

AVERTISSEMENT

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

SOMMAIRE

AVERTISSEMENT	<i>i</i>
SOMMAIRE	<i>ii</i>
INTRODUCTION	<i>1</i>
PREMIERE PARTIE :	<i>2</i>
DESCRIPTION DE LA MAISON D'EDITION	<i>2</i>
I- PRESENTATION GENERALE DES ÉDITIONS PERROQUET.....	<i>3</i>
II- CONTEXTE DE CRÉATION.....	<i>7</i>
III- MISSIONS, OBJECTIFS, VISION ET ACTIVITÉS SECONDAIRES DE L'ENTREPRISE.....	<i>7</i>
IV- LA FORME JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE.....	<i>8</i>
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DU MARCHÉ	<i>10</i>
I- ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE.....	<i>11</i>
II- ANALYSE DIAGNOSTIC DE L'ENTREPRISE.....	<i>13</i>
III- BUSINESS MODEL CANVA.....	<i>15</i>
IV- APPORT DES ACTIONNAIRES ET REPARTITION.....	<i>18</i>
TROISIEME PARTIE : RÉALISATION PROFESSIONNELLE	<i>20</i>
I- PRESENTATION DU MAGAZINE.....	<i>21</i>
II- SUIVI DE FABRICATION ET DEVIS DE PRODUCTION.....	<i>23</i>
CONCLUSION	<i>33</i>
BIBLIOGRAPHIE	<i>34</i>
ANNEXES	<i>35</i>
TABLE DES MATIERES	<i>39</i>

INTRODUCTION

L'entrepreneuriat jeune est une politique économique encouragée par le gouvernement du Cameroun depuis quelques années, dans le but de lutter contre le chômage, de créer de l'emploi et de booster l'économie du pays. L'École Supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication, dans le cadre de la formation en Édition et Arts graphiques encourage et accompagne les étudiants en fin de formation cycle licence, à créer des entreprises et à mettre sur pied des produits éditoriaux rentables. C'est dans ce contexte que nous produisons le dossier technique que voici. Il porte sur la création de l'entreprise d'édition nommée « **Éditions Perroquet** » spécialisée dans l'événementiel sportif en Afrique en général et au Cameroun en particulier. Ce document considéré comme l'ossature de notre entreprise, présente les caractéristiques techniques de notre maison d'édition en partant de sa description globale à l'étude du marché dans lequel elle officie. Ce document nous permet aussi de présenter le premier produit réalisé et mis en vente par notre maison d'édition il s'agit du magazine sportif mensuel **Zone de Sport**, dont la première parution est exclusivement dédiée à l'équipe nationale de football du Cameroun. Le magazine nous fait revivre les sept participations antérieures des lions indomptables en coupe du monde à la veille de leur huitième participation, ceci dans le but de réunir le peuple camerounais autour de son équipe et de ses joueurs. Il est donc question dans la suite de notre travail de présenter tout d'abord notre maison d'édition, ensuite présenter les résultats de l'étude du marché que nous avons effectuée et en fin de donner toutes les informations concernant le magazine que nous avons produit.

**PREMIERE PARTIE :
DESCRIPTION DE LA MAISON D'EDITION**

I- PRESENTATION GENERALE DES ÉDITIONS PERROQUET

C'est Dans l'optique de poursuivre le double objectif qui est de mettre en pratique tous les enseignements reçus au cours de nos trois années de formation et créer de l'emploi en tant que jeune camerounais, que nous avons créé la maison d'édition « *perroquet* ». Cette entreprise est l'initiative Du jeune étudiant en Édition et Arts Graphiques, Mboe Akoa Antoine Marie Paulin appuyé par deux autres jeunes passionnés d'édition, désireux de se servir de la puissance des métiers de la communication et précisément de l'édition et des arts graphiques pour la promotion du sport et des sportifs de notre pays.

1. Présentation des membres

- **Promoteur du projet**

Nom : Mboe Akoa

Prénom : Antoine Marie Paulin

Téléphone : 699508609

Nationalité : camerounais

Email : akoaricky3@gmail.com

Profession : éditeur

- **Premier assistant**

Nom : Mekongo Akoa

Prénom : Boris

Téléphone : 699534374

Nationalité : camerounais

Email : mek11@gmail.com

Profession : gendarme

▪ **Deuxième assistant**

Nom : Etoundi

Prénom : Nestor

Téléphone : 695642439

Email : etoundi4@mail. Com

Profession : enseignant

2. Fiche signalétique

Raison sociale	Éditions perroquet
Slogan	Parlons et Vivons sport
Statut juridique	Société à responsabilités limitées (SARL)
Date de création	2022
Promoteur/Directeur	Antoine MBOE AKOA
Siège social	Carrefour Mvog mbi face restaurant la force du poulet
Langue de parution	Français / anglais
Téléphone	699-50-86-09/ 670-38-60-08
Adresse email	éditionperroquet@gmail.com
Site web	www.perroquetcameroun.cm
Facebook	Les éditions Perroquet
Twitter	@éditions Perroquet
Whatsapp	Éditions Perroquet

3. La charte graphique des Éditions Perroquet

C'est le document contenant toutes les normes qui s'appliquent à l'usage des éléments graphiques dans notre entreprise. Il s'agit précisément du logo, de la typographie et du code couleur. Notre charte graphique est prévue pour tous les supports de communication et permet à notre identité visuelle de conserver une certaine cohérence avec notre identité marque. Notre charte graphique nous permet de :

- mettre en valeur les intérêts de l'entreprise en termes de qualité d'images ;
- servir l'intérêt du public en termes de prise d'information et d'usage ;
- garantir la parfaite cohérence entre tous les autres supports de communications de l'entreprise.

a. Le logo de l'entreprise



Le logo de notre entreprise est l'illustration du nom de celle-ci le « *perroquet* » dans toute sa splendeur son éloquence et son assurance.

Ce logo s'adapte et est présent sur tous nos supports de communication.

Pourquoi « *perroquet* » ?

Nous avons choisi de nommer notre maison d'édition « **perroquet** » parce que c'est le nom d'un animal d'une prestance et d'une éloquence hors du commun. Très souvent associé à la communication, le perroquet repend et répète tout ce qu'il voit et entend en donnant à ce message une plus haute portée. Ce qui est exactement la mission de notre entreprise, faire connaître tout ce qui se passe dans le sport au Cameroun et promouvoir ses acteurs.

Justification des couleurs :

Bleu : Qui renvoie à la confiance, la fiabilité, la vérité et l'intelligence. Des qualités que nous prônons et mettons en valeur au sein de notre entreprise.

L'orange: sur le perroquet symbolise la jeunesse et la créativité, l'échange et la vitalité.

Le rouge : pour représenter notre passion, et l'amour que nous avons pour notre métier.

Slogan : « *parlons et vivons sport* »

b. La typographie ou police d'écriture

Elle joue un rôle important dans la communication visuelle de notre entreprise car la personnalité et le caractère d'une typographie sont susceptibles de modifier la portée et la vision d'un texte. Sans oublier qu'elle participe à la cohérence de la communication tant interne qu'externe.

Les *Éditions le perroquet* ont choisi deux (02) polices avec beaucoup de variantes qui sont :

- **Franklin Gothic Medium**, pour les textes courts

Typographie

TYPOGRAPHIE

TYPOGRAPHIE

TYPOGRAPHIE

- **Cambria**, pour les textes longs

Typographie

TYPOGRAPHIE

TYPOGRAPHIE

TYPOGRAPHIE

c. Les couleurs

Elles doivent répondre aux exigences des différents fonds disponibles et de nos supports de communication. Ainsi nous avons opté pour la limitation du nombre de jeu de couleur afin de faciliter la mémorisation de l'identité visuelle.

Nous avons choisi la couleur cyan et ses variantes.

II- CONTEXTE DE CRÉATION

La qualité grandissante du sport Africain en général et du sport camerounais en particulier à l'échelle mondiale est une réalité incontournable de nos jours. Cependant il n'existe que très peu d'organes de communication spécialisés qui participent à la vulgarisation et à la promotion du sport et des sportifs camerounais talentueux qui n'ont besoin que de lumière pour éclore. Les championnats locaux de sports collectifs tels que le football, le basketball, le handball, le volleyball et le rugby sont pour la plupart méconnus du public. Les tournois de sports individuels à savoir : le tennis, l'athlétisme, le golf et la boxe passent inaperçus sur l'échelle nationale et internationale. Les principaux acteurs directs et indirects de ces sports manquent de reconnaissance et de valorisation. Même si Certains médias généralistes essaient de couvrir au quotidien les grandes actualités sportives sur le territoire national, cela reste insuffisant tant le secteur du sport au Cameroun est vaste. C'est dans cet état de fait que nous avons décidé de créer la maison d'édition « *perroquet* », 100% camerounaise, spécialisée dans l'édition événementiel du sport au Cameroun dans le but de produire et de commercialiser des produits éditoriaux visant d'une part la promotion et la vulgarisation du sport camerounais et de ses acteurs et d'autre part l'information et l'éducation du grand public sur le dit sport.

III- MISSIONS, OBJECTIFS, VISION ET ACTIVITÉS SECONDAIRES DE L'ENTREPRISE

1. Missions

La mission de notre maison d'édition est principalement de donner de la visibilité et de la crédibilité à tous les événements sportifs initiés et organisés dans l'ensemble du territoire national, de valoriser et promouvoir les sportifs locaux très talentueux afin que le public national et international soit informé du travail effectué, de la qualité de nos sportifs, dans le but d'encourager la jeunesse à la pratique du sport, de créer de nouvelle vocation et éventuellement de séduire des grandes entreprises et des particuliers nationaux et internationaux qui pourront apporter un soutien financier et/ou logistique au sport de leur choix, ce qui permettra d'améliorer le paysage sportif du Cameroun.

2. Objectif

Notre objectif principal est de nous positionner à long terme comme leader dans l'édition événementiel sportif au Cameroun. Après quoi nous pourrions étendre nos compétences dans la sous-région Afrique centrale car nous pensons que la problématique que nous voulons résoudre est une problématique Africaine.

3. Vision

Nous avons la vision d'un Cameroun où le sport et les sportifs peu importe la discipline sont reconnus, suivis, accompagnés et bénéficient de la visibilité nécessaire à leur épanouissement. Ceci dans le but de lutter contre la fuite des talents, d'avoir des arguments pour contrôler l'action des différentes fédérations et pouvoir militer pour l'amélioration des conditions des sportifs dans notre pays.

4. Autres activités

Outre la production et la commercialisation des magazines sportifs, les Éditions *Perroquet* propose divers autres services tels que :

- La production et la commercialisation des ouvrages de tous genres traitant du sport ou des sportifs.
- La conception des supports de communication (banderoles, affiches, flyers, cartes de visite, billet d'invitation, programmes des obsèques, plaquettes, dérouleur, oriflamme).
- Le travail de mise en page des documents.
- Impression de documents de petit volume.
- Atelier de formation aux logiciels de mise en page et de montage photos et vidéos (Word, Adobe In Design, Illustrator, Adobe Photoshop).

Ces activités permettent à l'entreprise de fonctionner au quotidien et participent à l'équilibre de la trésorerie.

IV-LA FORME JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE

Éditions Perroquet est une société à responsabilités limitées (SARL) et respecte à ce titre toutes les conditions prévues pour ce statut. Étant l'initiative d'un groupe de jeunes désireux de mettre sur pied pour la première fois une entreprise, la SARL est le statut juridique adéquat pour notre épanouissement car il est très adapté aux petites et moyennes

entreprises. Ce statut présente de nombreux avantages pour les jeunes que nous sommes à savoir :

- la limitation du risque financier ;
- la flexibilité du statut social du gérant ;
- la sécurité juridique des statuts.

C'est suivant la loi n°2016/014 du 14 décembre 2016 fixant le capital minimum d'une SARL à cent mille (100000) FCFA et les conditions de recours aux services du notaire que notre entreprise a vu le jour le 05 juillet 2022, après :

- Le dépôt du dossier de création et le retrait auprès du Centre de Formalités de Création d'Entreprises (CFCE) du Registre de Commerce et de Crédit Mobilier (RCCM).
- L'obtention de la patente (autorisation d'exonération sur une année pour une nouvelle entreprise) et la carte de contribuable.
- La déclaration d'existence de la société auprès de la délégation provinciale du travail et l'obtention d'un identifiant employeur à la Caisse Nationale de Prévoyance Sociale (CNPS).

DEUXIEME PARTIE : ÉTUDE DU MARCHE

I- ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

L'étude de l'environnement consiste à présenter l'ensemble des facteurs internes et surtout externes susceptibles d'influencer la rentabilité et le succès des activités d'une entreprise. Elle concerne généralement le macro environnement (les contextes politique, économique, socioculturel, technologique, légal et environnemental) et le microenvironnement (étude du marché et de la concurrence).

Pour ce qui nous concerne, le contexte dans lequel la maison d'édition **Perroquet** voit le jour, se présente comme suit :

1. Contexte politique

Notre entreprise voit le jour dans un contexte politique marqué au Cameroun par :

- Une volonté politique du gouvernement camerounais qui à travers plusieurs mécanismes s'engage dans l'appui, l'accompagnement et la promotion de l'entrepreneuriat jeune.
- L'utilisation à des fins politiques du sport dans le but de résoudre des conflits et de maintenir la paix sociale alors que le pays est frappé par une guerre de sécession dans sa partie nord et sud-ouest, et observe la montée négative du tribalisme des populations.

Nous nous positionnons donc dans cette vision gouvernementale en créant de l'emploi et surtout en utilisant d'une part le sport pour promouvoir le vivre ensemble et maintenir la paix sociale et d'autre part en sensibilisant le gouvernement sur la nécessité de viabiliser les conditions de pratique du sport dans le pays.

2. Contexte économique

La situation économique est principalement marquée par :

- La sortie croissante de la crise économique provoquée en 2020 par la pandémie de COVID 19, qui a entraîné la chute de la consommation des ménages et des entreprises.
- La stabilisation difficile des prix des produits de première nécessité.
- Le taux de chômage élevé d'une jeunesse qualifiée.

C'est en tenant compte de cet environnement économique délétère que nous proposons au public des produits éditoriaux à des prix accessibles à tout le monde

3. Contexte socioculturel

On observe :

- Un regain d'intérêt de la population sur l'actualité sportive nationale, boosté par l'élection de l'ancien international Samuel Eto'o à la tête de la Fédération Camerounaise de Football (FECAFOOT).
- Une demande forte en termes de contenu sportif de qualité.
- Une mauvaise connaissance des autres disciplines sportives en dehors du football.

Nous avons à cœur de profiter de ce contexte plutôt favorable pour implanter durablement dans le marché.

4. Contexte technologique

Le mouvement de la numérisation et de la digitalisation est en plein essor au Cameroun. L'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, et l'engouement de la population pour la chose numérique, oblige tous les secteurs qui veulent intégrer les nouveaux marchés à se numériser, et notamment le secteur de l'édition. On observe la prolifération des services tels que : le livre numérique, la télévision en ligne, la radio en ligne et la presse écrite en ligne. Notre entreprise s'inscrit dans cette même lancée car notre magazine sera disponible en ligne, sur notre site internet.

5. Contexte environnemental

La préservation de l'environnement est une bataille menée par le gouvernement camerounais qui force les entreprises à prendre des dispositions écologiques afin de lutter contre la pollution et la dégradation des sols. Dans le cadre de notre produit nous utiliserons essentiellement du papier comme matière première. Le papier est une matière biodégradable ainsi donc nous entrons en droite ligne avec la politique écologique du gouvernement.

6. Contexte légal

L'instruction n°001/CAB/PM du 18 mars 2010 relative aux formalités de création des entreprises au Cameroun, balise et encourage l'entrepreneuriat. Aussi notre contenu est encadré et régie par la loi de 1990 sur la communication sociale.

L'article 2 alinéa 1 que :

« La présente loi s'applique à toutes les formes et à tous les modes de communication sociale, notamment à l'imprimerie, à la librairie, aux organes de presse, aux entreprises éditrices, aux entreprises de distribution, à l'affichage et aux entreprises de communication audiovisuelle. »

7. La demande du marché

L'étude méthodique du marché nous a permis de constater une forte demande du public en termes de magazines sportifs de référence spécialisés sur le sport et les sportifs camerounais locaux et internationaux. À l'instar du journal **L'ÉQUIPE** en France et de **MUNDO DEL PORTIVO** en Espagne, le marché camerounais demande une parution sportive qui va déchiffrer, informer et renseigner sur les événements sportifs nationaux et leurs acteurs. Voilà la demande à laquelle **les Éditions Perroquet** répondent en mettant sur le marché leur magazine sportif.

II-ANALYSE DIAGNOSTIC DE L'ENTREPRISE

1. Environnement externe de l'entreprise

Il s'agit ici de répertorier les entreprises concurrentes et de détailler leurs atouts et leurs faiblesses.

Il n'existe pas réellement d'entreprises d'édition spécialisées dans la production et la commercialisation physique et numérique des magazines sportifs au Cameroun. Néanmoins certaines grandes entreprises de communication ont des branches sportives qui font paraître très souvent des Éditions traitant de l'actualité sportive. La plus connue d'entre elles est :

- **Sport Business Insights Magazine**, qui est un média d'économie et d'expertise conseil dans le domaine du sport dont le siège est à Yaoundé.

- **Les forces de la concurrence**

- L'expertise reconnue dans le domaine
 - La maîtrise du volet numérique
 - La notoriété déjà établie
 - La qualité du personnel
 - La qualité du carnet d'adresse
 - La connaissance parfaite du marché
 - La qualité technologique

▪ **Les faiblesses de la concurrence**

- Grande périodicité entre les parutions des magazines
- Le faible taux de publication
- L'intérêt exclusif sur le Football

2. Environnement interne de l'entreprise

Il s'agit ici de l'étude SWOT de l'entreprise qui permet de ressortir clairement ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et ses menaces afin de déterminer précisément les possibilités de rentabilité de l'entreprise.

Voici résumé en tableau l'étude SWOT des Éditions perroquet :

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Personnel qualifié• Équipe d'éditeurs et de journalistes spécialisés dans le sport• Première entreprise du genre au Cameroun• Forte présence sur des plateformes numériques• Spontanéité des services• Informations détaillées	<ul style="list-style-type: none">• Entreprise jeune• Manque de notoriété• Manque de concurrence : ce qui peut entraîner une continuité et un manque d'innovation à long terme
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Volonté politique d'encourager l'entreprenariat jeune• Marché en lancement très peu exploité• Hausse de la demande en contenu sportif camerounais et africain• La hausse du niveau des compétitions sportives camerounaises et des sportifs	<ul style="list-style-type: none">• Situation socio-politique pas très stable dans certaines régions du pays• Risque de crise sanitaire pouvant affecter la pratique du sport professionnel• Conflits dans les différentes fédérations qui impactent négativement le sport et les sportifs camerounais

III-BUSINESS MODEL CANVA

Le business model Canvas est un outil que l'on utilise pour retranscrire de manière simple le modèle économique d'une entreprise. Il est parfaitement adapté à la phase de création et peut aussi être utilisé pour le lancement d'un nouveau produit ou d'un service.

Parmi tous les modèles existants nous avons choisi pour la maison d'édition Perroquet le business model Canvas d'Alexander Osterwalder.

Il se présente comme suit :

1. Segmentation de la clientèle

Les clients étant au cœur de notre projet il est important de bien déterminer la cible, de la segmenter afin de pouvoir ajuster notre offre de produit à leurs convenances. Ainsi, les Éditions Perroquet ont pour :

- **Cible principale** : les fans de football camerounais, il s'agit de toutes personnes camerounaises ou étrangères qui s'intéressent de près ou de loin aux différentes disciplines sportives pratiquées au Cameroun.
- **Cible secondaire** : les amateurs camerounais de sport, ici il est question des camerounais qui pratiquent un ou plusieurs sports par plaisir et qui par conséquent suivent avec attention ce qui se passe dans le sport professionnel du pays.
- **Cœur de cible** : les professionnels camerounais de sport, il s'agit de tous les sportifs camerounais qui vivent du sport et le pratiquent à titre de profession car nos produits les concernent directement, en promouvant leurs différentes disciplines sportives et en mettant en avant leurs performances et leurs statistiques.

2. Proposition de valeur

La maison d'édition **Perroquet** met à la disposition du grand public des produits éditoriaux de haute qualité dans l'évènementiel sportif au Cameroun. Le premier né est le magazine sportif Zone de Sports disponible sur support physique et numérique. Ce produit est le premier du genre au Cameroun, car il permet aux fans de sport d'être informés de l'actualité sportive, d'avoir toutes les informations nécessaires concernant leurs stars nationales et de suivre leur progression aussi bien sur la sphère nationale qu'internationale.

3. Canaux de distribution

Il est pour nous important de bien choisir nos canaux de distribution si nous voulons nous implanter durablement dans le marché et acquérir très vite une notoriété.

C'est pour ça que pour notre promotion nous avons entrepris de :

- Nous rapprocher des chaînes de télévision et de radio afin d'avoir des espaces de promotion dans le but de se servir de la notoriété de ces médias pour gagner en visibilité et en crédibilité.

Pour ce qui est de la distribution et la mise à disposition des produits auprès des clients nous avons :

- Trouvé des accords avec les distributeurs agréés de journaux dans les villes de Yaoundé et Douala afin que nos produits soient présents dans les kiosques.
- Négocié des espaces de présentation dans les librairies, et les supermarchés.
- Embauchés des commerciaux que nous avons disséminé dans la ville et qui sont payés au pourcentage des exemplaires vendus soit 10% par exemplaire.

4. Relation client

Afin d'interagir et d'être disponible pour répondre efficacement et rapidement aux préoccupations et sollicitations de notre clientèle, nous avons créé en plus de la page web de l'entreprise, des comptes dans les différents réseaux sociaux majeurs à savoir : Facebook, WhatsApp, Instagram et twitter. Ces espaces nous permettrons d'animer la conversation avec nos clients à travers des postes et des jeux qui permettrons de gagner certains lots. Ils permettront aussi à notre clientèle de nous contacter en cas de problème, pour compléter des informations ou alors pour faire des suggestions. Nous mettons une attention particulière sur notre relation client car nous tenons véritablement à redonner aux clients la place importante qui leur ait dû dans un contexte camerounais où ils sont généralement méprisés.

5. Sources de revenus

La maison d'édition Perroquet a pour source de revenu principal, les bénéfices engendrés par la vente de ses produits éditoriaux et la vente de ses différents espaces publicitaires.

6. Ressources clés

Pour optimiser nos performances et assurer la bonne qualité à nos produits éditoriaux, nous avons besoins :

➤ **Des ressources matérielles**

- Ordinateurs ;
- applications de saisie et de montage (Microsoft Word, quark Xpress, la suite adobe (In Design, Photoshop, première pro, Illustrator.) ;
- papier ;
- imprimantes ;
- photocopieuses ;

➤ **Des ressources humaines**

- Journalistes sportifs permanents spécialisés en (football, handball, basketball, athlétisme, sport de combat et golf)
- Éditeurs
- Monteurs.

7. Les partenaires clés

Les partenaires qui peuvent nous accompagner dans nos différentes missions sont :

- Le ministère des sports et de l'éducation physique
- Les différentes fédérations sportives
- Les entreprises de paris sportifs (premier bet, 1Xbet, roibet, pari foot)

8. Flux de revenus

Les prix de nos produits éditoriaux sont fixes et valables pour toute notre clientèle. Nous avons juste décidé de diversifier les conditions d'achat de nos produits. Ainsi, que l'on soit une personne physique ou morale on peut :

- effectuer un paiement ponctuel à chaque achat ;
- souscrire à un abonnement mensuel ou annuel.

9. Structure des coûts

Les coûts les plus importants **aux Éditions Perroquet** sont les coûts de production qui englobent : la lecture/correction, la mise en page et l'édition proprement dite, le montage des images, la préresse, le bon à tirer et l'impression. Nous essayons néanmoins d'équilibrer notre bilan à travers la tarification des espaces publicitaires dans nos magazines tel qu'illustré par le tableau ci-après :

DESIGNATION	PRIX	TEMPS
Première de couverture	90000 FCFA	1 numéro
Deuxième de couverture	50000 FCFA	1 numéro
Troisième de couverture	50000 FCFA	1 numéro
Quatrième de couverture	90000 FCFA	1 numéro
Page double	100000 FCFA	1 numéro

IV- APPORT DES ACTIONNAIRES ET REPARTITION

1. Apport des actionnaires

Le tableau ci-après répertorie les différents apports en nature et/ou financiers des partenaires et ressort la part de chacun dans l'entreprise.

NOMS ET PRENOMS	APPORT EN NATURE	APPORT FINANCIER	PART SUR LE CAPITAL COMMUN
Mboe Akoa Antoine	<ul style="list-style-type: none">• 01 ordinateur laptop• 01 ordinateur desktop• Une imprimante• Une photocopieuse (500000)FCFA	600000 FCFA	1100000 FCFA (50%)
Mekongo Akoa Boris	Location de l'appartement siège de	120000 FCFA	600000 FCFA

	la maison d'édition soit un studio moderne pendant 1an (40000×12=480000)		(27,28%)
Etoundi Nestor		500000 FCFA	500000 FCFA (22,72%)
TOTAL :		2200000 FCFA	

2. Répartition salariale

Le tableau ci-après établit les salaires non définitifs des employés de la maison d'édition perroquet.

NOMS ET PRENOMS	FONCTIONS	SALAIRE
Mboe Akoa Antoine	Responsable d'édition Responsable financier	50000 FCFA
Bene Yannick	Monteur Community manager	70000 FCFA
Mbia Joris Ntolo Omer Loïc Nyangono Yannick	Journalistes	60000×3=180000 FCFA
TOTAL	300000 FCFA	

TROISIEME PARTIE : RÉALISATION PROFESSIONNELLE

I- PRESENTATION DU MAGAZINE

Zone de Sport est un magazine spécialisé dans l'évènementiel sportif au Cameroun édité et publié par la maison d'édition **Perroquet**. Le premier numéro de zone de sport est essentiellement dédié aux lions indomptables du Cameroun en prélude à leur participation à la coupe du monde Qatar 2022. Le magazine nous plonge dans l'histoire de l'équipe du Cameroun en coupe du monde et nous fait revivre les belles et parfois tristes expériences que les générations de joueurs de l'équipe nationale de football du Cameroun ont connues depuis leur première participation en 1986. De l'épopée dorée de Roger MILLA en 1990 à Vincent ABOUBAKAR en 2022 en passant par le légendaire Samuel ETO'O en 2010 et 2014, la première sortie de Zone de Sport nous replonge dans l'ambiance des sept (7) dernières participations des lions en coupe du monde et nous encourage ainsi à suivre et encourager de prêt ou de loin l'équipe nationale qui commence la compétition le 24 novembre prochain au Qatar.

La périodicité de notre magazine est mensuelle c'est-à-dire que le magazine paraîtra une fois chaque mois.

1. Les rubriques du magazine

Pour une bonne présentation et pour fluidifier la compréhension des lecteurs, le magazine Zone Sport est constitué des rubriques suivantes :

- **L'EDITORIAL** : signé par le rédacteur en chef de notre journal, cette rubrique permet de mettre en valeur le magazine en le situant dans son contexte et résumant brièvement les différents articles qui le composent.
- **HISTORIQUE** : il est question ici de rappeler le contexte et les événements qui ont marqué non seulement la compétition en elle-même mais aussi chaque participation de l'équipe nationale du Cameroun à la coupe du monde. Elle présente à chaque fois la composition des différents groupes au départ de la compétition.
- **QUALIFICATION** : dans cette rubrique on présente à chaque fois le parcours des qualifications en zone Afrique des lions indomptables du Cameroun.
- **EFFECTIF** : c'est la liste complète des joueurs et sélectionneurs ayant participé au mondial.

- **PARCOURS** : cette rubrique permet de résumer le parcours de l'équipe en phase de poule. Elle comprend des sous rubriques telles que : le résultat final, le classement final et quelques statistiques
- **PHOTOS SOUVENIRS** : c'est un ensemble de photos qui illustre les différents parcours et présente les joueurs majeurs de chaque participation en pleine action.

2. Plan media

Le plan média du magazine zone de sport regroupe l'ensemble des insertions publicitaires prévues dans les médias les plus suivis du triangle national. Il a pour objectif de se faire connaître et ainsi marquer notre présence non seulement auprès du public mais aussi auprès des médias concurrents.

Notre plan média se présente comme suit :

PLAN MEDIA DU MAGAZINE ZONE DE SPORT

Média	Supports	Nombre de passage	Période de passage	Prix unitaire	Prix total (FCFA)
Télévisions	CRTV sport	05	Du 10/11 au 20/12 /2022	10000	50000
	Canal 2 international	05	Du 10/11 au 20/12 /2022	10000	50000
	LTM	10	Du 10/11 au 20/12 /2022	8000	80000
Radio	CRTV radio	05	Du 10/11 au 20/12 /2022	5000	25000
	Royal FM	05	Du 10/11 au 20/12 /2022	5000	25000
	Magic FM	05	Du 10/11 au 20/12 /2022	5000	25000
Presse écrite	Cameroun Tribune	05	Du 10/11 au 20/12 /2022	7500	37500
	L'anecdote	05	Du 10/11 au 20/12 /2022	7000	35000
	L'étudiant	10	Du 10/11 au 20/12 /2022	5000	50000

			20/12 /2022		
Affichage	Affichettes		500	500	250000
Total					627500

II- SUIVI DE FABRICATION ET DEVIS DE PRODUCTION

1. Suivi de fabrication

Nous voulons produire 1000 exemplaires de notre magazine. Il faut dire que celui-ci est composé de 32 pages, montées au format de 21×29,7. Le papier utilisé est le papier couché 120g pour les pages intérieures et couché 250g pour la couverture.

Nous cherchons à déterminer la quantité de papier nécessaire à la fabrication du livre.

➤ **Pour les pages intérieures**

Nous savons que notre imprimeur travaille généralement avec des cahiers de seize pages.

- a. Trouvons donc le nombre de cahiers nécessaires à la fabrication de notre magazine ;
le nombre de cahiers nécessaires = nombre de page du livre/nombre de pages d'un cahier.

Application numérique : $32/16 = 2$ cahiers

Nos pages intérieures seront donc constituées de 2 cahiers de 16 pages chacune

- b. Trouvons le nombre de feuilles totales pour les 1000 exemplaires que nous voulons produire.

Le nombre de feuille total = nombre de cahiers nécessaires pour un exemplaire × le nombre total d'exemplaires

Application numérique : $1000 \times 2 = 2000$ feuilles

Le nombre de feuille hors gâche nécessaire pour imprimer les 1000 exemplaires du magazine est de 2000 feuilles.

- c. Calculons les différentes gâches

▪ **Gâche de mise en train**

La gâche de mise en train est fixée à 75 feuilles par côté de feuille à imprimer et par couleur. Nous savons que les pages sont imprimées en quadrichromie donc 4 couleurs ; notre magazine à 2 cahiers aura 4 côtés.

La gâche de mise en train = $75 \times$ nombre de couleur \times nombre de côté

Application numérique : $75 \times 4 \times 4 = 1200$ feuilles

1200 feuilles seront nécessaires pour la mise en train

- **Gâche de roulage**

La gâche de roulage concerne les couleurs d'impression elle se calcule en prélevant un pourcentage de feuilles pour chaque couleur.

La gâche de mise en train = 3% pour la première couleur et 2% pour les autres couleurs.

Notre magazine étant en quadrichromie nous avons donc 4 couleurs soit $3\% + 2\% + 2\% + 2\% = 9\%$

Application numérique : $(2000 \times 9)/100 = 180$ feuilles

180 feuilles seront retenues lors roulage

- **Gâche de façonnage**

Gâche de façonnage = 2% du nombre de feuille

Application numérique : $(2000 \times 2)/100 = 40$ feuilles

40 feuilles seront retenues par le façonnage

Le nombre de feuille total pour les pages intérieures = nombre de feuille hors gâche + gâche de mise en train + gâche de roulage + gâche de façonnage

Application numérique : $2000 + 1200 + 180 + 40 = 3420$ feuilles

La quantité de feuille pour l'impression des pages intérieures est de 3420 feuilles de couché 120g

➤ **Pour la couverture**

La couverture étant constituée d'une seule feuille de papier, pour nos 1000 exemplaires de magazine nous aurons besoin de 1000 feuilles de papier hors gâche pour la couverture.

a. Les différentes gâches

- **Gâche de mise en train**

Notre couvertures est en quadrichromie et à 2 côtés

Application numérique : $75 \times 2 \times 4 = 600$ feuilles

600 feuilles pour la mise en train

- **Gâche de roulage**

Application numérique : $1000 \times 9/100 = 90$ feuilles

90 feuilles pour le roulage

▪ **Gâche de façonnage**

Application numérique : $1000 \times 2/100 = 20$ feuilles

20 feuilles pour le façonnage

Le nombre de feuille total pour les pages intérieures = nombre de feuille hors gâche + gâche de mise en train + gâche de roulage + gâche de façonnage

Application numérique : $1000+600+90+20 = 1710$ feuilles

Pour la couverture on aura besoin de 1710 feuilles de couché 250g

Calculons le format de travail pour les pages intérieures (couché 120g) et le prix du papier nécessaire

Nous disposons de cahier de 16 pages que nous souhaitons imprimer en recto-verso ce qui fait que la surface de base est celle de 8 pages.

Notre magazine est au format 21×29,7cm nous aurons donc :

1											
1	21cm	0.5	0.5	21cm	0.5	0.5	21cm	0.5	0.5	21cm	1
	29,7cm										
	0.5										
	0.5										
	29,7cm										
	1										

En largeur on a : $1+21+1+21+1+21+1+21+1 = 89\text{cm}$

En hauteur on a : $1+29,7+1+29,7+1 = 62,4\text{cm}$

Le format de travail pour les pages intérieures est de 89× 62,4 cm

En supposant que le format en vente chez le papetier est de $90 \times 65\text{cm}$ nous constatons que notre format de travail est sensiblement proportionnel au format du papier en vente nous allons donc acheter les rames de papier de format $90 \times 65\text{cm}$.

Nous savons qu'une rame de papier de 500 feuilles au format $90 \times 65\text{cm}$ coûte 23000Fcfa.

Le nombre de rame nécessaires pour notre travail = nombre de feuille total/ nombre de feuille d'une rame de papier au format $90 \times 65\text{cm}$.

Application numérique : $3420 / 500 = 6,84$ sensiblement égal à 7 rames de papier

Le prix du papier pour les pages intérieures = nombre de rames \times prix d'une rame

Application numérique : $23000 \times 7 = 161000\text{Fcfa}$

Le prix du papier pour les pages intérieures est de 161000Fcfa

Calculons le format de travail pour la couverture (couché 250g) et le prix du papier nécessaire

La base de la couverture se présente comme suit :

	0,5			
0,5	21cm	1,7	21cm	0,5
	29,7cm			
	0,5			

<p>$18000 \times 4 = 72000$</p> <p>La couverture elle sera facturé au format A2 le flashage d'un A2 en quadri est de 11000</p> <p>Le flashage interne et externe =</p> <p>$72000 + 11000 = 83000$</p>	<p>83000</p>	
<p>III. Frais d'impression facturés par l'imprimeur</p> <p>a. Montage et insolation</p> <p>Le nombre de cahiers internes est de 2 soit 4 côtés soit 4×4 couleurs =16 plaques au prix unitaire de 10000</p> <p>On a donc $10000 \times 16 = 160000$</p> <p>b. Calage</p> <p>10000 par plaques soit 160000</p> <p>c. Papier interne</p> <p>d. Papier couverture</p> <p>e. Roulage interne à 7Fcfa</p> <p>Pour tout le magazine on aura :</p> <p>$(1710 + 3420) \times 4$ couleurs $\times 7$Fcfa=</p>	<p>160000</p> <p>160000</p>	<p>161000</p> <p>210000</p> <p>143640</p>
<p>IV. Finitions</p> <p>Façonnage (Assemblage, pelliculage, couture encollage) soit 200 pour un exemplaire</p> <p>Pour 1000 exemplaires on aura</p>		<p>200000</p>
<p>Coût total = coût fixe + coût variable</p>	<p>$576986 + 714640 =$</p> <p>1291626Fcfa</p>	

➤ **Le coût total de production pour 1000 exemplaires est de 1291626Fcfa**

Le prix unitaire = coût total/nombre d'exemplaire à tirer

Application numérique : $1291626/1000 = 1291,6$ FCFA

Prix de vente estimatif du magazine pour 1000 exemplaires

Prix de revient		1292
Distribution/diffusion	$1292 \times 40\%$	516,8
Coût de promotion	$1292 \times 10\%$	129,2
Coût de fonctionnement	$1292 \times 20\%$	258,4
Marge bénéficiaire	$1292 \times 10\%$	129,2
Prix de vente estimatif hors taxes	Total	2325,5
Droit d'auteur	Dans notre cas il n'y a pas de droit d'auteur	/
Tva	$2401 \times 18\%$	419
Prix de vente public taxes comprises = 2744Fcfa nous le vendrons à 2500 FCFA		

Le seuil de rentabilité du magazine

La marge brute = (prix de vente public – (tva + distribution/diffusion))

Application numérique : $2744 - 936 = 1808$ Fcfa

Seuil de rentabilité = coût de production/marge brute

Application numérique : $1291626/1808 = 714$

Seuil de rentabilité =714, ce qui veut dire que c'est après avoir vendu le 714^e exemplaire que nous commencerons à engranger des bénéfices.

➤ Pour 5000 exemplaire nous aurons

$$5000 \times 714640/1000 = 3573200$$

Le coût total de production pour 5000 exemplaires sera donc de :

$$3783200 + 576986 = 4150186 \text{ FCFA}$$

Le prix unitaire pour 5000 exemplaires est de :

$$4360186/5000 = 830 \text{ FCFA}$$

3. Prix de vente estimatif du magazine pour 5000 exemplaires

Prix de revient		830
Distribution/diffusion	830 × 40%	332
Coût de promotion	830 × 10%	83
Coût de fonctionnement	830 × 20%	166
Marge bénéficiaire	830 × 10%	83
Prix de vente estimatif hors taxes	Total	1494
Droit d'auteur	Dans notre cas il n'y a pas de droit d'auteur	/
Tva	2401 × 18%	269
Prix de vente public taxes comprises = 1763 FCFA Pour que notre livre soit accessible à tout le monde nous le vendrons à 1500 FCFA		

4. Le seuil de rentabilité du magazine

La marge brute = (prix de vente public – (tva + distribution/diffusion))

Application numérique $1763 - 601 = 1162 \text{ Fcfa}$

Seuil de rentabilité = coût de production/marge brute

Application numérique : $4360186/1162 = 3752$

Seuil de rentabilité = 3752, ce qui veut dire que c'est après avoir vendu le 3752^e exemplaire que nous commencerons à engranger des bénéfices.

CONCLUSION

Parvenu au terme de notre travail qui consistait à la présentation de notre maison d'édition, de son marché et du premier produit éditorial conçu, fabriqué et mis en vente en son sein, il ressort clairement que le marché de l'évènementiel sportif au Cameroun, avec toute la richesse des évènements qui le composent a besoin des médias spécialisés pour le faire vivre à la hauteur de ce qu'il représente. Le magazine mensuel **Zone de Sport** publié par les **Éditions Perroquet** s'engage à mettre en œuvre tous les moyens disponibles pour valoriser le sport et les sportifs africains en général et camerounais en particulier dans le but de participer à la naissance et à l'éclosion des futurs champions du monde toutes disciplines confondues.

BIBLIOGRAPHIE

- M. François NKEME, *suivi de fabrication du livre*
- Mme Priscille DJAMFA, *management d'une maison d'édition*
- M. Aurélien NDASSIBOU, *mise en page*
- Pr. Patrice MBIANDA, *marketing fondamentale*
- M. Théophile ABEGA MOUSSA, *marchés et réseaux du multimédia*

ANNEXES

- Demande de partenariat ;
- Contrat de cession de droits sur photographies.



éditionperroquet@gmail.com

699-50-86-09/ 670-38-60-08

Yaoundé, le 1^{er} juillet

À

MONSIEUR LE DIRECTEUR
GENERAL D'ALAMI IMAGES

Objet : demande de partenariat

Monsieur le directeur général,

Je viens auprès de votre haute bienveillance solliciter votre accord de partenariat.

En effet, dans le cadre de la mise sur le marché du magazine sportif **Zone de Sport**, par l'entreprise d'éditions les **Éditions Perroquet**, nous avons trouvé au vue de ce que vous représentez dans les archives sportives en Afrique, associer notre image à la vôtre afin de participer ensemble à l'émancipation de notre sport et de nos sportifs.

Dans l'espoir que notre offre vous intéressera et que aurons dans les prochains jours un avis favorable venant de vous, veuillez agréer monsieur le directeur général l'expression de mon profond respect.

Le gérant



CONTRAT DE CESSION DE DROITS SUR PHOTOGRAPHIE(S)

Entre

L'entreprise alamyimages

Ci-après désigné « auteur »

Et

Les Éditions Perroquet

Ci-après désigné « Éditions Perroquet »

Communément désignés par « les parties »

Article 1

L'auteur est l'unique détenteur des droits d'auteurs, dans toutes ses composantes, sur les photographies.

Article 2

L'auteur certifie céder à titre non – exécutif et gracieux aux Éditions Perroquet, les droits d'exploitations des photographies dans le cadre de la première sortie du magazine Zone de Sport.

SIGNATURE DES « PARTIES »



CONTRAT DE CESSION DE DROITS SUR PHOTOGRAPHIE(S)

Entre

L'entreprise gettyimages

Ci-après désigné « auteur »

Et

Les Éditions Perroquet

Ci-après désigné « Éditions Perroquet »

Communément désignés par « les parties »

Article 1

L'auteur est l'unique détenteur des droits d'auteurs, dans toutes ses composantes, sur les photographies.

Article 2

L'auteur certifie céder à titre non – exécutif et gracieux aux Éditions Perroquet, les droits d'exploitations des photographies dans le cadre de la première sortie du magazine Zone de Sport.

SIGNATURE DES « PARTIES »

TABLE DES MATIÈRES

AVERTISSEMENT..... *i*

SOMMAIRE..... *ii*

INTRODUCTION *1*

PREMIERE PARTIE : *2*

DESCRIPTION DE LA MAISON D'EDITION *2*

I- PRESENTATION GENERALE DES ÉDITIONS PERROQUET *3*

 1. Présentation des membres *3*

 2. Fiche signalétique *4*

 3. La charte graphique des Éditions Perroquet *5*

 a. Le logo de l'entreprise..... *5*

 b. La typographie ou police d'écriture *6*

 c. Les couleurs *6*

II- CONTEXTE DE CRÉATION..... *7*

III- MISSIONS, OBJECTIFS, VISION ET ACTIVITÉS SECONDAIRES DE
L'ENTREPRISE..... *7*

 1. Missions *7*

 2. Objectif *8*

 3. Vision *8*

 4. Autres activités..... *8*

IV- LA FORME JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE..... *8*

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DU MARCHE..... *10*

I- ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE *11*

 1. Contexte politique..... *11*

 2. Contexte économique..... *11*

 3. Contexte socioculturel *12*

 4. Contexte technologique..... *12*

 5. Contexte environnemental *12*

 6. Contexte légal *12*

 7. La demande du marché *13*

II- ANALYSE DIAGNOSTIC DE L'ENTREPRISE	13
1. Environnement externe de l'entreprise	13
2. Environnement interne de l'entreprise	14
III- BUSINESS MODEL CANVA.....	15
1. Segmentation de la clientèle	15
2. Proposition de valeur	15
3. Canaux de distribution	16
4. Relation client	16
5. Sources de revenus.....	16
6. Ressources clés	17
7. Les partenaires clés	17
8. Flux de revenus	17
9. Structure des coûts	18
IV- APPORT DES ACTIONNAIRES ET REPARTITION	18
1. Apport des actionnaires.....	18
2. Répartition salariale	19
TROISIEME PARTIE : RÉALISATION PROFESSIONNELLE	20
I- PRESENTATION DU MAGAZINE.....	21
1. Les rubriques du magazine	21
2. Plan media.....	22
II- SUIVI DE FABRICATION ET DEVIS DE PRODUCTION.....	23
1. Suivi de fabrication	23
a. Les différentes gâches	24
2. Devis de production du magazine.....	27
3. Prix de vente estimatif du magazine	31
4. Le seuil de rentabilité du magazine.....	31
CONCLUSION.....	33
BIBLIOGRAPHIE	34
ANNEXES	35
TABLE DES MATIERES.....	39