.

5. Environnement écologique

L'existence d'un ministère en charge de l'Environnement de la Protection de la Nature du développement durable est un indicateur qui prouve que le Cameroun se soucie de l'environnement.

Aussi, l'existence des sociétés de recyclage des déchets plastiques à l'instar de celle de Roger Mila (L'Association Cœur d'Afrique) et celle qui transforme les papiers déjà utilisés en papier hygiénique (Sita) en témoigne à suffisance. Cependant les conditions climatiques varient d'une région à une autre.

6. Environnement légal

Le Cameroun a signé l'accord de Florence qui a pour objectif de faciliter la fabrication du livre en réduisant les douanes et taxes. Il existe aussi la loi de 2000/011/du 19 décembre 2000, relatif aux droits d'auteur et droits voisins, qui consacre la protection de toutes les œuvres du domaine littéraire ou artistique quel qu'en soit le mode, la valeur, le genre. Aussi, le Cameroun est membre de l'OAPI, institution qui contribue à la protection des œuvres de l'esprit. Il existe le ministère des Arts et de la Culture qui vend les codes ISBN et enregistre le dépôt légal.

II. ANALYSE S.W.O.T

1. Forces

Les Éditions Akiba se démarquent par :

- La responsable l'entreprise a été formée en Communication option Édition et Arts graphiques et a des capacités en management d'une entreprise ;
- Le dynamisme et l'engagement des employés qui sont conscients du défi à relever ;
- La capacité des Éditions Akiba à pouvoir allier théorie et pratique dans l'exercice de leurs fonctions au quotidien, le personnel ayant reçu des formations en lettres et en édition pour la plupart ;
- La maîtrise des Technologies de l'Information et de la Communication ;
- Nous exploitons les réseaux sociaux pour la promotion de nos produits et de nos auteurs pour une plus grande visibilité sur le plan international ;

- Nous sommes spécialisés dans la publication des produits à destination des enfants afin de les encourager à la lecture, de leur inculquer l'amour de la lecture et de les éduquer à travers toutes nos publications ;

2. Faiblesses

Les limites d'Akiba sont :

- le manque de notoriété ;
- le manque de moyens financiers nécessaire à la publication des produits ;
- le capital réduit ;

3. Opportunités

- Être un leader et une référence sur le marché du livre jeunesse au Cameroun et en Afrique ;
- La possibilité de recevoir des financements du ministère de l'Éducation de base ;
- la possibilité d'être subventionnée par l'UNESCO, militants pour la cause des enfants, le ministère du tourisme et des loisirs;
- le numérique qui nous permet de toucher un grand nombre de personnes en peu de temps.

4. Menaces

- la complexité du marché éditorial ;
- la contrefaçon des ouvrages ;
- faire faillite ;
- le manque de moyens pour subvenir aux fortes crises économiques, sanitaires, etc.

III. ÉTUDE DE LA CONCURRENCE

1. Concurrents directs

- Éditions Akoma Mba ;
- Éditions Adinkra;
- NMI Education.

2. Concurrents indirects

- Éditions proximité ;
- Éditions CLE ;
- Ifrikya

3. Concurrents étrangers

- Nathan ;
- Gallimard ;
- Édicef ;
- Hachette.

4. Forces

- la notoriété grâce à l'ancienneté et aux prix littéraires ;
- l'expérience dans le domaine ;
- la maîtrise des réseaux et du marché de l'édition ;
- l'acquisition des parts du marché ;
- la possession de catalogues fournis ;
- la présence de plusieurs produits sur le marché.

5. Faiblesses

- non maîtrise du marché éditorial camerounais ;
- non maîtrise des réalités socioculturelles camerounaises ;
- contenus pas vraiment adaptés au contexte camerounais ;
- la majorité des éditeurs ont des employés et même des directeurs non spécialisés, formés sur le tas ;
- la mauvaise qualité des produits de certains éditeurs ;
- la non-maîtrise des métiers de l'information et de la communication ;
- beaucoup de maisons ne disposent pas de site web ;
- pour ceux ayant des sites web, nous relevons un manque de mise à jour de ces derniers.

IV. BUSINESS MODEL CANVAS

f. Tableau du business model canvas

<p>Partenaires clés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unesco ; • Ministère de l'éducation de base ; • Ministère du tourisme et des loisirs ; • Iby ; • Colorix 	<p>Activités clés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relecture-correction ; • Atelier d'écriture ; • Editions et publications d'ouvrages ; • Mise en page ; • Conception des supports de communication ; 	<p>Offre (proposition de valeur)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Livres illustrés pour enfants qui mettent en exergue le patrimoine africain ; 	<p>Relation client</p> <ul style="list-style-type: none"> • B to C (les livres que nous produisons sont pour les lecteurs) ; 	<p>Segments de la clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les enfants à partir de 6 ans ; • Les enfants en général ; • Toutes personnes s'intéressant à la lecture ;
	<p>Ressources clés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ressources humaines : personnel • Ressources matérielles (mobiliers, matériel de travail) ; • Ressources immatérielles (logiciels) ; • Ressources financières ; • Ressources techniques ; 		<p>Canaux de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> • Téléphone ; • Médias sociaux (pages dans nos réseaux sociaux) ; • Newsletter Boite e-mail ; 	

<i>Structure des coûts</i>	<i>Sources de revenus</i>
<ul style="list-style-type: none">• Promotion du livre ;• Salaires du personnel ;• Paiement de la location ;• Fabrication du livre ;	<ul style="list-style-type: none">• Vente des livres ;• Prestations de services ;• Cession des droits ;

V. PLAN DE FINANCEMENT

1. Besoins initiaux à financer

g. Tableau du plan de financement

Matériel informatique	
Desktop HP (05)	600 000 FCFA
Onduleur	150 000 FCFA
Clés USB (03)	15 000 FCFA
Matériel de sécurisation	
Antivirus	40 000 FCFA
Matériel de connexion internet	
Modem (01)	68 000 FCFA
Matériel de bureau	
Tables	200 000 FCFA
Chaises	150 000 FCFA
Imprimante scanner	150 000 FCFA
Boîtes d'archives	5 000 FCFA
Étagères sur le mur	30 000 FCFA
Rames de papier	15 000 FCFA
Stylos à billes	15 000 FCFA
Total	1 438 000 FCFA

h. Masse salariale

Noms et prénoms	Postes	Salaire
Christine Cynthia Nlondog	Directrice générale	150.000
Stone Akoas	Responsable éditorial	120.000
Servais Noudou	Responsable communication	100.000
Jean Baptiste Tjombe	Responsable marketing et commerce	100.000
Floriane Tchouala	Responsable artistique et technique	100.000
Total	05	570.000
Total sur un an		6.840.000 FCFA

TROISIÈME PARTIE : PRÉSENTATION DU PROJET
ÉDITORIAL PUBLIÉ PAR ÉDITIONS AKIBA

I. CONTEXTUALISATION DU PROJET

1. Idée du projet

Après une étude empirique, nous avons constaté que les enfants camerounais ont une connaissance du patrimoine étranger au détriment du leur. Ils connaissent des monuments français, américains, anglais... Mais la majorité d'entre ne connaît pas les monuments présents dans leur pays.

Ainsi, pour amener les uns et les autres à connaître davantage leur patrimoine culturel, nous avons décidé de mettre sur pied un livre illustré qui met en exergue les monuments du Cameroun afin qu'ils les découvrent tout en s'amusant.

2. Résumé du projet

Le premier projet des **Éditions Akiba** est la production d'un livre de la collection *Découverte*. Les livres de cette collection parlent des aventures d'enfants dans la redécouverte de leur environnement. Des enseignements sont donnés sous forme de questionnaire créés pour évaluer la compréhension du lecteur, et le pousser à donner son avis et construire un raisonnement. Ce livre nous parle de deux enfants âgés de 06 ans qui font un rêve dans lequel ils font le tour du Cameroun grâce à une carte qu'ils ont trouvée en rentrant de l'école.

3. L'auteur et le titre du livre

Ebriben est originaire du Centre au Cameroun. Sa création s'est nourrie de son amour pour son pays. C'est quelqu'un qui fait de l'épanouissement des enfants sa priorité. Il est médecin généraliste et est également titulaire d'un diplôme en informatique.

Au départ, le manuscrit portait le nom de *Eba et Aba au Cameroun*. Ce titre a subi une modification après son passage au comité de lecture et éditorial. Après lecture des différentes fiches de lecture, voici quelques titres proposés : *l'aventure de Eba et Aba, la carte magique*. Après consultation et échange avec l'auteure, le titre s'est vu modifier en *Eba et Aba visitent le Cameroun*. Ce titre a été adopté pour permettre aux enfants d'apprendre à travers leurs semblables, c'est à dire, à travers des enfants comme eux. Il leur permettra facilement de se miroiter à travers les personnages, ce qui stimulera plus vite leur désir d'apprentissage. En plus, les noms utilisés sont communs et facile à retenir pour la cible. Nous avons voulu que ceux-ci voient en eux des aventuriers qui découvrent leur pays.

4. Décision de publier

- Le rapport du comité de lecture

En résumé, l'originalité du thème et des personnages, les enseignements émanant du livre, le contenu attrayant nous ont satisfait. Le contenu est adapté à la cible et l'auteur a respecté les désirs de l'éditeur. Les remarques sont les suivantes :

- le texte est complet ;
- le vocabulaire et la grammaire sont appropriés ;
- le texte est cohérent ;
- certaines parties de l'histoire sont à réécrire.

La prise de décision de publier et l'avis du comité éditorial

Face à l'avis favorable du comité éditorial et aux observations du comité de lecture, nous avons entrepris d'intégrer toutes les corrections, avec l'approbation de l'auteur. Nous nous sommes basés sur les éléments suivants pour prendre le risque de publier :

- l'avis favorable du comité éditorial ;
- la valorisation du patrimoine africain. Ce qui va de pair avec notre ligne éditoriale ;
- un marché accessible et pas saturé par les publications locales, pour ce qui est du domaine de la littérature de jeunesse ;
- l'originalité du thème ;
- la cible qui est très large.

5. Intérêt du projet

Le projet de publication de notre maison d'édition propose des intérêts spécifiques qu'il est important de noter

a. Intérêt culturel

Le livre est avant tout un produit culturel. La publication d'un tel livre permet au lecteur de découvrir un univers africain et culturellement enraciné. Ceci se manifeste à travers le patrimoine que nous voulons transmettre à la jeunesse et les illustrations qui représentent notre environnement culturel.

b. Intérêt social

À travers notre publication qui est principalement destinée aux enfants, ceux-ci pourront s'habituer à la lecture dès le bas âge. Les valeurs que nous voulons transmettre à la jeunesse permettront à celle-ci d'apprécier davantage leur pays.

c. Intérêt didactique

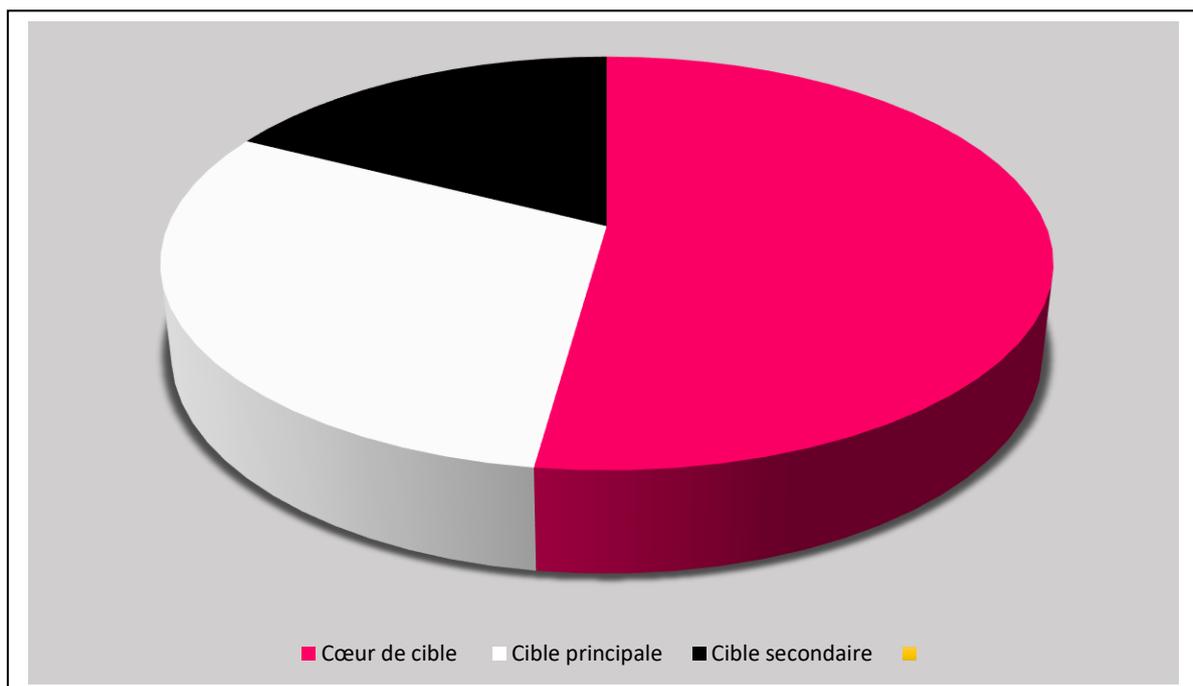
L'une des fonctions à laquelle la littérature s'est toujours attardée en dehors de la fonction ludique est sa fonction didactique. En lisant, les enfants s'imprègnent et enrichissent leur vocabulaire par de nouvelles expressions, l'art de l'écriture et le développement de l'imaginaire.

- **Intérêt stratégique**

- L'amélioration de l'image de la population camerounaise sur le plan international.

6. La cible

i. Graphique de représentation de la cible



La cible peut se définir comme le consommateur final du produit. C'est celle pour qui nous décidons de publier. Elle se définit en fonction du genre du produit éditorial. En ce qui concerne la nôtre elle se segmente comme suit :

- **La cible principale** : les enfants ;
- **La cible secondaire** : les établissements primaires, les espaces de loisirs pour enfants, les Organisations non gouvernementales et les associations de défense des droits des enfants ;
- **Le cœur de cible** : les enfants scolarisés et âgés à partir de 06 ans.

7. Caractéristiques techniques de l'ouvrage

- Format : 20,5 cm x 22 cm
- Dos : 1 cm
- Genre : livre illustré ;
- Titre du livre : ***Eba et Aba visitent le Cameroun*** ;
- Collection : découverte ;
- Éditeur : Les Éditions Akiba ;
- Auteur : Eriben ;
- Illustrateur : Walish Art ;
- Langue de production : **français**
- Nombre de pages : **52**
- Mode d'impression : quadrichromie
- Logiciel de traitement du texte : Microsoft word 2016 ;
- Logiciel de traitement des images : **Adobe Illustrator et Photoshop**
- Logiciel de montage : Adobe In Design CC 2019
- Papier interne : **couché mat 150g intérieur**
- Papier de couverture : **couché brillant 170g encollé sur carton 1000 g en quadrichromie**
- Façonnage : dos carré, cahiers collés,
- Supports : **papier**

- Nombre de cahiers : 13 cahiers de 4 pages
- Prix de vente : 5000 FCFA
- Distributeurs : Les peuples noirs et D&L ;
- Emballage : paquets de 10 livres.

8. Les précautions juridiques

Ce sont les mentions qui permettront de défendre l'authenticité de notre publication.

8.1. Mentions légales

Détenteur du copyright : Éditions Akiba

Nom de la responsable de publication : Cynthia Nlondog

Coordonnées :

Contacts téléphoniques : (+237) 694 93 86 72

Adresse électronique : christinenlondog@gmail.com

Auteur, illustrateur et coordonnées :

Auteure : Ebriben (+237) 697 03 40 28

Illustrateur : Walish Art (+237) 690 25 82 14

8.2. Contrats

Avec chaque auteur :

Type de contrat : contrat d'édition (cf. Annexes Contrat d'édition)

Objet du contrat : *Aba et Eba visitent le Cameroun* d'après les caractéristiques techniques suscitées

Droits cédés : droits patrimoniaux cédés à l'éditeur

Durée du contrat : jusqu'à cinquante ans après la mort de l'auteur d'après la réglementation camerounaise

Territoire d'exploitation : Cameroun

Rémunération : 8% à payer chaque douzième mois après le début de la vente de l'ouvrage **Avec les sous-traitants :**

- L'illustrateur : il détient entièrement les droits des images et détient uniquement les droits d'exploitation dans le cadre de l'ouvrage ;

- L'imprimeur : à travers un bon à tirer (BAT), il n'est responsable d'aucune erreur de contenu après le BAT et fera l'objet de poursuites judiciaires au cas où il imprime plus de 2000 exemplaires commandés mis à part les gâches ;
- La mise en page : elle fait l'objet d'une rémunération mensuelle.

8.3. Charte de la vie privée

Droit de l'image : il appartient à Walish Art et le nom figure sur l'ouvrage.

8.4. Crédits à mentionner

Illustrateur : Walish Art (+237) 690 25 82 14

Imprimeur : Colorix (+237) 678 689 268

9. Production du livre

9.1. Les étapes de production du livre

1) Réception et évaluation du manuscrit

Après réception et enregistrement du manuscrit, celui-ci est évalué et analysé par l'ensemble du comité de lecture en compagnie du responsable éditorial de la maison. Les avis sont annotés sur une fiche de lecture, ce qui permet de ressortir l'appréciation générale du manuscrit. Une fois ceci fait, une note est envoyée à l'auteur pour lui faire part du rejet ou de l'acceptation de publication de son ouvrage. Ces deux étapes sont indissociables, raison pour laquelle elles s'opèrent au même moment.

2) Signature du contrat

Il est question ici de signer le contrat d'édition avec l'auteur qui va rédiger l'ouvrage en ressortant les attributions et les garantis de chaque partie.

3) Lecture-corrrection

L'évaluation concerne le fond des textes. Elle est coordonnée par le directeur d'ouvrage assisté du responsable éditorial. Il s'agit de souligner les faiblesses et les manquements de l'ouvrage. Au terme de cette première évaluation générale, un découpage illustratif est proposé ainsi qu'une fiche technique des personnages et un descriptif des planches, pour ressortir les détails voulus sur chaque planche en fonction de la scène représentée. Elle vise également à peaufiner la pensée de l'auteur.

4) **Commande d'illustrations**

Le responsable éditorial entre en contact avec un illustrateur en fonction du style voulu par l'auteur. Celui-ci reçoit en retour le découpage, la fiche technique des personnages et la description des planches ; documents qui lui permettront de mieux s'approprier l'histoire afin de réussir les dessins. L'éditeur signe un contrat avec l'illustrateur en mentionnant les délais de réalisation des illustrations et le montant à verser pour cette tâche.

5) **Mise en page du livre**

Lorsque le livre est relu, le graphiste coule les textes dans la maquette et applique les feuilles de style conçues pour chaque niveau d'information et élément graphique. Il intègre également les images envoyées par l'illustrateur.

6) **Relecture/correction**

C'est l'étape de vérification des coquilles du manuscrit.

7) **Montage de la maquette de couverture**

Elle est faite par un spécialiste en montage ou par une personne compétente de la maison d'édition en fonction des caractéristiques prédéfinies.

8) **Sorties des épreuves**

Ici, des premiers exemplaires sont tirés pour les dernières vérifications avant envoi des BAT à l'imprimerie. On peut déjà entamer la diffusion de l'ouvrage en faisant des annonces de parution sur les réseaux sociaux, de même que sur la plateforme de la maison d'édition.

9) **Impression**

Il s'agit pour l'éditeur d'envoyer le bon à tirer à l'imprimeur pour impression. L'ouvrage subira plusieurs retouches pour qu'au final on obtienne le produit fini voulu.

10) **Suivie en fabrication, façonnage et emballage**

Il s'agit de suivre le travail à l'imprimerie pour être sûr qu'il a été entamé et qu'il sera prêt dans les délais impartis pour sa réalisation. Ceci permet de rendre des comptes à l'auteur au fur et à mesure que le travail avance en lui donnant la date probable de livraison. Il sera ensuite acheminé chez l'éditeur dans des emballages afin d'éviter toutes destruction.

11) **Distribution**

C'est à ce niveau que l'on peut acheminer les produits dans les points de vente.

CALENDRIER EDITORIAL

j. Calendrier éditorial

Identifi cation des tâches	Périodes																			
	Juillet				Août				Septembre				Octobre				Novembre			
	Se m 1	Se m 2	Se m 3	Se m 4																
Réception du manuscrit																				
Évaluation du manuscrit																				
Signature du contrat																				
Lecture/correction																				
Commande d'illustrations																				
Mise en page du livre																				
Relecture/correction																				
Montage de la maquette de couverture																				
Sorties des épreuves																				
Suivie en fabrication, façonnage et emballage																				
Distribution																				

La structure du livre

Pages liminaires de début

- Page de garde ;
- Page de faux titre ;
- Page de Copyright et ISBN ;
- Dédicace ;

Texte

- Pages d'illustrations sur lesquelles sont posées le texte.

Pages liminaires de fin

- 12) Page de présentation des auteurs ;
- 13) Page d'achevé d'imprimer et dépôt légal.

Contenu de la première de couverture

- Titre de l'ouvrage ;
- Nom de l'auteur ;
- Nom de l'illustrateur ;
- L'illustration de la première de couverture ;
- Logo de la maison d'édition ;

Contenu du dos

- Nom de l'auteur ;
- Titre de l'ouvrage ;
- Nom de la maison d'édition.

Contenu de la quatrième de couverture

- Cible de l'ouvrage ;
- Texte de quatrième ;

- Thèmes ;
- Une illustration ;
- Numéro ISBN,
- Code barre ;
- Prix du livre.

DEVIS DE PRODUCTION POUR UN TIRAGE DE 2000 EXEMPLAIRES

Nous avons un livre de 52 pages, intérieur sur papier couché mat 150g en quadrichromie, couverture quadrichromie encollé sur un carton de 1000g pelliculé en brillant. Quantité : 2000 exemplaires. Reliure à chaud dos carré. Le format de notre livre illustré est 20,5 X 22 cm.

1. FRAIS EDITORIAUX

2. FRAIS D'IMPRESSION

Nous commençons par aborder la notion de cahier et donc de nombre de pages internes.

Étant entendu que le calcul des feuilles de papier couverture sera lui aussi fait de la même façon.

a. CALCUL DU PAPIER

Le nombre de cahiers :

Nombre de cahiers : **52 pages / cahier de 4 pages = 13 cahiers.**

Nous allons imprimer en 2000 ex on aura donc 2000 x 13 cahiers soit 26 000 feuilles.

26 000 feuilles sont donc le nombre de feuilles de papier hors gâche au format final.

Gâches mise en train.

75 x 2 côtés x 4 couleurs ce qui fait 600 feuilles

Nous avons donc en gâche de mise en train **600 feuilles.**

Gâches de roulage

3 % pour la première couleur et 2% pour les suivantes. On aura donc un total de 9 %, car (3% première couleur, + 2%+ 2%+2%) donne un total de 9 %, car les autres couleurs valent 2% chacune. 9% x 26 000 donne **2 340 feuilles.**

Gâches de façonnage

On aura donc 2% X 600 ce qui donne **12 feuilles**.

Le nombre de feuilles total = 26 000 + 600 + 2 340 + 12 = 28 952 feuilles.

N.B. : Papier d'achat A1 = 84,1 x 59,4 cm, notre papier du livre ira 6 fois dans celui-ci. Pour un ratio final de $28\ 952 / 6 = 4\ 826$ feuilles

La quantité de feuilles pour l'impression interne est donc **4 826 feuilles**.

Si une rame de papier A1 - 150 g couché mat de 250 feuilles coûte 34 000 F

Nous aurons : $4\ 826 / 250 = 20$ rames donc $20 \times 34\ 000 = 680\ 000$ F

Calcul pour la couverture

Nous tirons 2000 exemplaires donc on a besoin de 2000 feuilles de papier.

Nombre de feuilles hors gâche est donc de 2000 feuilles.

Gâches de mise en train

75 feuilles par côté de feuilles à imprimer et par couleur ce qui donne 75 feuilles x 1 coté x 4 couleurs (quadri) ce qui donne 75 x 1 x 4 et donc 300 feuilles.

Gâches de roulage

3%+2%+2%+2% donnent 9 %

9% x 2000 donne 180 feuilles

Gâches de façonnage

(2000 x 2%) donne 40 feuilles

Soit un total de gâche de **2 520** feuilles.

N.B. : Papier d'achat A1 = 84,1 x 59,4 cm, notre papier du livre ira 6 fois dans celui-ci. Pour un ratio final de $2\ 520 / 6 = 420$ feuilles

Si une rame de papier A1 – 170g couché brillant de 250 feuilles coûte 30 000 F

Nous aurons besoin de 2 rames. Soit $30\ 000 \times 2 = 60\ 000$ F

Si une rame de carton A1 - 1000g de 50 feuilles coûte 100 000 F

Nous aurons : $2000 / 6 = 334$ feuilles au format d'achat

$334 / 50 = 7$ rames donc $7 \times 100\ 000 = 700\ 000$ F est le prix d'achat des cartons

Coût du papier.

$$\underline{680\ 000 + 60\ 000 + 700\ 000 = 1\ 440\ 000\ \text{F}}$$

b. FLASHAGE

- Intérieur

$$\underline{14 \times 10\ 000 = 140\ 000}$$

- Extérieur

$$1 \times 10\ 000 = 10\ 000$$

c. CALLAGE

$$\underline{14 \times 10\ 000 = 140\ 000}$$

d. ROULAGE

$$\underline{4826 + 420 = 5\ 246 \times 4 \times 7 = 146\ 888\ \text{F}}$$

e. FACONNAGE

$$\underline{500 \times 2\ 000 = 1\ 000\ 000\ \text{F}}$$

k. Devis de production

	Frais fixes Fcfa	Frais variables Fcfa	2000 exemplaires
1. Les frais éditoriaux Cas d'une œuvre de commande			
1.1 Montant à verser aux auteurs	470 000 FCFA		
250 000F pour le scénariste 220 000F pour le dessinateur			
1.2. Préparation correction, relecture			
Le responsable éditorial a travaillé pendant 10 jours Il touche un salaire de 120 000 FCFA par mois en 22 jours de travail globalement en excluant le samedi et le dimanche. Il est pris en charge à la caisse à raison de 30 % (charges sociales) Nous devons donc évaluer le coût de ses dix jours de travail sur le livre.			

<p>Si en 22 jours il gagne 120 000 FCFA. En 10 jours il gagne combien ce qui fait $10 \times 120\,000 / 22$ ce qui donne 54 545 Fcfa</p> <p>À ce montant il faut ajouter la sécurité sociale de 30 %</p> <p>$54\,545 \times 30\%$ donne 16 363 FCFA</p> <p>Le total est donc $54\,545 + 16\,363 = 70\,908$ Fcfa</p> <p>2. Frais de prépresse</p> <p>2.1. Traitement des illustrations et mise en page</p> <p>Temps passé au scanner et au traitement des illustrations par le metteur en page. Notre ouvrage a 22 dessins.</p> <p>Et notre metteur en page gagne 100 000 FCFA par mois. 15 minutes par dessin en couleurs</p> <p>15 min x 22 donne 330 min soit 22 heures or la journée de travail vaut 8 h soit 2,5 jours.</p> <p>Le metteur en page gagne 100 000 FCFA par mois en 22 jours.</p> <p>En 2,5 jours il gagne combien.</p> <p>$2,5 \times 100\,000 / 22$ soit 11 364 FCFA</p> <p>Il faut aussi ajouter la charge sociale de 30 % soit</p> <p>$11\,364 \times 30\%$ soit 3 410</p> <p>Soit 14 774 FCFA</p> <p>II.2 Exécution de la mise en pages</p> <p>Soit ¼ h par page soit 15 mn par 52 pages soit 2400 mn</p> <p>Soit 40 heures qui font 5 jours</p> <p>Si en 22 jours il gagne 100 000</p> <p>En 5 jours il gagne combien</p> <p>$5 \times 100\,000 / 22$ qui donne 22 728</p> <p>Les charges sociales sont de</p> <p>$22\,728 \times 30 / 100$ ce qui</p>	<p>54 545 Fcfa</p> <p>14 774 FCFA</p>		
--	--	--	--

<p>donne 6 819 FCFA Soit un total mise en page de 22 728+ 6 819= 29 547 FCFA II.3 Les films. L'ouvrage étant en quadrichromie entièrement On procédera par des films. C'est le A1 qui est disponible sur le marché A1 59,4 x 84,1cm. Donc notre travail sera facturé comme un A1. Nous avons ainsi 14 cahiers en recto Soit une sortie de film de : 14x10000= 140.000 F</p> <p>La couverture est au format 20,5 x 22 cm on la range dans les A1. Le flashage d'un A1 en quadri donne 10 000 FCFA donc son flashage sera de 10 000 FCFA donc flashage interne et couverture donnent 150 000 FCFA</p> <p>III. Frais d'impression facturés par l'imprimeur III.1.Montage et insolation Nombre de plaques Le calage est facturé à 10 000 FCFA par plaque La plaque (montage et insolation) est facturée à 10 000 FCFA On a donc 10000 x 14 Calage jusqu'à l'obtention de la bonne copie. On aura donc. Papier interne déjà calculé Papier couverture déjà calculé Roulage interne à 7 FCFA Pour l'intérieur on a eu 4826 feuilles Pour la couverture 420 feuilles Si le passage vaut 7 FCFA</p>	<p>29 547 FCFA</p> <p>150 000 FCFA</p> <p>140 000 FCFA</p>	<p>1 440 000 F</p> <p>146 888 FCFA</p>	
---	---	--	--

<p>On aura donc $4826 + 420 = 5\,246$ $\times 4 \times 7 = 146\,888$ F</p> <p>FCFA ce qui donne 5. Façonnage environ 500 FCFA l'exemplaire Ce qui fait pour 2000 exemplaires 2000 x 500</p> <p>Coût total = coût fixe + coût variable</p>	<p>858 866 FCFA</p>	<p>1 000 000 FCFA</p> <p>2 586 888 FCFA</p>	
---	----------------------------	---	--

Coût total donne 3 445 754 FCFA

1. Coût total

Coût total = Frais Fixes + Frais Variables

$$CT = 858\,866 + 2\,586\,888$$

$$CT = \mathbf{3\,445\,754\ FCFA}$$

2. Coût unitaire

Coût unitaire = CT / Nbr d'exemplaire

$$CU = 3\,445\,754 / 2000$$

$$CU = 1.899,87\ FCFA$$

Prix de vente estimatif du livre

1. Prix de vente estimatif

Prix de revient		1.899,87
Distribution et diffusion	1.899,87 x 40%	759,948
Coût de promotion	1.899,87 x 10%	189,987
Coût de fonctionnement	1.899,87 x 20%	379,974
Marge bénéficiaire	1.899,87 x 10%	189,987
Prix de vente estimatif hors taxe	Total	3419,766
Droit d'auteur	3419,766 x 10%	341,9766
TVA	3419,766 x 18%	615,55788
Prix de vente public taxes comprises		4 378 = 5000

Le prix de vente de notre ouvrage est **5000 frs**

Calcul du seuil de rentabilité

Pour trouver notre seuil de rentabilité nous devons d'abord trouver la marge brute.

Marge brute = (prix de vente public – (tva + droit d'auteur + diffusion et distribution). Nous avons donc : $5000 - (615,55788 + 341,9766 + 759,948) = 5000 - 1717,5 = 3282,5$

Seuil de rentabilité = coût de production / marge brute. Nous avons donc :

$3\ 445\ 754 / 1717,5$ qui donne **1050**.

Donc c'est après avoir vendu **1050** exemplaires que le projet sera rentable.

QUATRIÈME PARTIE : SUIVI DU PROJET ÉDITORIAL

1. Plan de communication

Pour qu'un livre soit connu, il est important de faire parler de lui. De mener plusieurs activités permettant de faire connaître l'entreprise et ses produits. Dans notre cas, il s'agit d'une nouvelle maison d'édition qui aimerait mettre son tout premier produit sur le marché. Ainsi, nous avons pensé à plusieurs stratégies avant, pendant et après la publication de notre produit permettant de faire connaître non seulement notre entreprise, mais aussi ses produits, afin de toucher efficacement notre cible et de recruter de nouveaux clients. Parce que la cible principale de notre livre ne peut pas l'acheter, les stratégies mises sur pied dans le cadre de la promotion seront orientées vers les personnes ayant le pouvoir d'achat : les parents de ces enfants.

Avant la parution de l'ouvrage

Nous avons opté pour une communication digitale à travers notre site web et sur les médias sociaux parce qu'ils permettent une forte visibilité et une analyse instantanée de la communication sur nos produits.

Notre plateforme est dynamique et sert de vitrine entre nos lecteurs et notre maison d'édition. Nous l'utilisons pour la présentation de notre entreprise et de nos services, pour la commercialisation de nos ouvrages, pour publier des articles et des offres... Après la relecture/correction de l'ouvrage, nous avons publié une annonce de parution sur notre site internet afin de donner un aperçu et attirer de potentiels clients. Les médias sociaux servent à les attirer vers notre site internet. L'avantage est qu'ils sont gratuits. De ce fait, nous nous déploierons sur Facebook, Twitter et Instagram.

Facebook

Nous utilisons ce réseau pour informer des parutions en cours au sein de la maison, pour valoriser notre personnel et pour communiquer sur les événements de notre maison.

Twitter

Nous utilisons ce réseau social pour informer en temps réel de nos activités. Il devient de plus en plus le réseau social qui développe le service client en raison de son instantanéité. Nous l'utilisons pour répondre aux préoccupations de nos lecteurs. À travers des liens, des articles, des contenus attractifs et des hashtags (mot-clé précédé du signe #, permettant de retrouver tous les messages d'un micro blog qui le contiennent), nous attirons davantage nos lecteurs vers notre site web.

Instagram

Nous utilisons ce réseau pour son taux de visibilité sur le plan international et son grand nombre d'abonnés.

La descente dans les établissements

Il est interdit de vendre des ouvrages au sein des établissements. De ce fait, notre descente dans les établissements scolaires primaires du sous-système anglophone et francophone, consistera à rencontrer les chefs d'établissements afin qu'il nous permette de sensibiliser en distribuant des dépliants et des flyers aux enfants à la sortie des classes. Ces dépliants et flyers annonceront la parution nouvelle de l'ouvrage et présenteront brièvement notre maison d'édition. Les enfants devront ensuite les présenter aux parents qui auront déjà une idée sur le produit avant sa sortie officielle et sur la maison d'édition.

À la parution du livre

Nous effectuerons notre communication de plusieurs manières :

Communication auprès de notre cible

Ce type de communication consistera principalement à aller auprès de notre cible principale afin de l'informer de l'existence de notre produit. Nous allons distribuer des invitations aux élèves à remettre à leurs parents pour la cérémonie de dédicace.

Communication dans les médias

La télévision

Notre stratégie se concentrera principalement vers la télévision qui est l'un des médias les plus écoutés. Notre choix a été porté en particulier vers la Crtv, Vox Africa et Canal 2. Nous choisissons ces trois chaînes parce qu'elles ont un impact dans le monde des médias et jouissent d'une grande audience. Nous avons pensé à une diffusion sur trois mois. Cette communication sur la durée permettra de toucher et sensibiliser le public dans le but d'encourager l'acte d'achat.

La participation de notre auteur à ces rendez-vous sera un plus pour notre maison d'édition et un très grand avantage pour la diffusion et la distribution de l'ouvrage.

- **La Crtv (03) passages :** nous envisageons passer aux émissions « Tam-tam week-end », « Bonjour le Cameroun » et au journal de 20h30. Ceci nous permettra de faire connaître notre livre et son auteur et d'inviter le public ainsi que la chaîne de télévision à la cérémonie de dédicace.

- **Vox Africa (02 passages) :** nous passerons aux émissions « **Voxbook** » et « **Africanité** ».
- **Canal 2 International (03) passages :** nous passerons aux émissions « **Canal Matin** », « **CKoment** » et « **Jambo** » pour présenter notre produit et inviter le public et la chaîne de télévision à la cérémonie de dédicace.

La radio : Crtv Poste national, Radio Balafon, Sweet FM

Nous avons choisi Radio Balafon à Douala et l'émission « **Comme un Roman** » de la CRTV Poste National à Yaoundé pour leur forte audience. Quant à Sweet FM, nous l'avons choisie parce qu'elle a un programme culturel de promotion de livre notamment « **Espace livre** ».

La presse écrite

Nous allons faire une note de lecture qui paraîtra dans le quotidien **national Cameroon Tribune** et **Le Jour** pour passer une annonce sur la parution de notre livre dans leur rubrique culture.

Internet

Nous allons mener une communication sur notre site web et sur les autres réseaux sociaux où nous possédons des comptes et chaînes. Sur le site web, nous publierons la note de présentation de l'ouvrage. Sur les réseaux sociaux, le visuel de parution de l'ouvrage et l'affiche de la dédicace de l'ouvrage. Nous décidons également d'entrer en contact avec l'influenceur Peupah Zouzoua pour plusieurs raisons. Il est suivi par plus de 500 000 personnes, ses publications sont toujours likées et commentées. Il peut donc par ses publications inciter ses fans à acheter le livre pour leurs enfants ou pour leurs proches et participer aux cérémonies de dédicaces.

Communication dans les hors-médias

L'affichage

Nous allons concevoir des visuels de parution de l'ouvrage et des cérémonies de dédicace et les afficher dans les lieux stratégiques tels que : devant les écoles primaires, à la poste centrale, devant les lieux de consommation du livre (bibliothèques, poteaux, librairies, papeteries).

Les cérémonies de dédicace

Nous avons opté pour l'organisation de deux dédicaces, notamment : une dans la salle de spectacle de l'Institut Français du Cameroun (IFC) de Yaoundé le mercredi 03 novembre 2022 à 15 heures ; une autre le 17 novembre 2022 à l'Institut Français de Douala dès 15 heures. De plus, le choix de ces sites est motivé par le rôle que joue cette structure dans la promotion de la lecture auprès du public et des enfants.

À cet effet, nous convierons la presse, les partenaires, les cadres des ministères de l'Éducation de base, les responsables d'orphelinats et des centres d'éducation, des enseignants de lycées, d'écoles primaires, sans oublier les médias qui couvriront cette cérémonie de dédicace et la diffuseront plus tard.

La participation aux évènements culturels

Nous comptons nous appuyer sur l'aura des différents évènements culturels comme Ya-Fe ou encore la Journée de résilience artistique et culturelle du Cameroun pour faire connaître notre maison d'édition et faire davantage connaître nos produits. Ce qui nous permettra de les vendre.

Pour cela nous organiserons des mini jeux-concours, des ateliers de lecture et de dessins.

m. Choix des médias et hors médias

Éléments	Médias								Hors médias			
	TV		Radios			Presse écrite		Réseaux sociaux	Affiches	Billets d'invitation	Dédicaces	Banderole
Supports	Crtv	Canal 2	PN	Sweet FM	RFI	CT	TGP	03 réseaux	01	100	02	02
Passages	01	01	01	01	01	01	02	08	N fois	02	02	02
Sem. 1	x		x				x	xx	x	50	x	x
Sem. 2				x		x		xx	x			
Sem. 3		x			x			xx	x	50	x	x
Sem. 4							x	xx	x			

Devis estimatif de promotion

n. Devis estimatif de promotion

Activités	Nombre	Prix unitaire (en FCFA)	Coût total (en FCFA)
TV	02	20 000	40 000
Radio	03	10 000	30 000
Presse écrite	03	15 000	45 000
Banderoles	02	30 000	60 000
Dédicaces	02	300 000	600 000
Total			775 000 FCFA

Après la parution de l'ouvrage

Après la parution de notre livre, nous enverrons des mails de remerciement aux participants. Ensuite, nous continuerons d'entretenir nos lecteurs sur nos différentes pages à travers des articles et des postes liés aux différentes activités menées par l'entreprise ou aux prochains évènements à venir.

Les abonnés à notre newsletter recevront constamment des notifications sur nos nouvelles parutions.

Nous animerons également nos pages web pour maintenir notre clientèle à travers des teasings.

2. La distribution

La distribution désigne l'ensemble des opérations matérielles qui permettent d'acheminer le livre depuis sa chaîne de finition (atelier d'assemblage et de reliure) jusqu'à son acheteur, le libraire ou le point de vente final. Ainsi donc, pour atteindre nos objectifs dans la distribution de nos produits, nous utiliserons trois principaux circuits :

2.1. Le circuit court : éditeur - client

Nous donnons la possibilité aux clients de se procurer le livre directement à la maison d'édition. Puisque nous ne sommes en aucun cas une structure spécialisée dans la vente des livres ; ce moyen de distribution du livre se fera lors des dédicaces, lors des expositions ventes ou lors des commandes de clients.

2.2. Le circuit long : éditeur – distributeur – libraire – acheteur

Ici, avant d'arriver chez son consommateur final, le livre devra parcourir un long chemin. Le distributeur viendra se ravitailler chez l'éditeur, par la suite, tous les libraires vont aller chez ce distributeur ; pour terminer l'acheteur se rendra dans une librairie de la place pour s'en procurer le produit éditorial. Nos distributeurs sont D&L et Peuple noirs.

2.3. Autre circuit : éditeur – libraire – acheteur

Ce circuit permettra de réduire les dépenses faites dans le circuit long, car le distributeur se verra supprimé de la chaîne. L'éditeur ira directement vers les librairies déposer des exemplaires du livre.

3. La commercialisation

Pour la commercialisation, nous allons exploiter deux circuits de vente qui sont les plus utilisés en Afrique en général et au Cameroun en particulier : l'achat ferme et le dépôt vente. Nous sélectionnons ces deux systèmes de vente dans la mesure où nous voulons booster nos ventes et créer une motivation chez les libraires avec qui nous allons travailler. Nous allons donc signer des contrats en prenant en compte ces deux types de livraisons.

3.1. Le dépôt-vente

Il s'agit ici d'effectuer un dépôt des livres à commercialiser chez le libraire moyennant une commission sur les livres vendus. Ce dépôt sera sanctionné par la signature d'un contrat et d'une fiche de dépôt des livres qui présentent de façon claire la marge bénéficiaire de chacun notamment : 25% sur un exemplaire vendu pour le libraire et 75% pour l'éditeur. Les ouvrages qui n'auront pas été vendus seront retournés à l'éditeur dans les délais prévus dans les termes du contrat. Les livres des Éditions Jedali seront disponibles dans les lieux ci-dessous :

Yaoundé

- La librairie D&L ;
- La librairie la Persévérance ;
- La librairie des Peuple Noirs ;
- La librairie Clé ;
- FNAC ;
- La librairie Saint-Paul

Douala

- Lipacam ;
- Papyrus Afrique ;
- Solutions bookshop.

Nos livres seront également disponibles chez nos partenaires de commercialisation tels que Carrefour Mahima, Casino et Dovv.

3.2. L'achat ferme

C'est le fait d'acheter des ouvrages sans possibilité de retour des invendus. Ici, les livres ne sont ni remplacés, ni retournés. Ce système sera appliqué pour les libraires qui ne figurent pas dans notre liste de partenaire ainsi qu'aux personnes qui prendront des petites quantités.

o. Schéma de commercialisation du livre



Schéma de commercialisation du livre

Eba et Aba visitent le Cameroun

CONCLUSION

Parvenue au terme de la présentation de notre dossier technique, il ressort que les éditions Akiba sont une maison d'édition nouvellement établie sur le marché camerounais et qui publie des ouvrages à caractère ludoéducatif. En prenant en compte l'étude de son environnement interne et externe et son plan de financement, la maison a l'occasion d'exploiter les opportunités qui s'offrent à elle sur ce terrain presque vierge et d'atteindre sa vision malgré les menaces. De la conception à la livraison, tout le processus de publication de son premier ouvrage : *Eba et Aba visitent le Cameroun* est dorénavant détaillé. Impulser non seulement l'État camerounais dans sa vision éducative, mais aussi tous les autres acteurs de la chaîne éducative depuis la cellule familiale afin de rehausser l'image du système éducatif sur le plan culturel et social est le principal objectif de cette œuvre. Les stratégies de promotion, de distribution et de commercialisation qui suivront la publication de l'ouvrage sont également mentionnées. Il en ressort donc que les Éditions Akiba sont une maison d'édition spécialisée dans la production des livres pour enfants qui promeuvent la transmission du patrimoine culturel africain en général et camerounais en particulier. Pour ce qui est de notre première publication, l'objectif est d'inculquer aux enfants les valeurs telles que le patriotisme, le respect et l'amour. Dans les années à venir, nous avons d'autres objectifs à atteindre dans notre entreprise. Nous voulons faire l'adaptation de nos produits en versions audio des livres, des livres pour des enfants malvoyants par exemple.

BIOGRAPHIE

- Libaert T, Westphalen M. (2012). *Communicator ; toute la communication d'entreprise*. Paris, Dunod, 6^e édition ;
- *Droits d'auteurs et droits voisins Loi n° 2000 / 011 du 19 décembre 2000* ;
- Syndicat national de l'édition. (2016). *Les métiers de l'édition*, www.studylibfr.com

- **Support de cours**
- M. François Nkeme, Suivi en fabrication, 2019-2020 ;
- M. Buma Kor/Mme Priscille Djamfa, cours de Management d'une entreprise d'édition, 2021-2022 ;
- M. Patrice Mbianda, cours de Marketing fondamental, 2020-2021 ;
- M. Vincent Lele, cours de Conception, élaboration et réalisation d'une œuvre éditoriale, 2021-20212 ;
- M. Momba, Techniques de création d'entreprise, 2021-2022.

- **Site web**
- www.lecoindesentrepreneurs.fr;
- www.captaincontrat.com;
- www.creer-mon-business-plan.fr.

ANNEXES

Les titres suivants présentent des documents qui sont joints dans ce dossier technique.

- **Fiche de réception des manuscrits**
- **Attestation de dépôt de manuscrit**
- **Les contrats**
 - Contrat d'édition ;
 - Contrat d'illustrations ;
 - Contrat de travail.
- **Affiches de parution du livre ;**
- **Les supports liés à la cérémonie de dédicace**
- Dossier de presse ;
- Communiqué de presse ;
- Affiche pour la dédicace ;
- Mockup de présentation de l'ouvrage.



(+237) 694 93 86 72



editionsakiba@gmail.com



www.editionsakiba.com

FICHE DE RÉCEPTION DE MANUSCRITS

Informations sur l'auteur

— Noms et prénoms

.....

— Adresse postale

.....

— Téléphone

.....

— Profession

.....

— Dernières œuvres publiées

.....

Informations sur le manuscrit

— Manuscrit N°

.....

— Titre et sous-titre

.....

Lire en s'amusant !



Nkol-Bisson-Yaoundé



(+237) 694 93 86 72



editionsakiba@gmail.com



www.editionsakiba.com

FICHE DE RÉCEPTION DE MANUSCRITS

— Genre

.....

— Format

.....

— Nombre de pages

.....

— Résumé

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Lire en s'amusant !



Nkol-Bisson-Yaoundé

FICHE DE RÉCEPTION DE MANUSCRITS

MENTIONS D'ORIGINALITÉ ET D'ENGAGEMENT

Je soussigné (e) _____ (Auteur (e))

Atteste que le manuscrit dont le titre est porté ci-dessus est une œuvre originale.

— Les termes du contrat de publication seront remis à l'auteur pour une lecture, approbation et signature par ce dernier au cas où le manuscrit serait retenu après évaluation.

— Les auteurs des manuscrits non retenus pour publication ont un délai de quatre mois pour les retirer, à compter de la date de l'avis de l'éditeur.

Yaoundé le, _____

L'auteur

Éditions Akiba



(+237) 694 93 86 72



editionsakiba@gmail.com



www.editionsakiba.com

ATTESTATION DE DÉPÔT DE MANUSCRIT

Yaoundé, le 14 juillet 2022

Je soussignée, Mme Cynthia Nlondog directrice des Éditions Akiba, reconnais avoir reçu un (01) manuscrit de l'auteur Ebriben intitulé *Eba et Aba visitent le Cameroun* en date du 14 juillet 2022 à Yaoundé, Cameroun.

En foi de quoi cette attestation lui est délivré pour valoir et servir ce que de droit.

Lire en s'amusant !



Nkol-Bisson-Yaoundé

CONTRAT D'EDITION Œuvre de littérature de jeunesse

Entre les soussignés :

.....

Ci-après dénommé(e) « l'auteur »
D'une part

Et :

.....

Ci-après dénommé « l'éditeur »
D'autre part,

Étant préalablement expose que :

L'auteur a soumis à l'éditeur un manuscrit provisoirement intitulé : Eba et Aba visitent le Cameroun.

L'éditeur s'étant montré intéressé par la publication de l'œuvre, les parties se sont rapprochées afin de fixer les modalités d'exploitation de l'œuvre par l'éditeur.

Article 1 : objet du contrat

1. Dans le cadre du présent contrat, l'auteur cède à l'éditeur le droit exclusif de fabriquer ou faire fabriquer en nombre des exemplaires de l'œuvre et de la réaliser ou faire réaliser sous une forme numérique, en toutes langues et tous pays, sous toutes formes et présentations et par tous procédés tant actuels que futurs. La cession est consentie pour la durée de la propriété littéraire et artistique d'après les lois camerounaise et étrangères.
2. L'auteur garantit à l'éditeur la jouissance entière et libre de toutes servitudes des droits cédés contre tous troubles, revendications et évictions quelconques, notamment tout ce qui peut tomber sous le coup des lois et autres dispositions relatives à la diffamation et l'injure, à la vie privée et à la contrefaçon.
3. L'éditeur s'engage à faire figurer, sur chacun des exemplaires papier et numérique de l'œuvre, le nom de l'auteur ou le pseudonyme indiqué au présent contrat. Il ne pourra exercer les droits cédés que dans le respect du droit moral de l'auteur.

Article 2 : étendue de la cession

1. L'auteur cède à l'éditeur, à titre exclusif, le droit d'imprimer, reproduire, publier et exploiter l'œuvre sous forme de livre imprimé.
2. L'auteur, considérant les obligations mises à la charge de l'éditeur par le présent contrat et notamment l'engagement qu'il souscrit de publier l'œuvre et de lui assurer une exploitation permanente et suivie conformément au présent contrat.
3. Il cède également à l'éditeur, à titre exclusif et pour la durée du présent contrat, le droit d'adapter, de reproduire et de représenter, de publier et d'exploiter l'œuvre en tous pays et en toutes langues ainsi que suit :
 - a. Droit de reproduction et d'adaptation graphique :
 - Le droit de reproduire l'œuvre sous d'autres présentations que l'édition principale et notamment en édition club, au format de poche, illustrée, de luxe (à tirage limité ou non), de demi-luxe, reliée, populaire, scolaire, critique, dans une anthologie ou dans d'autres collections, séparément ou réunie avec d'autres œuvres ;
 - Le droit de reproduire tout ou partie de l'œuvre par tout procédé et sur tout support graphique actuel ou futur et notamment par voie de presse (y compris en pré et post publication), photocopie et micro reproduction ;

- Le droit d'adapter tout ou partie de l'œuvre pour tous publics et sous toutes formes modifiées, abrégées ou étendues et notamment édition condensée ou destinée à un public particulier, bande dessinée, pré ou post-publication et de reproduire ces adaptations sur tout support graphique actuel ou futur.

b. Droit de traduction :

Le droit de traduire en toutes langues et en tous pays tout ou partie de l'œuvre et ses adaptations et de reproduire ces traductions sur tout support graphique actuel ou futur.

c. Droit d'adaptation et de traduction sur des supports autres que graphiques :

Le droit d'adapter et de traduire tout ou partie de l'œuvre en toutes langues pour toute exploitation autre que graphique et notamment, exploitation en livre-audio, exploitation théâtrale, sonore et musicale, visuelle ou radiophonique.

d. Droit de représentation :

Le droit de représenter tout ou partie de l'œuvre, de ses adaptations et de ses traductions, à l'exception des adaptations audiovisuelles, en toutes langues et en tous pays, par tout procédé actuel ou futur de communication au public et notamment par :

- lecture ou récitation publique, représentation dramatique, exécution lyrique, présentation publique ;
- diffusion par voie hertzienne, par satellite, par télédiffusion, par tout moyen de télécommunication, par tout moyen de câblodistribution et sur tout réseau de diffusion. Ce droit comprend également la diffusion qui pourrait être faite de l'œuvre, de ses adaptations et traductions, graphiques ou non graphiques dans tout réseau numérique et par tous les procédés de communication au public en ligne.

Article 3 : obligations de l'éditeur

1. L'éditeur s'engage à publier l'œuvre dans le délai de (... jours) à compter de la remise du texte définitif et complet, sauf retard imitable à l'auteur.

Passé ce délai, le présent contrat serait résilié de plein droit si l'éditeur ne procédait pas à la publication de l'œuvre dans les (... jours) de la mise en demeure qui lui serait faite par lettre recommandée, par l'auteur.

En ce cas, une somme de (.....frs) serait versée à l'auteur à titre de dédit forfaitaire étant précisé que toute somme versée en acompte sur le droit d'auteur viendrait en règlement du dédit ou en déduction du montant de celui-ci.

2. L'éditeur s'engage à n'apporter à l'œuvre aucune modification sans l'autorisation écrite de l'auteur.

Il s'engage à faire figurer sur chacun des exemplaires le nom de l'auteur, son pseudonyme ou la marque que celui-ci lui indiquera.

Il s'engage à assurer à l'œuvre une exploitation permanente et suivie et une diffusion commerciale, conformément aux usages de la profession.

En conséquence, dans le cas où toutes les éditions de l'œuvre auxquelles aura procédé l'éditeur viendraient à être épuisées, le présent contrat serait résilié de plein droit, sauf convention particulière, si l'éditeur ne procédait pas, lui-même ou par cessionnaire, à une réimpression dans un délai négocié.

En cas de mise au pilon, l'éditeur devra remettre à l'auteur un certificat précisant la date à laquelle l'opération aura été accomplie et le nombre de volumes détruits.

En conséquence de la mise en solde totale ou du pilonnage total, le compte de l'auteur devra être liquidé et le droit d'exploitation restitué à l'auteur tant pour l'édition librairie que pour ceux des droits dérivés cédés à l'éditeur qui n'auraient pas été exploités par ce dernier ou cédé par lui à un tiers avant la mise totale au pilon ou le vent en solde totale.

Article 4 : remise du manuscrit

1. L'auteur s'engage à remettre à l'éditeur, au plus tard le (...) un manuscrit définitif et complet, soigneusement revu et mis au point avec s'il y a lieu toutes annexes, légendes et bibliographies, sous forme de fichier numérique compatible avec les outils informatiques de l'éditeur. Si l'auteur ne remet pas la version définitive et complète de son manuscrit à la date prévue et dans les formes convenues ci-dessus, l'éditeur pourra soit résilier le contrat aux torts de l'auteur soit lui accorder.

Si l'ensemble des frais de corrections d'auteur, c'est-à-dire autres que les corrections typographiques, dépasse 10% des frais de composition, le surplus des frais de corrections sera à la charge de l'auteur.

2. Les documents originaux par l'auteur lui seront restitués sur sa demande par l'éditeur après la parution de l'ouvrage, le texte remis par l'auteur et les clichés réalisés aux frais de l'éditeur restant seule la propriété de celui-ci.

Article 5 : attributions de l'éditeur

1. L'éditeur se réserve expressément le droit de déterminer seul, pour toutes les éditions :

- le format, le façonnage ;
- la présentation et la couverture ;
- le prix de vente et le nombre de tirages ;
- le titre ;
- La collection ;
- Les moyens de commercialisation ;
- Les textes promotionnels, verso de couverture et rabats, prière d'insérer, campagnes publicitaires ;
- La promotion de l'œuvre ; - La date de mise en vente etc.

2. L'éditeur reste seul propriétaire de tous éléments de fabrication qu'il aura établis ou fait établir pour la réalisation matérielle de l'œuvre et notamment les fichiers numériques sous quelques formes que ce soit.

3. L'éditeur est habilité à accorder à des tiers, et le cas échéant, par voie de cession, toutes les autorisations de reproduire et de représenter, de publier, d'adapter et d'exploiter dans la limite des droits qui lui sont conférés par le présent contrat tout ou partie de l'œuvre et ses adaptations. L'auteur s'engage à communiquer à l'éditeur toute demande qui lui serait faite par un tiers en vue de l'acquisition des droits sur l'œuvre.

Article 6 : Droit d'auteur

1. L'éditeur devra à l'auteur, pour chaque exemplaire vendu, un droit de 10% sur le prix de vente au public hors taxes.

2. Les droits d'auteurs ne porteront :

- ni sur les exemplaires remis gratuitement à l'auteur. Les exemplaires qu'il désirerait en plus de ceux-ci lui seraient facturés avec (...%) de remise sur le prix hors taxes.

Ces exemplaires sont incessibles ;

- ni sur les exemplaires destinés au service de presse ;
- ni sur les exemplaires destinés à la promotion et à la publicité ;
- ni sur les exemplaires destinés au dépôt légal et à l'envoi des justificatifs.

Toute autre utilisation des exemplaires gratuits devra recevoir l'accord de l'auteur.

3. À titre d'avances sur l'ensemble des droits dus, il est versé à l'auteur une somme brute de [...] qui sera retiré dans son droit d'auteur.

Article 7 : droit de préférence

1. L'auteur accorde à l'éditeur un droit de préférence pour les œuvres qu'il se proposerait de publier à l'avenir. Ce droit est limité à quatre œuvres nouvelles, à compter de la signature du présent contrat et non compris celle faisant l'objet du présent contrat. Pour l'exercice du droit de préférence, l'œuvre doit être présentée à l'éditeur sous la forme d'un manuscrit définitif remis par l'auteur.
2. Chacune des œuvres couvertes par ce droit de préférence fera l'objet d'un contrat qui mentionnera le nombre d'œuvres futures pour lequel l'auteur reste lié à l'éditeur. La cession de chaque ouvrage que l'éditeur aura accepté d'éditer sera régie par l'ensemble des clauses, charges et conditions du présent contrat et sera valable également pour toutes les formes d'exploitation prévues par le présent contrat, sous réserve de conditions spécifiques convenues par acte séparé.
3. La présente clause cessera de produire effet, immédiatement et de plein droit à la suite de deux refus successifs, d'œuvres nouvelles présentées par l'auteur dans le cadre du présent pacte de préférence. L'auteur devra, au cas où il aurait reçu des avances pour ses œuvres futures, en effectuer préalablement le remboursement à l'éditeur.

Article 8 : exploitation permanente et suivie

L'éditeur est tenu d'assurer à l'œuvre une exploitation permanente et suivie et une diffusion commerciale conformes aux dispositions de la loi et de l'accord conclu dans le présent contrat, du Code de la propriété intellectuelle et étendu par arrêté.

Article 9 : rémunération en cas d'exploitation par un tiers des droits cédés

Sous réserve de l'obligation de procéder lui-même à une publication de l'œuvre, il est expressément convenu que l'éditeur est habilité à accorder à des tiers, par voie de cession toutes les autorisations qu'il jugera nécessaires pour l'exploitation des droits qui lui sont cédés par l'auteur par le présent contrat.

L'éditeur devra à l'auteur, en cas d'exploitation par un tiers de ces droits, ...% des recettes hors taxes qu'il aura perçues.

Article 10 : mise au pilon partielle

1. Si, à quelque moment que ce soit, et ce dès le début de l'exploitation, l'éditeur a un stock de l'ouvrage plus important qu'il ne le juge nécessaire pour satisfaire les commandes, il aura le droit sans que le contrat soit pour autant résilié, de pilonner une partie de ce stock.
2. L'éditeur sera également en droit, à tout moment, de faire supprimer les exemplaires défectueux, abîmés ou défraîchis.

Article 11 : exploitation par un tiers

L'éditeur devra donner à l'auteur, en cas d'exploitation par un tiers de ces droits, les rémunérations suivantes :

- Droits de reproduction et d'adaptation graphiques : (...%) des recettes hors taxes qu'il aura perçues ;
- Droits de traduction : (... %) des recettes hors taxes qu'il aura perçues ;
- Droits de reproduction, d'adaptation et de traduction autres que graphiques : (...%) des recettes hors taxes qu'il aura perçues ;
- Droit de merchandising (...%) des recettes hors taxes qu'il aura perçues ;
- Droits de représentation de l'œuvre, de ses adaptations et traductions graphiques et non graphiques : (... %) des recettes hors taxes qu'il aura perçues.

Article 12 : vente en solde totale et mise au pilon totale

1. En cas de mévente, l'éditeur aura le droit, après en avoir prévenu l'auteur par lettre recommandée avec demande d'avis de réception deux mois à l'avance :
 - Soit de solder les exemplaires en stock étant précisé que le produit de cette vente lui restera acquis sans droits d'auteur si les ouvrages sont vendus à moins de 25 % du prix de vente au public hors taxes ;
 - Soit de procéder à une mise au pilon totale.
2. Dans l'un ou l'autre cas, l'auteur devra, dans les trente jours suivant l'avis qui lui sera donné de l'un ou l'autre mode de liquidation, faire connaître à l'éditeur, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, s'il préfère racheter lui-même les exemplaires en stock à un prix qui ne saurait être supérieur au prix de vente au soldeur en cas de solde ou au prix de fabrication en cas de mise au pilon.

3. S'il achète effectivement ce stock, l'auteur ne pourra mettre en vente les exemplaires, lui-même ou par l'intermédiaire d'un tiers, qu'après avoir fait disparaître le nom de l'éditeur et toutes les mentions existantes de l'éditeur.

4. En cas de mise au pilon totale, l'éditeur devra si l'auteur le demande lui remettre un certificat précisant la date à laquelle l'opération aura été accomplie et le nombre des exemplaires détruits.

Article 13 : incendie – inondation

En cas d'incendie, inondation ou encore tout autre cas accidentel ou de force majeure ayant eu pour conséquence la détérioration, la destruction ou la disparition de tout ou partie des exemplaires en stock, l'éditeur ne pourra être tenu pour responsable des exemplaires détériorés, détruits ou disparus et il ne sera dû à l'auteur aucun droit ni aucune indemnité relative à ces exemplaires.

Article 14 : attribution de compétence

Tous les différents litiges pouvant naître à l'occasion du présent contrat devront à la seule compétence des Tribunaux de Yaoundé, au Cameroun après échec d'un règlement à l'amiable préalable.

Fait et signé en 3 exemplaires

.....
À Yaoundé, le

L'auteur
Ebriben

L'éditeur
Éditions Akiba

CONTRAT DE TRAVAIL À DURÉE INDÉTERMINÉE

Entre le soussigné

D'une part,

Et,
M./Mme

Né(e) le

à.

Nationalité.

Demeurant à.

Numéro de tél.

D'autre part.

Il a été convenu comme suit :

Article 1 : clauses générales

Le présent contrat est soumis à la disposition ci-après :

- La constitution camerounaise ;
- La loi n0 92-007 du 14 aout portant code du travail ;
- Les décrets et arrêtés pris pour son application.

Article 2 : Engagement

La société Akiba engage M./Mme

À compter du

l'exercice de son activité.

Pour

Article 3 : fonction et qualification

M./Mme est recruté en qualité de.

M./Mme exercera les fonctions suivantes :

.....

Ces fonctions sont susceptibles d'évolution.

Article 4 : Rémunération

M./Mme sera soumis(e) à la durée légale/conventionnelle du travail applicable dans

l'entreprise. Il/elle percevra à ce titre une rémunération brute mensuelle de :

Cette rémunération est susceptible d'évolution.

Article 5 : Sécurité sociale

Lire en s'amusant !



Nkol-Bisson-Yaoundé

Le régime de sécurité sociale est celui de la Caisse nationale de prévoyance sociale (Cnps).

Article 6 : Absences régulières

Le régime des absences régulières est celui prévu par la réglementation et les usages en vigueur.

Article 7 : Résiliation de contrat

Le contrat sera résilié de plein droit sans préavis :

- si après acceptation et signature du contrat, le contractant ne rejoint pas son poste de travail ;
- pour faute lourde.

Article 8 : Obligations et serment professionnels

Le contractant s'engage à céder tout son temps à son activité dans le respect du code de conduite de l'entreprise, aux tâches qui lui seront confiés, à se conformer à toutes les clauses du présent contrat et à ne fournir aucune information de nature confidentielle dont il aura pu avoir connaissance à l'occasion de son travail.

Article 9 : Clauses particulières

Un règlement intérieur est annexé au présent contrat. L'employé déclare formellement être libre de tout engagement antérieur à toute autre structure pouvant compromettre l'exercice de ses fonctions. Le cocontractant déclare en outre avoir pris connaissance des clauses et conditions du présent contrat et accepte sans réserve toutes les dispositions.

Article 10 : Différents individuels

Les différends nés à l'occasion de l'exécution ou de la rupture du présent contrat seront soumis à l'Inspection du travail du lieu d'exécution du contrat. En cas de non conciliation entre les partis, seuls les juridictions et tribunaux du lieu de l'entreprise seront compétents.

Lu et approuvé le

La directrice

Le contractant

Affiches de parution de l'ouvrage

À paraître...

Eba et Aba visitent le Cameroun

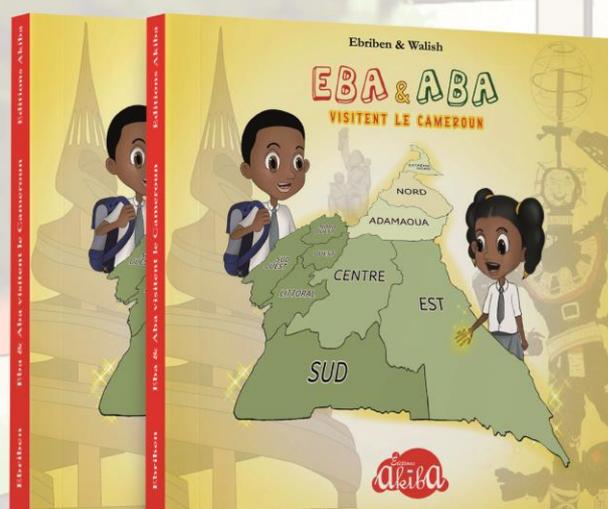
Dès 06 ans

L'annonce de la leçon de géographie sera le début d'une aventure inoubliable. Avec les jumeaux Eba et Aba, on s'envole pour la découverte de l'Afrique en miniature, et on apprend à valoriser le Cameroun, ce beau pays d'Afrique centrale.



écrit par
Ebriben
Cameroun

5.000
XAF



Thèmes : École | Famille | Découverte | Rêve | Émerveillement | Monuments | Patriotisme



(+237) 677 39 62 80



Désormais disponible dans vos rayons

Eba et Aba visitent le Cameroun

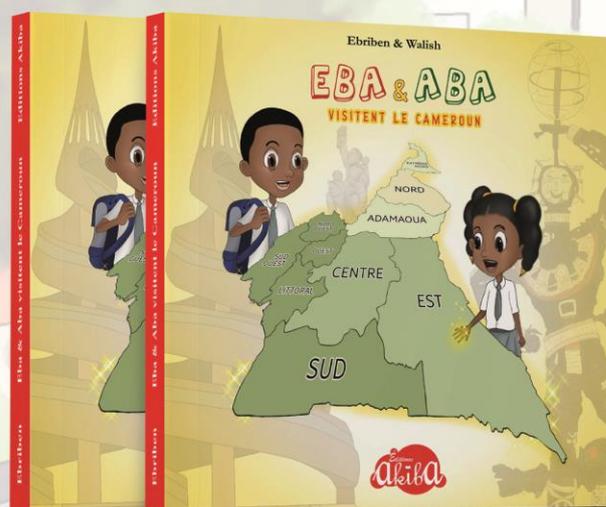
Dès 06 ans

L'annonce de la leçon de géographie sera le début d'une aventure inoubliable. Avec les jumeaux Eba et Aba, on s'envole pour la découverte de l'Afrique en miniature, et on apprend à valoriser le Cameroun, ce beau pays d'Afrique centrale.

5.000
XAF



écrit par
Ebriben
Cameroun



Thèmes : École | Famille | Découverte | Rêve | Émerveillement | Monuments | Patriotisme

 @Ed.AkomaMba

 @Ed_AkomaMba

 @Ed.AkomaMba

 @Ed_AkomaMba

 (+237) 677 39 62 80

Éditions
akiba

YAOUNDÉ
Cameroun



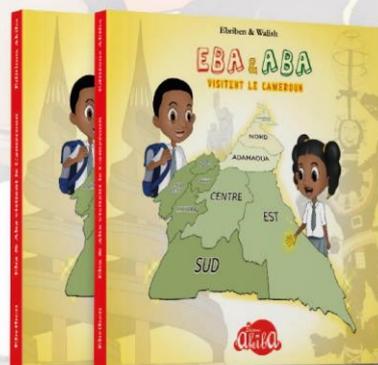
Dossier de presse

Cérémonie de dédicace du livre

Eba et Aba visitent le Cameroun

**03 novembre
2022**

à
*L'institut Français
du
Cameroun*



Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
E-mail : editionsakiba@gmail.com
Site web : www.editionsakiba.com
BP 75045, Yaoundé- Nkol-Bisson

Sommaire

Sommaire.....	01
Communiqué de presse.....	02
Historique de la maison d'édition.....	03
Fiche signalétique de la maison d'édition.....	04
Caractéristique tu livre.....	05
Présentations des auteurs	06
Interview avec l'auteur	07
Extrait textuel du livre.....	09

Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
E-mail : editionsakiba@gmail.com
Site web : www.editionsakiba.com
BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson

Communiqué de presse

Diffusion immédiate

Les Éditions Akiba vous présentent leur toute première parution. Le livre illustré Eba et Aba visitent le Cameroun; écrit par Ebriben et illustré par Walish Art. En dédicace ce 03 novembre 2022 à l'Institut français du Cameroun dès 15h00 min.

Dans le cadre du lancement officiel de ses activités, les Éditions Akiba, maison spécialisée dans la littérature de jeunesse invitent la communauté éducative, médias, organisations et associations promeuvent la valorisation des valeurs africaines et du patrimoine africain à prendre part à la cérémonie de dédicace de l'ouvrage Eba et Aba visitent le Cameroun.

C'est un livre d'images de 52 pages qui relate l'histoire de deux enfants qui font le tour du Cameroun dans leur rêve grâce à une carte qu'ils trouvent en rentrant de l'école.

Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
E-mail : editionsakiba@gmail.com
Site web : www.editionsakiba.com
BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson

Historique de la maison d'édition

Les Éditions Akiba

La maison d'édition Akiba est un projet émanant de Cynthia Nlondog, étudiante à l'Esstic. Avec le soutien de sa famille, cette entreprise voit le jour le 27 avril 2022 à Yaoundé. En effet, dans le but d'agrandir le marché du livre et d'habituer l'adulte de demain à la lecture, il nous est venu à l'esprit, la création de cette maison d'édition spécialisée dans la littérature de jeunesse. Il est indéniable que tout part de la base. Cette base qui est souvent négligée mais, qui pourtant, détermine ce que nous serons demain, ce que nous aimerons demain, ce que nous ferons demain. Si donc, nous avons des difficultés à lire à l'âge adulte, c'est assurément parce que nous n'avons pas eu une habitude de lecture dès le bas âge. Notre idée a été également stimulée par le souci du contenu des livres destinés à nos enfants. Le marché camerounais du livre pour enfants est dominé par des lobbys étrangers qui proposent malheureusement des contenus qui ne sont pas adaptés à notre contexte socioculturel et qui ne prônent pas des valeurs africaines. Les Éditions Akiba se positionnent donc au rang de ceux qui s'investissent dans la littérature de la jeunesse en Afrique en général et au Cameroun en particulier ; ayant pour principale mission de participer à sa manière, à l'éducation des jeunes camerounais et africains. Enfin, nous avons été stimulée par notre amour pour tout ce qui concerne les enfants. Ces petites personnes sont si vulnérables. Elles ont besoin non seulement d'être éduquées, mais surtout de bien l'être. C'est ce que nous nous lançons comme défis : participer à la bonne éducation de la jeunesse camerounaise.

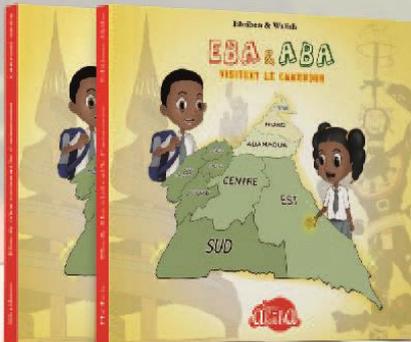
Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
E-mail : editionsakiba@gmail.com
Site web : www.editionsakiba.com
BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson

Nom de l'entreprise	Editions Akiba
Date de création	27 avril 2022
Capital	10 000 000 FCFA
Directrice	Christine Cynthia Nlondog
Statut juridique	S.A.R.L
Domaine d'activité	Edition du livre
Personnel permanent	Cinq (05) personnes
Slogan	Lire en s'amusant !
Siège social	Nkol-Bisson-Yaoundé
Adresse postale	BP 75045, Yaoundé, Cameroun
Contacts téléphoniques	(+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
Adresse électronique	etionsakiba@gmail.com

Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
 E-mail : editionsakiba@gmail.com
 Site web : www.editionsakiba.com
 BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson

Caractéristiques du livre

Eba et Aba visitent le Cameroun



- Titre du livre : Eba et Aba visitent le Cameroun
- Auteur : Ebriben
- Illustrateur : Walish Art
- Éditeur : Les Éditions Akiba
- Genre : livre illustré
- Langue de production : français
- Nombre de pages : 52
- ISBN : 978-9956-173-01-3
- Date de parution : 2022
- Prix : 5000 Fcfa

Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
E-mail : editionsakiba@gmail.com
Site web : www.editionsakiba.com
BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson

Présentation des auteurs



Ebriben est un auteur de jeunesse d'origine camerounaise. Grand passionné de lecture et d'écriture, il a publié un premier livre intitulé « Mon premier jour d'école ». Il est titulaire d'un diplôme en informatique et d'un doctorat en médecine générale.



Walish Art de son vrai nom El Walezai Hamza Yasser est un étudiant en médecine bucco-dentaire et dessinateur. Passionné par l'art et le graphisme, il maîtrise plusieurs logiciels de graphisme et s'intéresse à la danse urbaine.

Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
E-mail : editionsakiba@gmail.com
Site web : www.editionsakiba.com
BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson

Interview avec l'auteur

Ebriben, auteur du livre « Eba et Aba visitent le Cameroun »

Parlez-nous un peu de vous.

Je dirai que je suis quelqu'un de très enjoué, qui aime faire plaisir et surtout voir des enfants heureux et épanouis. Je me suis toujours intéressé à la littérature bien que je sois scientifique. Contribuer à l'éducation des tout-petits est un challenge pour moi.

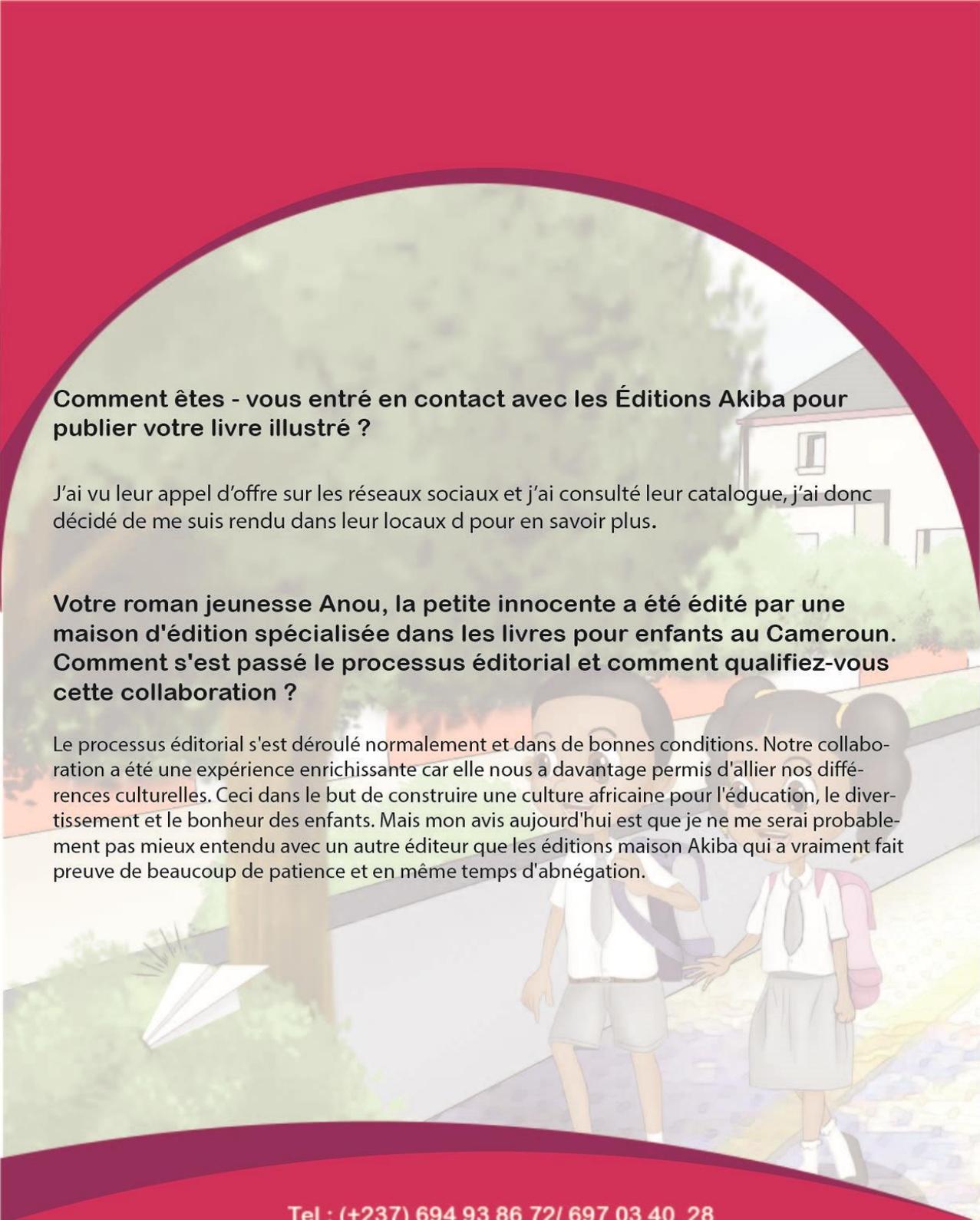
Comment êtes-vous arrivé à l'écriture ? Que lisiez-vous quand vous étiez enfant ? Quels sont les auteurs que vous aimez ?

J'écrivais juste pour discipliner mon esprit un peu enjoué peut-être par mes lectures et souvent par mon imagination. Je lisais tout ce qui pouvait me tomber sous la main, mais j'étais beaucoup plus passionné par les grandes mythologies du monde.

S'agissant de EBA et ABA visitent le Cameroun, ce livre éducatif illustré dont les thèmes sont le patriotisme, la famille, le rêve... Qu'est ce qui vous a donné envie de l'écrire ?

Tout ce qui existe aujourd'hui a été rêvé avant: que ce soit pour créer ou même pour améliorer. Ce pays a fait de moi ce que je suis à travers plusieurs événements et plusieurs acteurs. Cet ouvrage est en partie ma reconnaissance mais surtout je le souhaite qu'il soit l'une des racines qui élèveront les générations à venir. Leur permettant de grandir et apprendre à grandir avec leur identité.

Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
E-mail : editionsakiba@gmail.com
Site web : www.editionsakiba.com
BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson



Comment êtes - vous entré en contact avec les Éditions Akiba pour publier votre livre illustré ?

J'ai vu leur appel d'offre sur les réseaux sociaux et j'ai consulté leur catalogue, j'ai donc décidé de me suis rendu dans leur locaux d pour en savoir plus.

Votre roman jeunesse Anou, la petite innocente a été édité par une maison d'édition spécialisée dans les livres pour enfants au Cameroun. Comment s'est passé le processus éditorial et comment qualifiez-vous cette collaboration ?

Le processus éditorial s'est déroulé normalement et dans de bonnes conditions. Notre collaboration a été une expérience enrichissante car elle nous a davantage permis d'allier nos différences culturelles. Ceci dans le but de construire une culture africaine pour l'éducation, le divertissement et le bonheur des enfants. Mais mon avis aujourd'hui est que je ne me serai probablement pas mieux entendu avec un autre éditeur que les éditions maison Akiba qui a vraiment fait preuve de beaucoup de patience et en même temps d'abnégation.

Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
E-mail : editionsakiba@gmail.com
Site web : www.editionsakiba.com
BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson

Extrait textuel du livre

Eba et Aba visitent le Cameroun

C'est l'après-midi et nous sommes à l'école primaire Royale. Eba et Aba sont en classe de CE1.

La maitresse annonce le titre de la leçon du lendemain.

La maîtresse : demain nous ferons le cours de géographie sur les 10 régions du Cameroun, vous avez compris ?

Les élèves en chœur : oui Madame.

Tout à coup, le son de la cloche retentit. C'est la fin des cours !

Sur le chemin du retour, Eba est très joyeux car aujourd'hui maman prépare l'okok. Aba quant à elle, est toute amusée face à l'enthousiasme de son frère.

À quelques pas de la maison, ils aperçoivent un avion en papier dans un buisson. Le petit va le chercher.

Il le déplie et découvre que c'est une carte du Cameroun sur laquelle les régions sont distinctement marquées. Quelle coïncidence !!! S'exclame-t-il. On devrait la garder. Sa sœur répond en disant : « Waouh ! En plus, nous allons pouvoir réviser la leçon de demain ».

Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28
E-mail : editionsakiba@gmail.com
Site web : www.editionsakiba.com
BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson

YAOUNDÉ
Cameroun



CONTACT PRESSE

Servais Noudou

Responsable de la communication

Téléphone : (+237) 655 94 02 24

(+237) 694 93 86 72

E-mail : servaisn@gmail.com

Tel : (+237) 694 93 86 72/ 697 03 40 28

E-mail : editionsakiba@gmail.com

Site web : www.editionsakiba.com

BP 75045, Yaoundé, Nkol-Bisson

EN DÉDICACE

Ce jeudi 03 novembre 2022

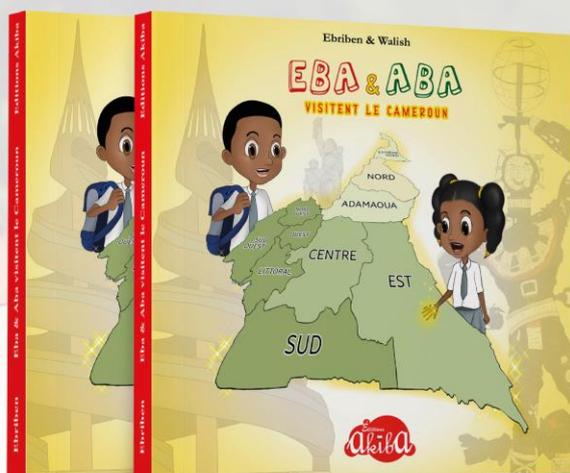
Dès 15h à l'IFC de Yaoundé

vivre
les
cultures

INSTITUT
FRANÇAIS

Auteur : Ebriben

Eba et Aba visitent le Cameroun



Thèmes : École | Famille | Découverte | Rêve | Émerveillement | Monuments | Patriotisme

 @Ed.AkomaMba

 @Ed_AkomaMba

 @Ed.AkomaMba

 @Ed_AkomaMba

 (+237) 677 39 62 80



Mock-up de présentation de l'ouvrage



TABLE DES MATIERES

Avertissement	i
Remerciements.....	ii
Sommaire	iii
Sigles, abréviations, acronymes.....	iv
Liste et page des tableaux et illustrations	v
Introduction.....	1
PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DES ÉDITIONS AKIBA	2
I. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE LA STRUCTURE	3
1. Contexte de création	3
2. Dénomination de l'entreprise.....	3
3. Ligne éditoriale	4
4. Slogan	4
5. Localisation.....	4
6. Statut juridique.....	4
7. Fiche signalétique des Éditions Akiba.....	6
8. Vision, missions, objectifs et valeurs.....	7
8.1. Vision.....	7
8.2. Missions	7
8.3. Objectifs.....	7
8.4. Valeurs	8
9. Produits et services	8
10. Charte graphique.....	10
DEUXIÈME : ÉTUDE DU MARCHÉ.....	22
I. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT	23
1. Environnement Politique	23
2. Environnement économique	23

3. Environnement social.....	23
4. Environnement technologique	23
5. Environnement écologique	24
6. Environnement légal	24
II. ANALYSE S.W.O.T	24
1. Forces	24
2. Faiblesses	25
3. Opportunités.....	25
4. Menaces	25
III. ÉTUDE DE LA CONCURRENCE	25
1. Concurrents directs	25
2. Concurrents indirects	26
3. Concurrents étrangers	26
4. Forces.....	26
5. Faiblesses	26
IV. BUSINESS MODEL CANVAS.....	27
V. PLAN DE FINANCEMENT	29
1. Besoins initiaux à financer.....	29
TROISIÈME PARTIE : PRÉSENTATION DU PROJET ÉDITORIAL PUBLIÉ PAR ÉDITIONS AKIBA	31
I. CONTEXTUALISATION DU PROJET	32
1. Idée du projet	32
2. Résumé du projet	32
3. L’auteur et le titre du livre	32
4. Décision de publier	33
5. Intérêt du projet.....	33
a. Intérêt culturel	33

b. Intérêt social.....	34
c. Intérêt didactique.....	34
6. La cible.....	34
7. Caractéristiques techniques de l’ouvrage.....	35
8. Les précautions juridiques	36
8.1. Mentions légales	36
8.2. Contrats	36
8.3. Charte de la vie privée	37
8.4. Crédits à mentionner	37
9. Production du livre.....	37
9.1. Les étapes de production du livre	37
QUATRIÈME PARTIE : SUIVI DU PROJET ÉDITORIAL.....	48
1. Plan de communication.....	49
2. La distribution.....	53
2.1. Le circuit court : éditeur - client	53
2.2. Le circuit long : éditeur – distributeur – libraire – acheteur	54
2.3. Autre circuit : éditeur – libraire – acheteur	54
3. La commercialisation.....	54
3.1. Le dépôt-vente	54
Yaoundé	54
Douala	55
3.2. L’achat ferme	55
CONCLUSION.....	56
BIOGRAPHIE	57
ANNEXES	58
TABLE DES MATIERES	89