

UNIVERSITÉ DE YAOUNDÉ II



UNIVERSITY OF YAOUNDE II

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



Advanced School of Mass  
Communication  
(ESSTIC)

## RÉALISATION PROFESSIONNELLE

# Présentation des Éditions Jeunesse et du livre jeunesse *Les regrets d'Ayana*

*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**

Par :

**Leonne Fabienne AKONO,**

*Étudiant(e) en Niveau 3*

*Édition et Arts graphiques*

Année académique : 2021/2022

Date de soutenance : Novembre 2022

## **AVERTISSEMENT**

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

*Présentée et soutenue par Leonne Fabienne AKONO*

*À mon fiancé*

## **REMERCIEMENTS**

Cette réalisation professionnelle a bénéficié du concours de plusieurs personnes que nous tenons à remercier. Nous adressons nos sincères remerciements :

- à Mme le directeur de l'Ecole supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication (Esstic), le Pr Alice Nga Minkala ;
- à tout le personnel administratif et enseignants de l'Ecole supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication (Esstic) ;
- à tout le département de la filière Edition et Arts graphiques pour avoir mis à notre disposition les outils nécessaires pour nous permettre de mener à bien notre formation ;
- à notre encadreur Monsieur Thomas Aurélien Ndassibou
- à notre parrain de promotion M. Buma Kor pour ses conseils et sa disponibilité ;
- à nos parents, pour leur apport affectif, moral et financier ;
- à notre famille pour le soutien durant la réalisation de ce projet ;
- à nos amis pour l'assistance et l'entraide ;
- à tous ceux qui de près ou de loin ont prêté une attention particulière à notre évolution.

## **LISTE DES ABRÉVIATIONS**

**BAT** : Bon à tirer

**ESSTIC** : Ecole supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication

**ISBN** : International standard book number

**PESTEL** : environnement politique, économique, sociale, technologique, écologique et Légal

**SARL**: société à responsabilité limitée

## **SOMMAIRE**

AVERTISSEMENT .....	2
DÉDICACE.....	3
REMERCIEMENTS .....	4
LISTE DES ABRÉVIATIONS .....	5
SOMMAIRE .....	6
INTRODUCTION.....	7
Chapitre I : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE DE CRÉATION .....	8
I. LES ÉDITIONS JEUNESSE .....	9
II. Organisation et fonctionnement de la structure .....	17
Chapitre II : ÉTUDE DE L'ENVIRONNEMENT DES ÉDITIONS JEUNESSE .....	21
I. PESTEL.....	22
II. Analyse SWOT .....	24
Chapitre III : PRÉSENTATION DU PROJET ÉDITORIAL .....	27
I. Généralité sur le projet .....	28
II. Coûts de productions.....	33
III. Planning de production.....	35
Chapitre IV : SUIVIE DU PROJET ÉDITORIAL .....	36
I. Supports média .....	37
II. Supports hors média.....	38
III. Activités liées à la distribution et la commercialisation .....	39
CONCLUSION .....	41
ANNEXES .....	42
TABLE DES MATIÈRES .....	55

## INTRODUCTION

La tradition à l'École supérieure des Sciences et techniques de l'information et de la communication (ESSTIC), veut que chaque étudiant au terme du cycle licence élabore une réalisation professionnelle convenant à sa spécialisation. En Édition et Arts graphiques, ces travaux peuvent porter sur l'imprimé, l'audiovisuel, la musique ou le cinéma et sont présentés devant un jury en vue de l'obtention d'un diplôme supérieur. C'est dans cette optique, que nous, étudiant de ladite filière, avons choisi de mettre sur pied une maison d'édition spécialisée dans la littérature jeunesse. Un secteur en plein essor au Cameroun et regorgeant de potentialité. Ainsi, notre entreprise d'édition dénommée **Editions Jeunesse** œuvre pour la promotion de la littérature auprès des jeunes du Cameroun en particulier et de l'Afrique en général. Nous entrons sur le marché avec une publication qui est un roman illustré intitulé *Les regrets d'Ayana*, dont le thème central est la violence en milieux scolaires. Le présent dossier vous présentera en première partie notre maison d'édition ; en deuxième partie la présentation du projet éditorial ; en troisième partie la production et la réalisation du projet et en quatrième partie les opérations de commercialisations.

**CHAPITRE I :  
PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE  
L'ENTREPRISE DE CRÉATION**

# I. LES ÉDITIONS JEUNESSE

## 1. Contexte de création

Éditions Jeunesse camerounaise représentent un marché vaste et quasiment inexploité par la vingtaine de maisons d'édition présente sur le territoire, qui pour la plupart a vocation généraliste, se concentrent très peu sur la littérature jeunesse et quand bien même c'est le cas, publient pour des cibles enfantines délaissant ainsi les adolescents et les jeunes adultes sans contenu littéraire qui leur ressemblent. Même s'il est vrai que l'enfant est le lecteur de demain, et qu'il faut lui inculquer l'amour de la lecture dès le jeune âge, que lira-t-il lorsqu'il entrera dans son adolescence, période de transition entre l'enfance et l'âge adulte. Les œuvres littéraires doivent pouvoir accompagner l'Homme tout au long de sa croissance. Ainsi, nos jeunes tellement en manque de littérature qui leur sont directement destinées, se ruent sur les publications étrangères, les réseaux sociaux et les blogs littéraires ou des écrivains en rédigeant des chroniques. Le problème de ce phénomène est que les publications étrangères ne reflètent toujours pas les réalités des jeunes Africains, elles tendent plutôt à leur faire rêver de l'occident et pervertissent l'image qu'ils ont de leur environnement. Du côté des chroniques, les histoires sont souvent écrites de manière désordonnée sans compter les coquilles dont elles sont truffées, elles sont parfois incomplètes, car publiées en ligne, elles souffrent des aléas de l'internet. Bref, ce type de publications manquent de professionnalisme et éloignent de plus en plus les jeunes de la lecture. Partant de ce constat, nous avons jugé utile de mettre sur pied une maison d'édition qui aura Éditions Jeunesse camerounaise au centre de ses publications. Une maison qui se propose de publier des ouvrages et des auteurs qui reflètent notre société, l'environnement dans lequel les jeunes évoluent, les problèmes auxquels ils sont confrontés afin de construire une jeunesse sûre de ses valeurs.

## 2. Dénomination de l'entreprise

Éditions Jeunesse est le nom de notre maison d'édition dédiée aux jeunes.

**Jeunesse** renvoie aux jeunes. Par extension elle peut caractériser une force vive agissant pour le bien commun ou l'accès à l'indépendance matérielle et de construction identitaire de l'autonomie. Le nom de notre maison d'édition permet donc d'exprimer l'orientation que nous souhaitons donner à nos différentes publications. C'est-à-dire, la production d'ouvrage de littérature jeunesse de qualité tant sur le plan du fond que de la forme.

### 3. Slogan des éditions jeunesse

À travers le slogan de la maison qui est « *Lire pour s'instruire* », il nous permet d'exprimer l'importance de la lecture à notre cible. Nous voulons démontrer que la lecture accroît les connaissances et développe le vocabulaire.

### 4. Ligne éditoriale

Les Éditions Jeunesse sont spécialisées dans la publication d'ouvrages éducatifs et illustrés destinés aux jeunes. Nous comptons instruire et sensibiliser les jeunes à travers la promotion d'ouvrages qui traitent des thématiques sur la morale et le savoir-vivre en société. Il s'agira concrètement de les amener à intégrer certaines valeurs dans leurs habitudes quotidiennes et à les respecter partout où besoin sera.

### 5. Les collections

Éditions Jeunesse dispose de quatre collections à savoir :

- **La collection morale** : cette collection publie un ensemble d'ouvrage qui permet de désigner des normes et des règles relatives au bien et au mal, propres à une société ;
- **La collection civisme** : cette collection publie des ouvrages en rapport avec les citoyens ;
- **La collection internet** : cette collection publie les ouvrages qui parle des réseaux sociaux.

### 6. Localisation

Éditions Jeunesse est située à Yaoundé au Cameroun plus précisément au quartier Tsinga près de la Fecafoot. Cet emplacement est stratégique, car nous sommes à proximité de notre cible, ce quartier regroupant un grand nombre d'écoles de formation, d'écoles primaires et de lycée. Elle est également localisable via les outils suivants :

- Téléphone : 693203702
- email : [editionsjeunesse@gmail.com](mailto:editionsjeunesse@gmail.com)
- [www.editionsjeunesse.cm](http://www.editionsjeunesse.cm)
- BP: 1027
- Facebook : @EditionsJeunesse
- Instagram : @EditionsJeunesse

## 7. Statut juridique

Éditions Jeunesse est une SARL (Société à responsabilité limitée) ayant un capital de 5.000.000 FCFA. Elle est composée de quatre associés. Les raisons qui ont motivé le choix de ce statut juridique sont les suivantes:

- la responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports.
- la SARL offre un cadre sécurisant à ses associés ;
- en cours d'existence, le capital social peut être augmenté ou réduit ;
- la part du bénéfice attribuée aux associés n'est pas obligatoirement proportionnelle aux apports de chacun, les statuts ou contrats signés dans la structure pouvant fixer des répartitions différentes ;
- la SARL est dirigée par un ou plusieurs gérants dont la nomination est soumise à certaines formalités.

Cependant, Éditions Jeunesse est dirigée par l'actionnaire majoritaire, c'est-à-dire la personne ayant le plus de part dans l'entreprise. Il s'agit de Fabienne Leonne AKONO qui est la garante de l'intégrité et du fonctionnement de la maison. Elle décide des publications et valide les placements et mouvements financiers de l'entreprise. A la fin de chaque année, une réunion est organisée pour présentation des chiffres de l'entreprise.

## 8. Tableau des actionnaires

Actionnaires	Montant en FCFA	Pourcentage d'action
Fabienne Akono	3 000 000	50 %
Ange Bakam	1 500 000	20%
Emiliana Essomba	1 000 000	15%
Tony Ombang	500 000	10%

## 9. Fiche signalétique

Nom de l'entreprise	<b>Éditions Jeunesse</b>
Date de création	<b>27 juin 2022</b>
Promotrice et directrice	<b>Fabienne Leonne Akono</b>
Siège social	<b>Tsinga - Yaoundé</b>
Slogan	<b>Lire pour s'instruire</b>

Statut juridique	<b>SARL (Société à Responsabilité Limitée) avec un capital social de 5 000 000 de FCFA</b>
Domaine d'activité	<b>Edition de livres jeunesse, livres illustrés</b>
Couleurs	<b>Orange</b>
Adresse postale	<b>1027</b>
Téléphone	<b>693 203 702</b>
Email	<b><a href="mailto:Editionsjeunesse@gmail.com">Editionsjeunesse@gmail.com</a></b>
Site web	<b><a href="http://www.editionsjeunesse.cm">www.editionsjeunesse.cm</a></b>
Facebook	<b>@EditionsJeunesse</b>
Instagram	<b>@EditionsJeunesse</b>

## **10. Vision, missions et objectifs**

### ***a. Vision***

Nous avons pour seule vision, celle d'être une référence en littérature jeunesse

### ***b. Missions***

Nous comptons accomplir notre mission à travers de :

- la promotion l'éducation des Éditions Jeunesse en leur inculquant la culture et l'amour de la lecture ;
- la publication des ouvrages d'éveil ;
- la publication des ouvrages qui promeuvent la culture dans sa diversité ;
- la publication des ouvrages à la fois didactiques et ludiques ;
- le repérage des jeunes auteurs sur les blogs et les plateformes d'écriture;
- l'organisation des rencontres littéraires avec les jeunes afin de détecter les plumes prometteuses.

### ***c. Objectifs***

#### **✓ À court terme**

- faire connaître notre maison d'édition et étendre notre activité au plan national et international ;

- publier un jeune auteur ;
- avoir un bon carnet d'adresses des acteurs du livre.

✓ **À moyen terme**

- faire en sorte que nos publications soient lues ;
- faire de façon effective la promotion de nos auteurs auprès du public ;
- rendre nos auteurs célèbres auprès du public ;
- organiser des ateliers d'écriture et de lecture.

✓ **À long terme**

- éveiller les consciences ;
- promouvoir la culture ;
- éduquer et distraire à travers la lecture ;
- mettre les jeunes écrivains en lumière.

## **11. Produits et services**

### ***a. Les produits***

Les Éditions Jeunesse ont pour principaux produits :

- les livres de littératures générales ;
- les albums illustrés qui traitent essentiellement les valeurs morales et sociales.

### ***b. Les services***

Le tout premier service de notre entreprise est l'édition (c'est le processus de matérialisation de toute œuvre de l'esprit sur un support, de la réception jusqu'à la mise à disposition auprès du public dans les librairies ou à travers des plateformes numériques), car c'est la principale activité qui donne vie à celle-ci. Par ailleurs, nous proposons les prestations suivantes :

- la conception des cartes de vœux, faire-part, et tous visuels de communication;
- la relecture/correction : les Éditions Jeunesse se proposent de relire, pour des tiers, et de corriger des rapports de stages académiques et professionnels, ainsi que les manuscrits reçus afin d'obtenir des contenus de qualité ;
- des formations relatives au secteur livresque ;
- l'accès a un centre de lecture périodique.

- la mise en page : en plus des ouvrages édités, la maison met également en page, pour des tiers partenaires, tous les documents issus de la relecture-correction ;
- la diffusion : nous faisons connaître nos publications auprès du public ;
- la distribution : la maison achemine également ses produits dans les lieux de vente en fonction des commandes, grâce à son service de livraison.

## 12. Charte graphique

Cette partie consiste en la présentation des éléments graphiques, chromatiques ou typographiques de notre maison d'édition.

La charte graphique est un document de travail qui contient l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité graphique d'une organisation, d'un projet, d'une entreprise.

L'identification visuelle de Éditions Jeunesse est composée d'éléments tels que : un logotype et ses principes d'utilisation, un code couleur, des éléments typographiques et une papeterie.

### *a. Les couleurs de l'entreprise*

Éditions Jeunesse a choisi l'orange comme couleur pour son logotype, car elle est porteuse des valeurs que nous avons choisi de transmettre. L'orange est une couleur stimulante pour le sens et l'intellect, pétillante et dynamique, teintée de joie et d'optimisme ; elle offre la bonne humeur et la joie de vivre. Associée à la vivacité du soleil, cette couleur évoque la chaleur humaine et la cohésion. Elle dénote la communication, la créativité, l'apprentissage et Editions Jeunesse.

- **significations positives** : joie, créativité, optimisme, dynamisme ;

- **significations négatives** : jalousie, mensonge.

### *b. Le code couleur*

**C** : 0% **M** : 62,07% **J** : 95,75% **N** : 0%



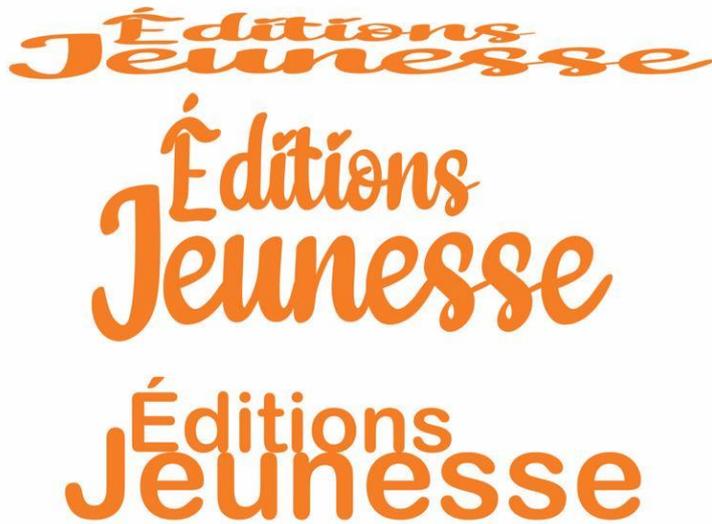
**R** : 239 **V** : 127 **B** : 21

**c. Les interdits**

Les interdits proscrivent l'utilisation du logo des Editions Jeunesse de manière à entacher l'image de la maison. Dénaturer le logo de l'entreprise, c'est ne pas représenter les valeurs émises par la maison d'édition.

- il est interdit d'aplatir le logo en l'étirant de manière horizontale ou verticale ;
- il est interdit de changer la typographie du nom de la maison d'édition même si elle a l'air ressemblante ;
- il est interdit d'inverser la typographie.

**d. Le principe**



**d'utilisation**

Ce logo doit être utilisé exactement comme il est représenté. Il ne doit pas être redessiné ; il ne doit pas subir de déformation. Sa couleur ne doit pas être changée. Et sa police de caractère est The secret.

**e. Le logo**

Le choix et la création de notre logo sont portés sur les principes de l'infographie la visibilité, la lisibilité, la proximité, la similitude, la continuité. Ces principes fondateurs, propulsés par des chercheurs comme Gestalt, auteur d'une théorie sur le sujet ; démontrent en quelque sorte que « la meilleure infographie est celle qui respecte les principes ci-dessus cités ».

Notre logotype est un monogramme, car il n'est constitué que de lettres, il s'agit du nom de la maison d'édition. Nous avons choisi ce type de logo, car il permet à la cible de garder notre dénomination à l'esprit, ce qui nous permettra de bien nous établir sur le marché. Sa police de caractère est The secret. Nous avons choisi cette police, car elle est fantaisiste et originale, nous la trouvons adaptée à la cible de notre entreprise d'édition.



Le logo est simple d'utilisation. Sa lecture horizontale peut s'intégrer sur tous les supports (couvertures de magazines, tranches de livres, web...).

*f. Quelques déclinaisons de notre logo*

**QUELQUES DECLINAISONS DE NOTRE LOGO**



**LA POLICE**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890



## II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA STRUCTURE

### 1. Organisation

#### *a. Ressources humaines*

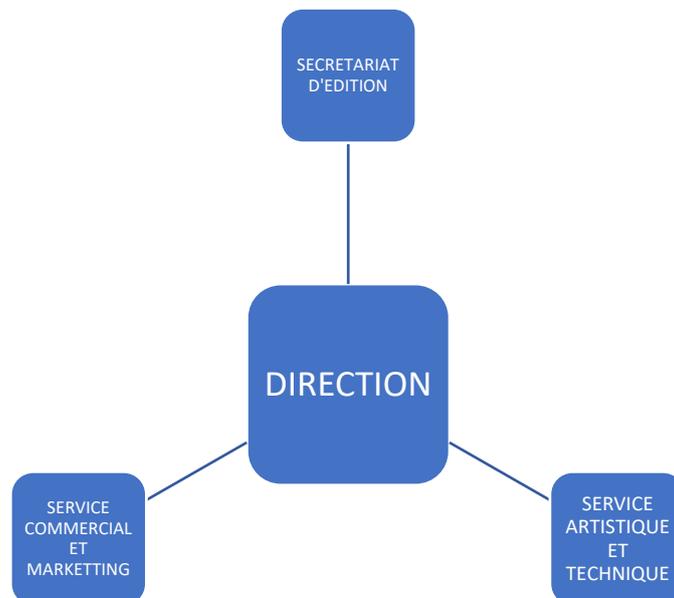
La politique des Éditions Jeunesse est tournée vers l'intégration et la formation de ses collaborateurs, permettant ainsi à chacun de se retrouver autour d'un projet et de valeurs communes que sont la création, les convictions et la relation à entretenir avec nos publics.

Elle recrute des personnes jeunes et ambitieuses avec qui elle travaille à plein temps et effectue aussi de la sous-traitance.

Dans cette partie, il est question de présenter les différents postes de responsabilité et leur rôle, les ressources matérielles ou apports des créateurs pour le lancement de l'entreprise et la masse salariale.

Pour atteindre ses objectifs, notre entreprise est constituée d'une équipe dynamique composée de quatre membres qui occupent des postes permanents. Le choix de ces membres s'effectue sur la base de leurs compétences respectives. Les services de la maison sont : la

Direction, le secrétariat d'édition, le service commercial et marketing, le service artistique et technique.



#### ✓ La direction

Service dirigé par Mme Fabienne Akono, elle est chargée d'assurer la supervision de la structure et de son personnel, de représenter l'entreprise en interne comme en externe ; de veiller à la gestion équitable des finances pour mener à bien les différents projets ; de veiller au respect de la ligne éditoriale ainsi qu'à l'entretien des relations étroites avec les actionnaires. C'est aussi dans ce service que les activités sont planifiées et suivies et que les différents contrats de la maison sont signés.

#### ✓ **Secrétariat d'édition**

Ce service est sous la responsabilité de Mme Felicia Atsama. Elle est chargée d'assurer la réception, et l'enregistrement des tapuscrits et des auteurs, de suivre le parcours du tapuscrit 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-correction. Elle travaille en étroite collaboration avec le comité de lecture et la directrice générale de l'entreprise. Elle est chargée du suivi des produits de la maison d'édition et de sa relation avec les auteurs.

#### ✓ **Le service commercial et marketing**

Le service est dirigé par M. Narcisse Nkouna. Il est chargé des études de marché. Son service est chargé d'étudier la rentabilité d'un manuscrit à travers des études de marché; d'assurer la promotion des produits et des services de l'entreprise, suivre les tendances et les attentes du marché afin de mener à bien ses promotions. 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 également 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 plans commerciaux avec une exigence de rentabilité commerciale (objectifs, budgets, leviers, offres, canaux). Enfin, il étudie de la faisabilité financière des projets de la maison, la gestion du budget et la recherche des fonds et des partenaires financiers.

#### ✓ **Service artistique et technique**

Ce service est chapeauté par M. Foé Fabrice. Il est le garant de la charte graphique de la maison. Il s'occupe du montage des livres et des visuels. Il s'occupe aussi de la conception des différents supports de communication et de 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.

Pour les autres tâches liées à l'activité de notre maison d'édition, nous allons faire appel à des sous-traitants qui seront payés à la tâche. Il s'agit de :

- relecteur-correcteur ;
- illustrateurs ;
- comité de lecture ;
- photographes ;
- commerciaux
- avocat.

Nous avons aussi les partenaires qui sont :

✓ **Tableau récapitulatif et masse salariale**

<b>Fonctions</b>	<b>Noms</b>	<b>Statut</b>	<b>Salaire Fcfa</b>
Directrice générale	Fabienne Akono	<i>Employé permanent</i>	120 000
Secrétaire d'édition	Félicia Atsama	<i>Employé permanent</i>	100 000
Service commercial et marketing	Narcisse Nkouna	<i>Employé permanent</i>	100 000
Service artistique et technique	Foé Fabrice	<i>Employé permanent</i>	100 000
Total de la masse salarial			<b>420.000</b> par mois, soit <b>1 520 000</b> par an

***b. Ressources matérielles***

✓ **Matériel informatique**

- Desktop HP (4) : 1 004 250 FCFA ;
- onduleur (garder l'autonomie lors de coupure d'électricité) : 65 000 FCFA ;
- disques durs externes : 50 000 FCFA ;
- clés USB (2) 64 GB : 16 000 FCFA ;
- modem wifi CPE Camtel forfait 10.000 (1) : 29.900 FCFA ;
- antivirus Advast : 10.000 FCFA ;
- logiciel de correction Antidote : 10.000 FCFA ;
- matériels de bureau ;
- tables à plusieurs postes : 250 000 FCFA ;
- chaises en cuir (1) : 71 500 FCFA ;
- chaise en plastique (3) : 21.000 FCFA

- imprimante / Photocopieuse noir/blanc : 400 000 FCFA ;
- des boites d'archives : 5 000 FCFA ;
- des étagères au mur : 30 000 FCFA ;
- des rames de papiers (10) : 25 000 FCFA ;
- des stylos de plusieurs couleurs : 10 000 FCFA.

✓ **Location bureau**

- local trois pièces plus une salle des eaux : 50.000 FCFA

✓ **Devis et budget de fonctionnement**

<b>Matériels</b>	<b>Couts en FCFA</b>
<b>Matériels informatiques</b>	<b>1 175 150</b>
<b>Matériels de bureau</b>	<b>969 500</b>
<b>Location bureau</b>	<b>50 000</b>
<b>Total</b>	<b>2 194 650</b>

**CHAPITRE II :  
ÉTUDE DE L'ENVIRONNEMENT  
DES ÉDITIONS JEUNESSE**

## **I. PESTEL**

Il s'agit ici d'évoquer l'ensemble des facteurs qui influencent la création de l'entreprise des Éditions jeunesse

### **1. Sur le plan politique**

La fragmentation de la politique fiscale camerounaise depuis les années 80 s'opère dans un environnement caractérisé par une érosion du monopole étatique. La politique nationale du livre (PNL) pouvant favoriser le développement du secteur éditorial est en marche au Cameroun. De plus on y trouve des institutions qui œuvrent pour la promotion de la culture et de l'éducation à l'instar du ministère des Arts et de la Culture, des Ministères de l'Enseignement de base, secondaire et supérieur, de la Commission nationale pour la promotion du bilinguisme et du multiculturalisme, les chefferies traditionnelles de 1er, 2e et 3e degré. Ces institutions favoriseraient la mise sur pied et l'épanouissement d'une maison d'édition dont les publications sont orientées vers la culture.

### **2. Sur le plan économique**

Les jeunes qui constituent notre cible principale n'ont pas un fort pouvoir d'achat. Ils comptent en majeure partie sur la bourse de leurs parents. On constate alors que ces parents pour la minorité sont prêts à débours des sommes assez importantes pour l'éducation et le divertissement de leurs enfants. Ceux-ci peuvent à cet effet constituer, selon la loi de Pareto, les 20% qui pourront nous fournir 80% de nos ventes.

### **3. Sur le plan social**

La population camerounaise est essentiellement jeune avec 27 224 262 habitants. La moitié de la population a moins de 17,7 ans et le poids démographique des moins de 15 ans est de

43,6. Le taux de scolarisation est de 80% en zone urbaine et 50,2% en zone rurale. Les populations n'ont pas la culture de la lecture ; l'on n'achète le livre que pour un but utilitaire soit un livre pour le scolaire soit pour apprendre les écrits religieux.

Cependant, l'on note de plus en plus le désir des jeunes camerounais de lire; à travers la présence des associations telle que le Café des mots et aussi à travers le téléchargement d'application de lecture comme Wattpad. C'est donc sur ces aspects de fond et de forme que les Éditions Jeunesse s'appuient.

#### **4. Sur le plan technologique**

Le numérique est en train de transformer littéralement le monde. L'évolution technologique croissante, le Cameroun et l'Afrique ne sont pas en reste. L'on note la forte présence des jeunes sur le web. Lorsqu'on regarde le taux de pénétration internet au Cameroun, on constate que l'avancée est remarquable. En effet, si en 2010 on retrouvait un taux de pénétration de 4%, en 2014 on se retrouve à 24%, à 35% en 2018 et à plus d'environ 40% à l'heure actuelle. L'eBook serait donc un marché rentable au Cameroun si les modes de paiement et la sécurisation des livres numériques étaient effectifs.

Aussi, plusieurs imprimeurs sont implantés sur le territoire camerounais, mais la véritable difficulté est qu'ils utilisent un matériel vétuste qui a d'abord servi longtemps à l'étranger.

Conséquence directe, certains travaux effectués au pays ne sont pas toujours de très bonne qualité. Hormis l'imprimerie, les autres matériels et technologies sont accessibles localement et de très bonne qualité. Nous avons les logiciels de graphisme et de mise en page, les scanners et les ordinateurs de qualité. On trouve sur place une ressource humaine maîtrisant les technologies liées à l'édition, des éditeurs formés, des illustrateurs, des infographes, etc.

#### **5. Sur le plan écologique**

À cause de la déforestation et l'utilisation abusive du papier provenant du bois de nos forêts, nous comptons nous positionner en entreprise écologique et sensibiliser au recyclage de nos publications papier.

#### **6. Sur le plan légal**

L'activité éditoriale au Cameroun est soutenue par la Loi camerounaise. L'État camerounais est un promoteur d'activités culturelles comme l'Édition. Sur le plan financier, l'État camerounais a créé un fonds d'affectation spécial pour le soutien de la politique culturelle par le décret présidentiel n° 2001/389 du 5 décembre 2001.

L'Édition est aussi règlementée par la Loi N°2013/003 du 18 avril 2013 régissant le patrimoine culturel au Cameroun. Elle définit tout ce qui appartient au patrimoine culturel, dans son article 3 : « Le patrimoine culturel est constitué de biens culturels matériels et immatériels ».

Nous avons également une loi qui régit l'activité éditoriale au Cameroun : il s'agit de la loi n° Loi n° 2000/011 du 19 décembre 2000 relative au droit d'auteur et aux droits voisins. Il faut préciser que les maisons d'édition camerounaise ont une grande facilité à s'acquitter des ISBN

(International Serial Book Number) qui est un numéro d'identification des ouvrages à l'échelle mondiale.

L'étude de l'environnement de notre entreprise faite, nous constatons que nous pouvons bel et bien gagner une part dans le marché de l'édition au Cameroun en nous spécialisant uniquement dans la production des ouvrages littéraires destinés à Editions Jeunesse.

## **II. ANALYSE SWOT**

Sur la base d'une analyse bien menée sur le terrain, l'étude de l'environnement externe des Éditions Jeunesse révèle que nos concurrents sont constitués de maisons d'édition généralistes et de maisons d'édition spécialisées. Nous avons reparti ces maisons d'édition en deux groupes les éditeurs camerounais qui constituent notre concurrence directe et les éditeurs étrangers qui sont nos concurrents indirects.

### **1. Concurrents directs**

Comme concurrents directs, nous avons :

- Akoma Mba ;
- Adinkra
- Sopecam ;
- Afredit ;
- Proximité ;
- Dinimber & Larimber (D&L) ;
- Les Editions Luppepo ;
- Thanks ;
- les Editions Belles lettres.

### **2. Concurrents indirects**

Les maisons d'édition étrangères peuvent être considérées comme celles qui sont hors des frontières du Cameroun. Celles qui attirent notre attention sont les maisons d'Éditions européennes, car elles ont une grande part de marché. Il s'agit de :

- Hachette jeunesse ;
- Harmattan

- Pocket Jeunesse
- Albin Michel
- Bayard
- Casterman
- Bayard
- Autrement
- Flammarion

### **3. Forces de la concurrence**

Nous pouvons citer :

- ancienneté ;
- grande expérience et maîtrise du domaine ;
- positionnement établi sur le marché ;
- catalogues très fournis et diversifiés ;
- bien connue du grand public ;
- ressources matérielles et humaines de pointe;
- produits au programme scolaire et prix littéraire ;
- publie des auteurs à succès.

Pour les concurrents étrangers spécifiquement : ils impriment leurs produits à l'étranger à moindre coût et les vendent ici à un prix très bas, ce qui leur permet de gagner une grande part du marché.

### **4. Faiblesses de la concurrence**

Nous pouvons citer :

- employés formés sur le tas ;
- mauvaise qualité des produits de certains éditeurs malgré l'ancienneté ;
- non-maîtrise des métiers et des enjeux de l'information et de la communication, ce qui engendre leur absence sur la toile ;
- pour ceux ayant des sites web, nous relevons un manque de mise à jour de ces derniers, car ils contiennent aujourd'hui des informations incomplètes publiées depuis la date de création, aucune mise à jour n'ayant été faite.

- usage des méthodes de promotion classique, ils ont du mal à s'arrimer aux nouvelles tendances et restent cloîtres dans l'édition d'antan.

- les publications des concurrents étrangers reflètent rarement nos réalités.

### 5. Forces, faiblesses, opportunités, et menaces des Éditions Jeunesse

	Facteurs positifs	Facteurs négatifs
	Forces	Faiblesses
Diagnostic interne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- exploitation des réseaux sociaux pour la promotion de nos produits et de nos auteurs ;</li> <li>- entreprise spécialisée ;</li> <li>- personnel formé dans le dominical de l'édition ;</li> <li>- notre ligne éditoriale pousse les pouvoirs publics à financer nos projet ;</li> <li>- prix accessible ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- entreprise nouvelle sur le marché ;</li> <li>- personnel réduit du fait du manque de moyen financier pour gérer une plus grande masse salariale ;</li> <li>- encore méconnue du public ;</li> </ul>
	Opportunités	Menaces
Diagnostic externe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- un changement dans la législation favorable à l'activité ;</li> <li>- le développement de la vente sur internet pour une catégorie de produit ;</li> <li>- la faillite d'un concurrent ;</li> <li>- l'accroissement de la population et donc de notre cible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- une concurrence en forte croissance qui gagne des parts de marchés ;</li> <li>- une baisse du pouvoir d'achat des acheteurs (en cas de crise économique , par exemple) ;</li> <li>- des mesures juridiques ou politiques contraignantes.</li> </ul>

**CHAPITRE III :  
PRÉSENTATION DU  
PROJET ÉDITORIAL**

## I. GÉNÉRALITÉ SUR LE PROJET

Le projet *Les regrets d'Ayana* est un roman illustré. Appartenant à la collection morale, il s'agit de l'histoire d'un jeune élève qui a poignardé son professeur. Les illustrations contenues dans le livre sont en quadrichromie.

### 1. Résumé

Ayana est un jeune élève âgé de 13 ans, en classe de cinquième au lycée mixte d'Akonolinga. Ce jeune a poignardé monsieur Ateba son professeur de mathématique pendant que ce dernier dispensait le cours. Il a été arrêté par les autorités compétentes, étant en prison il a demandé une doléance pour venir sensibiliser ses anciens camarades afin qu'ils ne commettent pas les mêmes erreurs que lui.

### 2. Structuration de l'œuvre

- liminaire de début ;
- situation initiale : Ayana manipule le téléphone pendant que M. Ateba dispense son court de mathématique ;
- perturbation : le professeur demande à Ayana de venir avec le téléphone mais à la place le jeune adolescent va venir avec un couteau de cuisine et poignarder son professeur.
- situation finale : le jeune élève sera arrêté par les forces de l'ordre ;
- page de la morale.
- page de questions

### 3. Objectifs de l'œuvre

- sensibiliser les jeunes sur les violences en milieu scolaire ;
- montrer aux jeunes les conséquences auxquelles ils feront faces en cas de violence ;
- attirer l'action des parents sur l'éducation de leurs enfants ;
- apprendre aux jeunes le sens des responsabilités.

### 4. Cible

- **cible principale** : les jeunes ;
- **cible secondaire** : tous les lecteurs ;
- **cœur de cible** : Dès 12 ans

## 5. Éléments de la quatrième de couverture

- le nom de l'auteure : Emiliana Goldie ESSOMBA
- titre de l'œuvre : les regrets d'Ayana
- le texte de la quatrième de couverture
  - présentation de l'auteure : Emiliana Goldie ESSOMBA est une jeune camerounaise âgée de 22 ans. Après l'obtention de son baccalauréat littéraire elle décide de poursuivre ses études à l'Université de Yaoundé I dans la Faculté des lettres. Elle exprime sa passion pour l'écriture et son premier ouvrage est intitulé *Les regrets d'Ayana*.
- ISBN : 978 9956 13 001 6
- Code barre

## 6. Caractéristiques techniques du livre

**Format** : 20x20 cm ;

**Genre** : roman jeunesse ;

**Titre** : *Les regrets d'ayana* ;

**Éditeur** : Edition Jeunesse ;

**Langue** : français ;

**Nombre de pages** : 20 pages ;

**Mode d'impression** : quadrichromie,

**Polices** : titres (One Stroke Script LET) texte courant (One Stroke Script LET) texte (One Stroke Script LET)

**Logiciel de traitement de texte** : Microsoft Word 2013 ;

**Logiciel de traitement d'images** : Photoshop Cs6 ;

**Logiciel de montage** : Adobe InDesign Cs6;

**Papier Interne** : couché 150 g

**Papier couverture** : couché 250g plus pelliculage brillant ;

**Façonnage** : piqué à cheval ;

**Emballage** : 50

## 7. Précautions juridiques

Ce sont les mentions qui permettent de défendre et d'assurer l'authenticité de notre publication.

### ✓ Les mentions légales

- Nom et adresse de l'éditeur : Edition Jeunesses, Yaound2 - Tsinga ;
- Logo de l'éditeur ;
- Nom de l'imprimeur :
- Mois et année de création et d'édition : novembre 202 2 ;
- Dépôt légal : novembre 2022-Yaounde-Cameroun
- ISBN : 978 9956 13 001 6
- Copyright : c2022-édition Jeunesses- tous les droits réservés

## 8. Le marché

**National** : les maisons d'édition se concentrent sur les publications destinées aux enfants. La cible adolescente et jeune adulte n'a que trop peu de contenu littéraire qui lui est directement destinée. Par la publication des livres adaptés à cette dernière, en misant sur la qualité et le cout abordable de nos ouvrages, nous avons de grandes chances de nous installer et d'être une référence en littérature jeunesse au Cameroun.

**Marche africain** : Partout en Afrique, les politiques se concentrent sur la promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes. Il existe de nombreux organismes et des institutions qui pour sensibiliser Editions Jeunesse quant aux phénomènes qui tendent à la détruire passent par la production des œuvres littéraires pour passer leur message. Les illustrations sur lesquels notre maison s'appuie pour rendre la lecture plus digeste et attractive font de nos œuvres un moyen efficace de retenir l'attention des jeunes. Que ce soit dans une visée de collaborations internationales avec des organismes ou la distribution de nos produits à l'extérieur, l'Afrique représente un vaste marche.

## 9. Les étapes de la production

De prime abord, nous tenons à dire que le tapuscrit est une commande. Il a été rédigé durant un mois par l'auteure. Elle était tenue de respecter les aspects de fond et de la forme que nous avons fixés. Pour une bonne lisibilité, elle a saisi le manuscrit sur le caractère d'écriture Times new romain dont la taille police était de 12 pts interlignage 1,5.

Le tapuscrit a été déposé par l'auteur sur support physique et numérique. Après évaluation, nous avons constaté que l'ouvrage respecte notre ligne éditoriale. Nous avons fait une fiche de réception à notre auteur (annexe) ensuite nous avons enregistré le tapuscrit numérique en créant un fichier électronique.

Après que le tapuscrit a été déposé à la maison d'édition, soit passé sous anonymat et ait passé l'étape du tri, un ensemble d'opérations est mené en vue de sa publication et sa commercialisation :

✓ **Élaboration et signature du contrat d'édition entre l'auteur et la maison d'édition**

✓ **Évaluation du tapuscrit**

Après avoir traversé l'étape du tri, le tapuscrit a été envoyé au comité de lecture. À la base, nous l'avons multiplié puis nous l'avons mis sous anonymat pour une évaluation objective.

Le manuscrit a été confié à un expert dans le domaine de la psychologie (spécialiste s'occupant du comportement des jeunes) et à deux jeunes passionnés de littérature. Après une semaine, l'avis du comité a été favorable pour la publication de l'ouvrage, sous réserve de quelques modifications et suggestions.

Le tapuscrit a été évalué par un comité de lecture constituée de trois membres :

- Paul Maurice Gouet ;
- Ange Bakam ;
- Félicia Atsama.

✓ **Intérêt du tapuscrit**

Le tapuscrit revêt plusieurs intérêts à savoir :

- Intérêt didactique ; le thème développé enseigne aux jeunes les problèmes qu'ils peuvent rencontrer en utilisant la violence ;
- Intérêt social ; les thèmes abordés par *Les regrets d'Ayana* sont d'actualité dans l'environnement juvénile camerounais.

✓ **Relecture correction**

Le texte a été relu et corrigé afin d'être nettoyé de ses coquilles. La relecture s'est d'abord effectuée dans le tapuscrit physique, ensuite les corrections ont été intégrées sur le fichier numérique pour enfin passer sur le logiciel de Correction Antidote.

Une fois le texte corrigé, il a été découpé en trois parties.

✓ **Commande et achat des illustrations**

Cette étape a consisté en la commande d'illustrations. Cette commande s'est faite sur la base du synopsis du texte à l'illustrateur et sur la description de l'idée générale de notre texte.

✓ **Préparation et élaboration du cahier de charge (choix typographique)**

Une fois tous les éléments des livres assemblés (texte + image), nous avons préparé le cahier de charge pour le metteur en page. Il s'agissait des caractéristiques typographiques de la collection dans laquelle le livre allait paraître.

✓ **Montage (textes et illustrations)**

C'est l'aménagement harmonieux des textes et des illustrations de façon lisible et attirante. Elle concerne les images et les textes, elle exige la conception d'un gabarit répartissant des surfaces destinées aux textes et aux illustrations. Il a été réalisé sur InDesign.

✓ **Conception de la maquette de la couverture et montage**

Il s'agit de la réalisation de ce qui constituera l'habillage de notre livre. Sa conception nécessite une réflexion approfondie, car le choix du design est primordial. Pour notre livre, nous avons opté pour un design conventionnel en ce qui concerne les couvertures de roman.

✓ **Relecture correction**

Ici, les dernières corrections ont été effectuées tant au niveau de la forme que sur le fond.

Après vérification de ces éléments, on a fait appel à l'auteur pour approbation ou BAT (Bon à Tirer).

✓ **Sortie des épreuves**

Ici, les 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.

✓ **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.

✓ **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 toute destruction.

✓ **Diffusion, distribution et commercialisation**

Une fois les ouvrages réceptionnés, nous avons procédé à leur diffusion et leur distribution, c'est-à-dire faire connaître que le produit est disponible et le faire distribuer dans tous les points de vente choisis pour sa commercialisation.

## II. COÛTS DE PRODUCTIONS

	Coût en Fcfa
<b>Frais éditoriaux</b>	
<b>Textes</b>	
Relecture/correction (Forfait)	30.000
Commande des illustrations (Forfait)	100.000
<b>Total frais éditoriaux</b>	<b>130.000</b>
<b>Frais de pré-presse</b>	
Nombre de cahiers (20 : 4) = 5	
Coût des plaques intérieures 20 plaques cord (A2) x 1.000 Fcfa	20.000
Coût des plaques couvertures 4 plaques cord (A2) x 1.000 Fcfa	4.000
Insolation + montage des plaques intérieur 20 plaques x 3.000 Fcfa	60.000
Insolation + montage des plaques couvertures 4 plaques x 3.000 Fcfa	12.000
<b>Total plaques + montage</b>	<b>96.000</b>
Flashage couverture A2 (1 film) quadrichromie	22.000
Flashage intérieur A2 (12 films) quadrichromie	66.000
<b>Total flashage</b>	<b>88.000</b>
<b>Total pré-presse</b>	<b>184.000</b>
<b>Frais d'impression</b>	
<b>Papier</b>	
Calcul du nombre de feuilles intérieures A2 5 cahiers x 1.000 exemplaires = 5.000 feuilles	
Gâche de mise en train 75 x 1 x 4 = 300 feuilles	
Gâche de roulage 4.000 x 3% : 100 = 120 feuilles	
Gâche de façonnage 4.000 x 2% : 100 = 80 feuilles	
<b>Nombre total de feuilles : 5.500 feuilles</b>	
Calcul du nombre de feuilles couverture	

1 x 1.000 exemplaires : 2 poses = 500 feuilles	
Gâche de mise en train 75 x 4 x 1 = 300 feuilles	
Gâche de roulage 2.000 x 9% : 100 = 180 feuilles	
Gâche de façonnage 1.000 x 2% : 100 = 20 feuilles	
<b>Nombre total de feuilles : 1.000 feuilles</b>	
Coût du papier intérieur	
Coût du papier intérieur (650x920mm) : 2 = 460x650 5.000 feuilles : 250 feuilles = 20 rames 20 rames x 30.000 Fcfa	600.000
Coût du papier couverture (650x920mm) : 2 = 460x650mm Nous aurons quatre couvertures par feuille (460x650mm) 1.000 feuilles : 2 = 500 feuilles : 2 poses = 150 feuilles soit 1,5 rames x 29.500 Fcfa =	44.250
<b>Total papier</b>	<b>644.250</b>
<b>Calage</b>	
Calage intérieur 4.500 Fcfa x 20 plaques	90.000
Calage couverture 4.500 Fcfa x 4	18.000
<b>Total calage</b>	<b>108.000</b>
<b>Frais de façonnage</b>	
Assemblage + pique à cheval + rognage + pelliculage : 125 Fcfa x 1.000 exemplaires	125.000
<b>Total façonnage</b>	<b>125.000</b>
<b>Frais de packaging</b>	
<b>Emballage transparent (15 Fcfa x 1.000)</b>	<b>15.000</b>
<b>Total packaging</b>	<b>15.000</b>
Total général :	<b>1.206.250</b>
Prix de l'exemplaire : 1.206.250 Fcfa : 1.000 exemplaires	<b>1.206,25</b>

**NB : Les prix ont été discutés avec l'imprimeur et le papetier.**

### Prix de revient du livre TTC

	Coût en Fcfa
1. Prix de revient	<b>1.206,25</b>
2. Coût de diffusion et de distribution (40%)	<b>482,5</b>
3. Coût de promotion (10%)	<b>120,625</b>
4. Coût de fonctionnement de l'entreprise (20%)	<b>241,25</b>
5. Marge bénéficiaire (10%)	<b>120,625</b>
<b>Prix de revient estimatif hors taxe</b>	<b>2.171,25</b>
6. Droits d'auteurs (10%)	<b>217,125</b>

7. TVA (19,25%)	<b>417,96</b>
Prix de vente public TTC	<b>2.806,335= 3.000</b>

### Seuil de rentabilité

#### Coût de production

Prix de vente public TTC – (TVA + DA + Coût de diffusion et de distribution)

$$\frac{1206250}{3000 - 588,3} = 510,25$$

Le seuil de rentabilité de notre ouvrage sera atteint après la vente du 511<sup>ème</sup> livre

### III. PLANNING DE PRODUCTION

Pour réaliser notre projet éditorial, nous avons établi un planning qui se dégage ainsi qu'il suit :

	Juillet				Aout				Septembre				Novembre				
Réception du manuscrit																	
Mise au point, lecture, saisie																	
Commande, exécution, illustrations																	
Correction textes / relecture																	
Conception et mise en page																	
Maquette couverture																	
Correction/ relecture																	
Sortie papier : préparation, calques, support numérique																	
Impression / façonnage																	
Livraison																	

**CHAPITRE IV :  
SUIVIE DU PROJET ÉDITORIAL**

Une fois le produit éditorial prêt à publication, il est nécessaire de mener un ensemble d'activités dans le but de le promouvoir, de le rendre disponible pour achat, et, par la même occasion de promouvoir également la maison d'édition. Activités liées à la promotion.

## I. SUPPORTS MEDIA

### 1. Internet

Le site internet des éditions Jeunesse nous permettra d'étendre notre marche à l'international.

Avant la sortie, les annonces sur la parution du roman *Les regrets d'Ayana* seront faites sur le site de la maison d'édition. Une fois le roman sorti, nous procéderons à sa présentation sur le site. Nous aurons également un service de newsletter que nous allons envoyer au public afin de les informer de la sortie de notre livre.

Nous comptons aussi exploiter les médias sociaux notamment Facebook, et Instagram sur nous aurons préalablement créé des comptes pour les éditions Jeuneses. Nous y posterons du contenu pour animer les pages avant la sortie de l'ouvrage. Nous faisons ce choix parce que la toile nous permet de toucher un très grand nombre de personnes en peu de temps et à moindre coût. Aussi, ces deux médias rassemblent une grande partie de notre cible et nous pourrons utiliser la méthode de placement de produits grâce à la nouvelle tendance d'influenceurs. En effet, ces influenceurs en plus d'avoir des millions d'abonnés sur leur compte, influencent les habitudes comportementales, mais surtout de consommation de leurs followers.

Pour faire la promotion de *Les regrets d'Ayana* sur internet au niveau des comptes respectifs de la maison d'édition, nous allons lancer le hashtag #STP, qui consistera à ce qu'un abonné fasse le témoignage d'une histoire semblable à celle d'Emiliana, l'héroïne de notre roman et en la publiant ajoute le hashtag en question et identifie la maison. Cette stratégie donnera non seulement de la

visibilité à notre maison d'édition, mais donnera aussi à la cible l'envie de lire l'histoire et de se la procurer. Toujours avec les médias sociaux, nous allons faire participer l'auteure à la promotion de son ouvrage, elle sera au cœur de la promotion et elle devra être disponible pour les abonnés. Le service artistique et technique élaborera une série de contenus pour que cette dernière la partage sur ses comptes. Sur les comptes des éditions Jeunesse et des collaborateurs seront publiés :

- une affiche annonçant la parution du roman ;
- une vidéo de la scène d'exposition du roman ;
- une vidéo de présentation du roman par son auteure ;
- une affiche annonçant la dédicace du roman ;
- une affiche annonçant le lancement du hashtag #STP.

Les influenceurs que nous avons sélectionnés sont les suivants :

**- Kamga Kotopi (47 000 abonnées)**

Il s'agit d'un jeune humoriste camerounais. Ces contenus sont prioritairement des textes satiriques sur un phénomène social ou sur les habitudes de ses compatriotes. Il est majoritairement suivi par les jeunes et a l'habitude de faire des placements de produits pour diverses entreprises.

**- Dylan Comédie (114 000 abonnées)**

Également humoriste, il fait des vidéos caricaturales sur Éditions Jeunesse camerounaise. Parmi ses abonnées, l'on compte beaucoup de jeunes appartenant à la cible que nous visons.

**- Diana Bouli (132 000 abonnés)**

Il s'agit d'une jeune camerounaise évoluant dans le domaine de la mode. Son sens de l'humour, son goût pour la mode attirent de nombreux followers sur sa page.

## **2. La presse**

Nous avons également prévu de faire la communication via le magazine *C Comment* publié en ligne et que les jeunes affectionnent particulièrement.

## **3. Mailing et smsing**

Nous ferons des descentes dans les établissements d'enseignement supérieur et secondaire où nous constituerons des bases de données clients constitués du nom, de l'adresse mail, du numéro de téléphone de l'étudiant/élève/ parents. Une fois ces données collectées, nous enverrons des messages pour leur annoncer la dédicace de l'œuvre et de toutes les activités liées à l'ouvrage *Les regrets d'Ayana*.

## **II. SUPPORTS HORS MEDIA**

Les supports de communication destinés aux médias sociaux seront également imprimés.

Pour l'annonce de la dédicace, nous produirons des affiches sur formats A3 et l'affiche de parution du livre sur format A4 que nous collerons :

- dans les universités, les écoles de formation et les établissements d'enseignement secondaire ;
- à l'institut français du Cameroun ;
- à la maison du Café,
- à la librairie des Peuples noirs ;
- à la librairie D and L ;
- dans les salles de cinéma Canal Olympia ; - au Snap Burger et dans tous les lieux de détente favoris des jeunes.

Nous allons aussi produire des supports pour la promotion de l'entreprise étant donné qu'elle est nouvelle sur le marché. Les supports que nous produirons sont les suivants :

- des stylos aux couleurs et insignes des éditions Jeunesses;
- des emballages aux couleurs et insignes de la maison d'édition (pour les achats du livre dédicace).

### **1. La rencontre dédicace**

Nous organiserons une cérémonie de dédicace à la Maison du café à Yaoundé. Le programme sera le suivant :

- 15 heures : arrivée et installation des invites ;
- 15h30 : mot de l'éditeur ;
- 16h30 : présentation de l'ouvrage et de l'auteure ;
- 17h : note critique ;
- 17h30 : mot de l'auteur ;
- 18h : dédicace et achat des livres.

### **2. Les magazines**

Nous achèterons des espaces publicitaires dans le magazine MAD, vendu à l'entrée des lycées et collèges.

## **III. ACTIVITÉS LIÉES À LA DISTRIBUTION ET LA COMMERCIALISATION**

## **1. Distribution**

Pour assurer la vente de notre publication, nous établirons un réseau de distribution prenant en compte plusieurs circuits de distribution dont :

### **Le circuit court ; éditeur- libraire –acheteur**

Il permet de réduire les dépenses de distribution engagées par le circuit long. L'éditeur va directement vers les librairies déposer des exemplaires du livre.

Sous le système d'office et d'achat ferme, nos livres seront déposés auprès des librairies après accord des deux partis. Il s'agit de :

- la librairie des Peuples noirs ;
- la librairie Saint-Paul ;
- la Fnac ;
- la librairie L'Harmattan Cameroun.

Il sera également disponible en ligne sur :

- la Fnac ;
- Amazone.

### **Le circuit court ; éditeur-acheteur**

Nous offrons la possibilité d'acheter les ouvrages directement à la maison d'édition ou par nos commerciaux ou encore de se les procurer lors de nos expositions ventes, des dédicaces et lors des différents évènements auxquels nous allons participer. Les descentes sur le terrain que nous ferons dans le but d'établir notre base de données de clients qui nous permettra de leur faire des publipostages concernant la disponibilité de l'ouvrage ainsi que la possibilité de le commander et de se le faire livrer.

### **Le circuit long : éditeur- distributeur- libraire- acheteur**

Ici, le livre passe par tous les intervenants de la chaîne de distribution avant d'arriver chez son consommateur final. Même s'il est coûteux, il est nécessaire, car il nous permet de couvrir une grande partie du territoire national. Nous aurons ainsi, nos publications dans différentes régions et librairies du Cameroun.

## **2. La commercialisation**

Nos livres seront commercialisés principalement chez les libraires et nous procéderons comme suit :

- le système office, qui nous permet d'envoyer des exemplaires pour la vente. Les livres seront achetés chez l'édition Jeunesse avec la possibilité de retourner les invendus avec un délai de six mois au plus tard. Cependant, pour que les livres soient récupérés, ils ne doivent souffrir d'aucune forme de détérioration ;

- dépôt-vente, avec ce système pour avoir les livres, il faut effectuer un dépôt chez le distributeur moyennant une commission sur les livres vendus (5%) ;

- achat ferme, ici les ouvrages sont achetés par le distributeur sans possibilité de retour. Les livres ne sont ni repris ni remplacés. Nous appliquerons ce système aux petits clients.

- Nos livres seront distribués dans les librairies, notamment Harmattan, Saint-Paul, D and L, et peuples noirs. Mais aussi dans les centres de lecture et de détente, les supermarchés, et dans certains restaurants.

## **CONCLUSION**

Parvenu au terme de notre dossier technique dans lequel il s'agissait de la présentation et de la description du mode de fonctionnement de l'édition Jeunesses, il en ressort que bien qu'étant une nouvelle maison d'édition sur le marché, elle présente des avantages concurrentiels de par son approche novatrice en termes de publications. Ce dossier technique comporte également le processus d'édition de notre publication intitulée Les Regrets d'Ayana, un roman illustré de vingt pages destiné aux adolescents et qui a pour but de sensibiliser ces derniers. A l'avenir, la maison compte élargir son fond en publiant d'autres manuscrits destinés aux jeunes camerounais.

## **ANNEXES**

- Attestation de dépôt de manuscrit ;
- Contrat d'édition des Editions Jeunesse;
- Fiche d'évaluation ;
- Maquette de quelques fournitures de la maison d'edition ;
- Carte de visite ;
- Affiche d'annonce de parution ;
- Dossier de presse des Editions Jeunesse et de son premier produit.

**ATTESTATION DE DEPOT DE MANUSCRIT**

Mme/Mlle/M.....

Numéro de téléphone.....

Adresse email.....

L'édition Jeunesse atteste avoir reçu votre manuscrit intitulé : .....

En version papier

En version numérique

Votre manuscrit sera envoyé en évaluation pour avis d'édition. Nous vous revenons très  
bientôt pour la suite de la procédure.

Fait à Yaoundé le.....

## CONTRAT D'ÉDITION

Entre les soussignés :

Mme ESSOMBA Emiliana Goldie

Demeurant à Yaoundé, Madagascar, de nationalité camerounaise, téléphone :

690.22.43.93 ;

Ci-après dénommé l' « Auteur »

D'une part, et

Les Editions Jeunesse

Représentée par Mme AKONO Leonne Fabienne, demeurant à Yaoundé, Tsinga, de nationalité camerounaise, telephone : 693.20.37.02.

Ci-après dénommé l' « Editeur »

D'autre part,

Il a été convenu ce qui suit :

### **ARTICLE 1 : Objet**

1-1 Le présent contrat a pour objet de définir les conditions dans lesquelles ledit auteur concède aux éditions Jeunesse dans les termes des dispositions ci-après énoncées, le droit exclusif de publier, d'imprimer et de vendre l'œuvre qui a pour titre provisoire **LES REGRETS D'AYANA** Qu'il a écrit pour l'édition en 2000 exemplaires pour un premier tirage.

1-2 L'auteur cède à titre exclusif à l'éditeur les droits de reproduction, d'adaptation, de transformation, de distribution et de représentation afférents à l'œuvre de sa composition. Les droits de reproduction et de représentation cédés pourront être exploités en toutes langues et tous pays, sous toutes formes et présentations et par tous procédés tant actuels que futurs.

### **ARTICLE 2 : Etendue de la cession**

2-1 La cession est consentie pour la durée de la propriété littéraire d'après les lois camerounaises qui est de toute la durée de la vie de l'auteur et 50 ans après sa mort.

2-2. L'éditeur ne conservera les droits qu'à la condition d'assurer à l'œuvre une exploitation permanente et suivie.

### **ARTICLE 3 : Garantie**

3-1. L'auteur garantit à l'éditeur l'exploitation entière et libre de toutes servitudes des droits patrimoniaux cédés.

3-2. Il déclare notamment que son œuvre est entièrement originale et ne contient aucun emprunt à une autre œuvre de quelque nature que ce soit, qui serait susceptible d'engager la responsabilité de l'éditeur.

3-3. Dans le cas contraire, l'auteur s'engage à en informer l'éditeur, à lui indiquer ses sources et toutes informations propres à permettre à celui-ci d'obtenir les autorisations de reproduction desdits emprunts.

#### **ARTICLE 4 : Obligations de l'auteur**

L'auteur s'engage à :

4-1. Remettre à l'éditeur un manuscrit définitif et complet ainsi que son fichier numérique (CD ou autre support numérique) ;

4-2. Garantir l'exercice paisible et exclusif des droits cédés ou concédés ;

4-3. Faire respecter ces droits et les défendre contre toute atteinte.

#### **ARTICLE 5 : Obligations de l'éditeur**

L'éditeur s'engage à :

5-1. publier l'œuvre sous forme de livre dans les conditions prévues dans le présent contrat et de lui assurer une exploitation permanente et suivie et une diffusion commerciale, conformément aux usages de la profession. A cet effet, il est convenu que le livre devra être publié dans un délai de 06 mois à compter de la remise par l'auteur du manuscrit définitif et complet. Si l'éditeur ne procède pas à la publication de l'œuvre dans les six mois, le contrat serait résilié de plein droit, sauf en cas de force majeure.

5-2. informer l'auteur de toute cession importante de droits (éditions au format de poche, club, traductions en langues étrangères, adaptations...) et de toute modification apportée à son œuvre.

5-3. faire figurer sur chacun des exemplaires le nom ou pseudonyme de l'auteur.

5-4. Restituer à l'auteur son manuscrit après achèvement de la publication.

#### **ARTICLE 6 : Attributions de l'éditeur**

6-1. Le format, la présentation, le nombre d'exemplaires, le prix, la date de mise en vente et la collection sont déterminés par l'éditeur.

ARTICLE 7 : Promotion de l'œuvre

7-1. L'auteur doit apporter à la demande de l'éditeur sa collaboration au service de presse et à l'établissement du plan marketing de l'œuvre et d'une manière générale à toute opération de promotion de l'œuvre (dédicaces, participation aux foires et salons, etc.).

7-2. Dans le cadre de la promotion de l'œuvre afin d'assurer à ce dernier une meilleure diffusion, l'éditeur pourra, dans l'intérêt commun des parties, autoriser la diffusion de tout ou partie de l'œuvre par tous procédés de reproduction et de représentation, à des fins promotionnelles ou publicitaires.

#### **ARTICLE 8 : Droits d'auteur**

8-1. La rémunération est proportionnelle. Elle se calcule à 3% du prix de vente public de chaque exemplaire.

8-2. Le droit d'auteur est calculé à partir du 50<sup>e</sup> exemplaire vendu

8-3. L'éditeur remettra à l'auteur, à titre gratuit et pour son usage personnel 2 exemplaires du livre. Les exemplaires qu'il désirerait obtenir en plus lui seront facturés avec une remise de 10% sur le prix public.

8-4. L'éditeur diffusera pour le service de presse, la promotion et la publicité de l'œuvre, au minimum, 5 exemplaires du livre.

8-4. Les droits d'auteur ne porteront : - ni sur les exemplaires remis gratuitement à l'auteur. - ni sur les exemplaires destinés : • au service de presse dont le nombre est fixé à 5 exemplaires • à la promotion et à la publicité dont le nombre est fixé à 20 exemplaires environ ; • au dépôt légal dont le nombre est fixé à 6.

#### **ARTICLE 9 : Etat des comptes**

9-1. L'éditeur remettra à l'auteur, en même temps que le relevé de son compte un état mentionnant : - le nombre d'exemplaires fabriqués en cours d'exercice, - la date et l'importance des tirages, - le nombre des exemplaires en stock, - le nombre des exemplaires vendus, - celui des exemplaires inutilisables ou détruits par force majeure, - ainsi que le montant des redevances dues ou versées à l'auteur

#### **ARTICLE 10 : Vente en solde et mise au pilon**

10-1. En cas de mévente l'éditeur pourra, après en avoir prévenu l'auteur par lettre recommandée avec demande d'avis de réception deux mois à l'avance :

- soit solder la totalité des exemplaires en stock, étant précisé que le produit de cette vente lui restera acquis sans droits d'auteur si les ouvrages sont revendus à moins de 20 % du prix de

vente au public et que, dans le cas contraire, l'auteur touchera des droits calculés sur le montant du prix de vente au public du soldeur ;

- soit procéder à une mise au pilon totale. L'éditeur remettra à l'auteur un certificat précisant la date à laquelle l'opération aura été accomplie et le nombre des exemplaires détruits.

**ARTICLE 11 : Héritiers et ayants droit**

11-1. Le présent contrat, dans son intégralité et notamment en ce qui concerne l'exercice du droit d'auteur et ses obligations, engage les héritiers et tous les ayants droit de l'auteur.

**ARTICLE 12 : Différends**

12-1. Tout différend pouvant naître a l'occasion du présent contrat sera soumis à une conciliation préalable à tous recours devant les tribunaux.

Fait et signé en 5 exemplaires

A Yaoundé,

L'auteur :

L'éditeur :



Le lecteur pourra-t-il s'identifier au(x) héro(s) ?

.....  
.....

Y'a-t-il suffisamment d'actions ?

.....  
.....

Les actions s'accordent-elles entre elles ?

.....  
.....

A quelle tranche d'âge l'histoire convient-elle ?

.....  
.....

L'histoire convient-elle au développement intellectuel et psychologique des jeunes ?

.....  
.....

Les valeurs véhiculées conviennent-elles aux jeunes ?

.....  
.....

Avez-vous des suggestions ou remarques additionnelles ?

.....  
.....

#### **IV. Forme**

##### 1. Structure

Les chapitres ou les paragraphes sont-ils bien construits ?

.....  
.....

L'histoire est-elle bien structurée ?

.....  
.....

L'agencement de l'histoire est-elle bonne ?

.....  
.....

La structure de l'histoire permet-elle une bonne répartition des dessins ?

.....  
.....

## 2. Le langage et style

Le niveau de vocabulaire est-il adapté aux jeunes ?

.....  
.....

Les phrases sont-elles trop longues ou trop compliquées ?

.....  
.....

Avez-vous des suggestions ou remarques additionnelles ?

.....  
.....

## **V. Aspect commercial**

Cette histoire pourrait-elle facilement se vendre ?

.....  
.....

Quel serait le prix de vente idéal ?

.....  
.....

*Stylo Et Emballage*



*Carte de visite*





## **1. QUI SOMMES- NOUS ?**

Une maison d'édition au service de la jeunesse

### **NOS MISSIONS**

- promouvoir l'éducation de Editions Jeunesse en leur inculquant la culture et l'amour de la lecture ;
- publier des ouvrages d'éveil ;
- publier des ouvrages qui promeuvent la culture dans sa diversité ;
- publier des ouvrages à la fois didactiques et ludiques ;
- repérer les jeunes auteurs sur les blogs et les plateformes d'écriture;
- organiser des rencontres littéraires avec les jeunes afin de détecter les plumes prometteuses

### **NOS OBJECTIFS**

- éveiller les consciences ;
- promouvoir la culture ;
- éduquer et distraire à travers la lecture ;
- mettre les jeunes écrivains en lumière.

## 2. NOS PRODUITS ET NOS SERVICES

### NOS PRODUITS

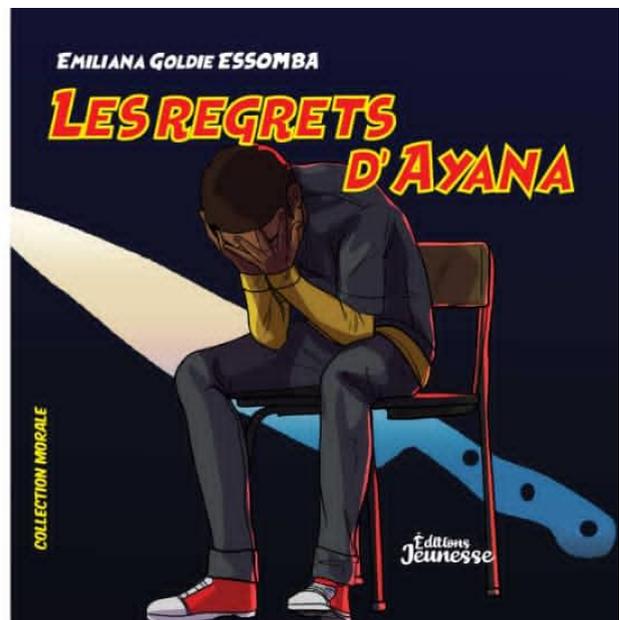
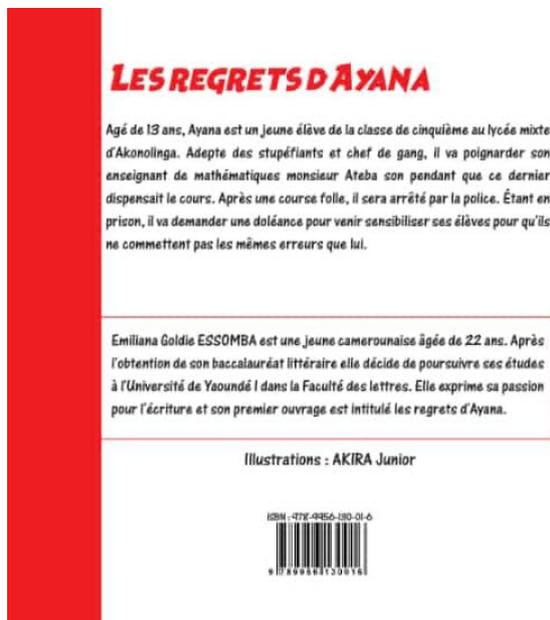
- les livres de littératures générales ;
- les albums illustrés qui traitent essentiellement les valeurs morales et sociales.

### NOS SERVICES

Le tout premier service de notre entreprise est l'édition (c'est le processus de matérialisation de toute œuvre de l'esprit sur un support, de la réception jusqu'à la mise à disposition auprès du public dans les librairies ou à travers des plateformes numériques.). Par ailleurs nous proposons les prestations suivantes :

- la conception des cartes de vœux, faire-part, et tous visuels de communication;
- la relecture/correction : les Éditions Jeunesse se proposent de relire, pour des tiers, et de corriger des rapports de stages académiques et professionnels, ainsi que les manuscrits reçus afin d'obtenir des contenus de qualité ;
- des formations relatives au secteur livresque ;
- l'accès à un centre de lecture périodique.

## 3. PREMIÈRE PARUTION



#### **4. CARACTÉRISTIQUES DU LIVRE**

- l'auteur : Emiliana Goldie ESSOMBA
- titre : LES REGRETS D' AYANA
- Illustrateur : AKIRA Junior
- Editions Jeunesse
- Langue : français
- Nombre de pages : 20 pages
- Format : 20x20 cm ;
- Genre : roman jeunesse
- Prix : 3.000 Fcfa

#### **5. A PROPOS DE L'AUTEUR**



Emiliana Goldie ESSOMBA est une jeune camerounaise âgée de 22 ans. Après l'obtention de son baccalauréat littéraire elle décide de poursuivre ses études à l'Université de Yaoundé I dans la faculté des lettres. Elle exprime sa passion pour l'écriture et son premier ouvrage est intitulé les regrets d'Ayana.

## TABLE DES MATIÈRES

AVERTISSEMENT .....	2
DÉDICACE.....	3
REMERCIEMENTS .....	4
LISTE DES ABRÉVIATIONS .....	5
Sommaire .....	6
INTRODUCTION.....	7
Chapitre I : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE DE CRÉATION .....	8
I. LES ÉDITIONS JEUNESSE .....	9
1. Contexte de création .....	9
2. Dénomination de l'entreprise.....	9
3. Slogan des éditions jeunesse .....	10
4. Ligne éditoriale .....	10
5. Les collections .....	10
6. Localisation.....	10
7. Statut juridique.....	11
8. Tableau des actionnaires .....	11
9. Fiche signalétique .....	11
10. Vision, missions et objectifs .....	12
a. Vision .....	12
b. Missions .....	12
c. Objectifs .....	12
11. Produits et services .....	13
a. Les produits .....	13
b. Les services .....	13
12. Charte graphique.....	14
a. Les couleurs de l'entreprise.....	14
b. Le code couleur .....	14
c. Les interdits .....	15
d. Le principe d'utilisation .....	15
e. Le logo.....	15
f. Quelques déclinaisons de notre logo.....	16

II. Organisation et fonctionnement de la structure .....	17
1. Organisation.....	17
a. Ressources humaines.....	17
b. Ressources matérielles .....	19
Chapitre II : ÉTUDE DE L'ENVIRONNEMENT DES ÉDITIONS JEUNESSE .....	21
I. PESTEL.....	22
1. Sur le plan politique.....	22
2. Sur le plan économique.....	22
3. Sur le plan social.....	22
4. Sur le plan technologique.....	23
5. Sur le plan écologique.....	23
6. Sur le plan légal .....	23
II. Analyse SWOT .....	24
1. Concurrents directs .....	24
2. Concurrents indirects .....	24
3. Forces de la concurrence.....	25
4. Faiblesses de la concurrence .....	25
5. Forces, faiblesses, opportunités, et menaces des Éditions Jeunesse.....	26
Chapitre III : PRÉSENTATION DU PROJET ÉDITORIAL .....	27
I. Généralité sur le projet.....	28
1. Résumé.....	28
2. Structuration de l'œuvre .....	28
3. Objectifs de l'œuvre.....	28
4. Cible.....	28
5. Éléments de la quatrième de couverture .....	29
6. Caractéristiques techniques du livre .....	29
7. Précautions juridiques.....	30
8. Le marché.....	30
9. Les étapes de la production.....	30
II. Coûts de productions.....	33
III. Planning de production.....	35
Chapitre IV : SUIVIE DU PROJET ÉDITORIAL .....	36
I. Supports media.....	37

1. Internet .....	37
2. La presse .....	38
3. Mailing et smsing.....	38
II. Supports hors media.....	38
1. La rencontre dédicace .....	39
2. Les magazines .....	39
III. Activités liées à la distribution et la commercialisation .....	39
1. Distribution .....	40
2. La commercialisation.....	40
CONCLUSION .....	41
ANNEXES .....	42
TABLE DES MATIÈRES .....	55