

AVERTISSEMENT

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

REMERCIEMENTS

Nos remerciements vont d'une part à l'endroit du/de(s) :

- Pr Nga Minkala, directrice de l'École supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ESSTIC) ;
- Pr Ndibi Ola'a Frédéric, chef de département d'Édition et Arts graphiques ;
- M. Buma Kor, parrain de notre promotion ;
- Enseignants de l'École supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication.

D'autre part à l'endroit à :

- la famille ENGAMBA, la famille Sonfack, à la famille Ndong-Ndi pour leurs soutiens inconditionnels ;
- M. Aurélien Thomas NDASSIBOU pour ses conseils ;
- Bouche Hillary et Abengdang Adèle Rosine pour leurs implications ;
- Yazid Bouli, Bessa Messi Alexandre pour son apport matériel et son aide inconditionnel, et tous ceux qui ont contribué de près ou de loin au bon déroulement de notre projet.

LISTE DES ABRÉVIATIONS

Pr : Professeur ;

M. : Monsieur ;

Mme : Madame ;

S.A.R.L : Société à responsabilité limitée ;

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

PESTEL : Politique, Économique, Social, Technique, Écologique et Légal ;

SWOT : Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats ;

ISBN : International Standard Book Number

SOMMAIRE

AVERTISSEMENT	1
REMERCIEMENTS	2
SOMMAIRE	4
INTRODUCTION.....	5
PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE	6
Chapitre I : Présentation de l'entreprise.....	7
Chapitre II : Ligne éditoriale, objectifs et mission, collection et slogan.....	10
Chapitre III : Typographie et Charte graphique	13
Chapitre IV : Organisation de l'entreprise	16
Chapitre VI : Étude de marché.....	21
DEUXIÈME PARTIE : RÉALISATION PROFESSIONNELLE.....	25
Chapitre I : Phase de conception	26
Chapitre II : Phase d'élaboration et cahier de charges	28
Chapitre III : Phase de production	35
Chapitre IV : Suivi de fabrication et devis de production.....	38
Chapitre VI : distribution / commercialisation.....	51
CONCLUSION	53
BIBLIOGRAPHIE	54
ANNEXES	55
TABLE DES MATIERES	56

INTRODUCTION

Dans le cadre de l'obtention d'une licence professionnelle en communication, l'École supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication a institué en son sein des stages, pour permettre aux étudiants de mieux comprendre et intégrer le milieu professionnel. À la fin de ce stage, l'étudiant devra produire un rapport de stage et une réalisation professionnelle. La réalisation professionnelle est le moyen pour les étudiants de l'ESSTIC de montrer leur savoir-faire et leurs compétences acquis durant ces trois années de formations. Dans cette optique, nous avons choisi pour notre réalisation professionnelle, d'éditer une œuvre pour enfant. Les éditions Radicelle se découvrent par leur première publication intitulée *Ndi et Nyangono apprennent le civisme*. Ces travaux de fin de formation interviennent dans le cadre de l'évaluation de la formation reçue par l'étudiante au cours de ces trois dernières années de cycle licence. Cette maison d'édition a pour vision de favoriser la connaissance et le savoir des merveilles culturelles que contient l'Afrique en générale et le Cameroun en particulier, par le vécu du quotidien des tout-petits à travers les signes de politesse, l'hygiène corporelle, les mesures de sécurité routière d'un piéton, les mesures de sécurité d'un passager motocyclette ou voiture et les réseaux sociaux. Le livre, en plus de s'intéresser aux enfants, leur permettra d'entrer dans leur culture à travers l'enseignement des mots et expressions non seulement en la langue maternelle, mais aussi dans la langue officielle. Le dossier technique est donc pour nous le moyen de vous présenter notre entreprise et notre projet professionnel, ceci en deux grandes parties : la présentation de notre entreprise et la présentation de la réalisation professionnelle.

**PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION
GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE**

Chapitre I : Présentation de l'entreprise

I. Contexte de création

Les éditions Radicelle ont été créées en juin 2022 par Jacqueline Mendo, étudiante en Édition et Arts graphiques à l'École supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ESSTIC). La création de cette maison d'édition intervient dans le cadre de la réalisation des projets de fin de formation après trois années de formation à l'ESSTIC. Elle part du constat selon lequel la majorité des supports d'apprentissages en langue maternelle surtout en trilingue sont rares. Les enfants doivent découvrir et apprendre la lecture et l'écriture en ses langues, pour cela il faut leur proposer des matériels pédagogiques compréhensibles et agréables. Dépourvus de matériels pédagogiques de qualité, les enfants peinent à s'instruire et à apprendre. Notre maison d'édition vient donc avec cette initiative de promouvoir et vulgariser les supports physiques en trilingue.

II. Dénomination et localisation de l'entreprise

a. Dénomination de l'entreprise

Radicelle est le nom attribué à notre entreprise. Ce nom a pour sens premier toutes petites racines issues de la racine principale. Dans notre contexte nous avons un héritage et une culture qui sont nos sources. C'est à travers cette culture que Radicelle se nourrit pour rehausser et valoriser la culture africaine auprès de la cible. À travers Radicelle, l'on tire des connaissances ancestrales pour pouvoir acquérir des connaissances qui seront émises sur des supports physiques. À travers cette dénomination (Radicelle) et ses publications, notre maison d'édition s'inscrit dans l'initiation des africains en général et des camerounais en particulier à un retour aux sources pour l'éclosion de leur environnement.

b. Localisation de l'entreprise

Les éditions Radicelle sont situées à Yaoundé, la capitale politique du Cameroun. Ses locaux se trouvent dans le département du Mfoundi, Arrondissement de Yaoundé III derrière FUSTEL, proche de l'Ambassade de France.

- **Fiche signalétique**

A	B
Nom de l'entreprise	Radicelle
Fondatrice	Mendomo Jacqueline
Date de création	Juin 2022
Siège social	Olézoa
Statut juridique	S.A.R.L
Domaine d'activité	Livre trilingue pour enfants (ewondo, français, anglais)
Effectif du personnel	05
Adresse postale	Yaoundé, Cameroun
Logo	
Mascotte	
Slogan	<i>Ma langue, ma culture</i>
Contact	Tél : 697973430 E-mail : edit-radicelle@gmail.com Site web : www.Edit-radicelle.com

III. Statut juridique

Les éditions Radicelle sont une société à responsabilité limitée (S.A.R.L) constituée de cinq associés avec un capital estimé à 4 125 000 Fcfa. Le choix de cette forme juridique a été motivé par les avantages qu'elle offre à savoir : la possibilité pour les associés de cette maison d'édition de disposer des parts sociales d'entreprise dont l'accessibilité pour l'un dépendra de l'assentiment de la majorité des autres associés ; l'acquisition des parts sociales par des volontaires ce qui augmentera son capital ; la protection des associés des éditions Radicelle de façon à ce que leurs biens personnels ne soient pas engagés en cas de conflit juridique.

Chapitre II : Ligne éditoriale, objectifs et mission, collection et slogan

I. La ligne éditoriale

La ligne éditoriale des éditions Radicelle est la production des livres pour enfants à caractère didactique et culturel, et ce en trilingue (ewondo, français et anglais). Ainsi, nous allons leur donner des enseignements inspirés du vécu quotidien. Nous allons de manière générale emmener l'enfant à découvrir comment se comporter face à lui-même, à son entourage et à la société.

II. Les objectifs et missions

a. Les objectifs

Pour atteindre sa vision, les éditions Radicelle ont des objectifs à court terme et ceux à long terme.

À court terme, elles veulent :

- Publier des ouvrages à caractère éducatif et culturel ;
- Mettre à la disposition du public infantin les contenus adaptés à l'environnement de l'Afrique ;
- Être une entreprise connue sur le territoire international ;
- Éduquer le petit enfant dès son enfance dans la langue maternelle en particulier et officielle en générale ;
- Mettre à la disponibilité des enfants des matériels pédagogiques dans les langues maternelles ;
- Instruire tout en divertissant à travers la lecture ;
- Rendre accessibles les produits édités à toutes les couches sociales ;
- Promouvoir les auteurs qui traitent des questions culturelles.

À long terme, les éditions Radicelle se fixent pour objectif de :

- Produire des ouvrages en version numérique ;
- Augmenter le nombre de lecteurs dans le marché du livre au Cameroun ;

- Adapter nos ouvrages sur d'autres supports à l'instar des supports audiovisuels ;
- Être une référence dans la production des livres jeunesse aussi bien en Afrique qu'à l'international ;
- Devenir pionnier de l'édition de livres pour enfants au Cameroun.

b. Les missions

À travers ces nombreux objectifs, les éditions Radicelle veulent :

- Fournir aux lecteurs des manuels d'initiation à la langue et à la culture camerounaise aux lecteurs ;
- Inculquer les valeurs culturelles de l'Afrique et du Cameroun en particulier à travers nos publications aux enfants ;
- Faire du livre un bien culturel au service de l'homme africain et du développement du continent ;
- Lutter contre l'acculturation ;
- Promouvoir l'identité culturelle.

III. Les collections et slogan de l'entreprise

a. Collections

C'est à travers la publication de nos collections que nous atteindrons nos différents objectifs. Pour cela, nous aurons dans notre collection trois rubriques différentes :

– Ma base

Cette collection sera constituée des ouvrages trilingues qui permettront à l'enfant de découvrir des notions communes qui se trouvent autour de lui. Cela lui permettra de discerner un élément de l'autre et aussi d'avoir des bases sur l'apprentissage de certaines notions en sa langue maternelle.

– Mon monde

Il sera question ici de présenter des ouvrages qui parlent des faits actuels et qui apporteront des solutions à ces maux qui détruisent la jeunesse. Exemple : la délinquance juvénile, les maladies... Ces livres seront sous forme de bandes dessinées et trilingues.

– **Mon lexique**

Il est question dans cette collection de présenter les livres qui constituent de petits dictionnaires trilingues.

b. Le slogan de l'entreprise

« Ma langue, ma culture » à travers ce slogan, les éditions Radicelle incitent les enfants à apprendre leurs langues dès le bas âge.

Chapitre III : Typographie et Charte graphique

I. Typographie

Les éléments typographiques de notre maison d'édition sont variables. Nous aurons pour cela :

a. La police des caractères

Lato sera utilisée pour les œuvres de toutes les collections. Cette police sera prise pour les textes intérieurs et extérieurs des documents.

b. La taille des caractères

La taille de caractère sera de 12 pour l'intérieur de nos documents avec de différentes collections, variable en fonction de la cible et les titres en taille 25.

c. Les couleurs

Les couleurs seront choisies en fonction des images de l'environnement.

d. Le format

Le format de travail sera le même dans toutes les collections.

II. Charte graphique

a. Les couleurs

Le logo comporte une seule couleur, il s'agit du violet.

Violet : Nous avons choisi cette couleur, car elle dégage en elle la passion et l'intelligence, l'amour et la sagesse, le pouvoir et la puissance. Elle est utilisée pour apporter du sens à la réflexion et également pour apaiser les esprits de nos lecteurs et les aider à trouver une harmonie dans leurs pensées avant toute lecture.

b. Description du logo et de la mascotte

– Logo original

Radficelle

– Déclinaisons :

Radficelle

Radficelle

– Description de la mascotte

Notre mascotte est constituée de trois éléments et des déclinaisons. À savoir :



- Le livre tenu par l'enfant :

Ce livre ouvert représente les connaissances, le savoir, car c'est dans le livre que les enfants découvriront le monde et feront assoir leurs connaissances sur divers sujets. Autrement dit, toutes les connaissances sont dans le livre.

- L'enfant de peau noire qui tient le livre :

L'ouverture de la bouche par l'enfant qui regarde le livre illustre que l'enfant est en pleine lecture. Cette lecture, qui lui procure non seulement de la joie, lui permet également d'enrichir ses connaissances.

- La demi-sphère plate :

Elle représente la terre, la surface dans laquelle l'enfant s'assoit pour pouvoir mieux se concentrer sur la lecture.

Chapitre IV : Organisation de l'entreprise

I. Ressources matérielles

- Un local constitué de 5 pièces, dont 4 bureaux dans 2 pièces, celui de la direction dans une autre, les toilettes et le magasin où seront stockés les livres ;
- 5 tables de bureaux et 10 chaises, dont deux pour chaque bureau ;
- 5 ordinateurs (contenant de logiciels adéquats) ;
- Des rames de papier format A4 ;
- Une imprimante ;
- Un scanner ;
- Une photocopieuse ;
- Un mini wifi pour la connexion.

II. Ressources humaines

a. Organisation fonctionnelle

Pour son fonctionnement, notre maison d'édition est constituée de sept (7) postes clés pour six employés : la direction, le responsable littéraire également chargé de la communication, le responsable marketing et commercial, le responsable artistique, le responsable finance et comptabilité, le responsable juridique et le secrétaire d'édition.

• La direction

Elle est celle qui fait vivre la maison d'édition. Elle définit la politique interne de la maison d'édition ; assure la supervision générale des activités ; représente l'entreprise à l'interne comme à l'externe ; élabore les stratégies de recherche des fonds à l'entreprise ; veille au respect strict de la ligne éditoriale ; s'assure de bonnes relations avec les différents partenaires ; a l'obligation de résultats positifs à la fin de chaque année écoulée. De plus, elle supervise toutes les activités éditoriales et financières.

- **Responsable éditorial ou littéraire**

Ce service est chargé de réaliser les ouvrages. Pour ce fait, elle assure l'évaluation des manuscrits, leurs lectures-corrrections, le suivi du budget et du planning de chaque titre. Elle coordonne les différents intervenants qui travaillent sur l'ouvrage et met au point les textes en collaboration avec l'auteur. Elle commande et sélectionne les illustrations des ouvrages, elle choisit et élabore des méthodes de travail du comité de lecture. Elle assure et contrôle la production. Ce service est dirigé par Jacqueline Mendomo.

À ce service est rattaché un comité de lecture externe spécialisé dans les langues locales camerounaises et officielles.

- **Responsable financier et de comptabilité**

Ndongo Marie Thérèse en est la responsable. Elle est chargée de toutes les questions financières de l'entreprise, gère le personnel et contrôle les opérations d'entrées et de sorties d'argent. Elle établit les plans de financement des projets éditoriaux, se prononce sur la faisabilité financière des projets de la maison.

- **Responsable de communication et marketing**

M. Alexandre Messi est un social média manager qui sert de relai entre les auteurs et la maison, les lecteurs et la maison, les auteurs et les lecteurs. Il met également sur pieds les stratégies de promotion et de commercialisation des ouvrages, il établit le plan marketing et de communication. Il travaille en collaboration avec la responsable littéraire et la responsable artistique.

- **Secrétaire d'édition**

En dehors de ses tâches usuelles qui sont la rédaction et la saisie des correspondances, le classement des documents, la préparation des dossiers, elle sera chargée de la réception des manuscrits des auteurs et leurs enregistrements. Elle réceptionne les courriers, accueille les auteurs et autres visiteurs. Elle assiste la directrice. Ce poste est occupé par Inès Nyangono, titulaire d'une licence en Lettres modernes françaises.

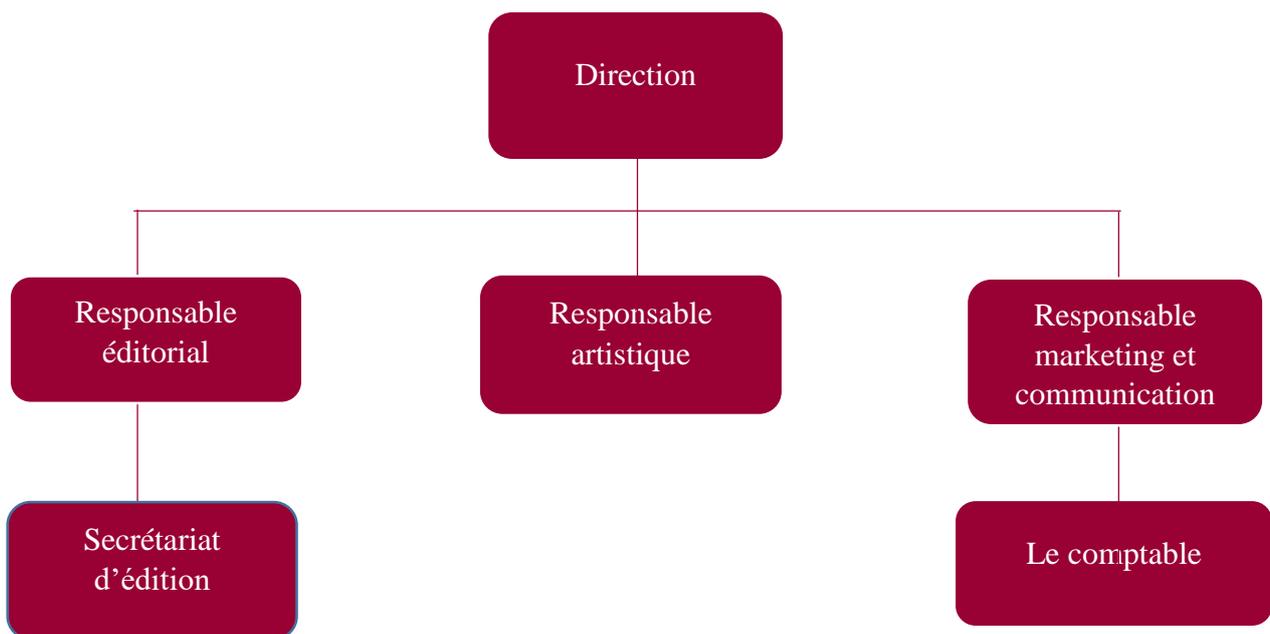
- **Responsable artistique**

Il a pour mission d'effectuer toutes les opérations techniques et artistiques. Il est ainsi spécialisé dans l'information réseau et l'infographie. Il veille au respect de la charte graphique dans la production des supports de communication. Il assure les opérations de mise en page des ouvrages, élabore les maquettes des livres. Il traite aussi les illustrations et conçoit les supports de communication de la structure (banderoles, flyers, affiches, affichettes ; etc.). Ce poste est occupé par Stéphanie Ombé, graphic designer et ingénieur des travaux de télécommunications.

- **Responsable judiciaire (en externe)**

Mme Merveille Mengue est la responsable juridique, juriste de formation à l'Université de Yaoundé II Soa. Elle s'occupe de tous les problèmes ayant trait à la justice, aux contrats d'édition et défend également notre maison d'édition en cas de litige. En free lances. Elle sera sollicitée de manière non permanente pour les conseils. D'où nous avons préféré fonctionner avec cette dernière en externe compte tenu de la brièveté de ses tâches : elle se verra rémunérer à la tâche.

b. Organigramme des Éditions Radicelle



Organigramme des éditions Radicelle

Chapitre V : Apport et répartition salariale

I. Apport des membres

Nom(s)	Qualifications	Poste de travail	Apport	Valeur en FCFA
Jacqueline Mendomo	Licence en SIC option édition et Arts graphiques	Directrice et responsable littéraire	Une somme d'argent en cash	2 000 000 FCFA
Stéphanie Ombé	Ingenieur en travaux de télécommunications, et Graphic designer	Responsable artistique	Le local (50 000 FCFA par mois (12)	600 000 FCFA
			Le mobilier de bureau (chaises, tables, étagères)	175 000 FCFA
Ines Nyangono	Licence en Lettres Modernes françaises option langue	Secrétaire d'édition	1 macintosh de bureau et des logiciels à utiliser	600 000 FCFA
Marie-Thérèse Ndongo	Licence en comptabilité, Spécialiste de la gestion et des finances	Responsable finance et comptabilité	Une somme d'argent en cash	300 000 FCFA
Alexandre Messi	Licence en marketing et commerce compétences managériales à l'école supérieure des sciences et de management (ESSEM)	Responsable commercial et marketing	Les fournitures de bureau et les consommables informatiques	450 000 FCFA
TOTAL Capital				4 125 000 FCFA

II. Répartition salariale

Pour ce début, chaque employé aura un salaire de base, tel qu'établi dans le tableau ci-après, tout ceci grâce aux différents apports.

Nom(s)	Fonctions	Salaires en FCFA
Jacqueline Mendomo	Promotrice et responsable littéraire, de production et communication	140 000
Ndongo Marie Thérèse	Responsable finance et comptabilité	100 000
Alexandre Messi	Responsable commercial et marketing	120 000
Inès Nyangono	Secrétaire d'édition	85 000
Stéphanie Ombé	Responsable artistique	100 000
TOTAL Capital		545 000

Ces salaires seront revus à la hausse dans le long terme.

Chapitre VI : Étude de marché

I. Analyse PESTEL

a. Environnement politique

Par politique, il faut entendre ici l'ensemble des décisions prises par un gouvernement dans un secteur donné. Au Cameroun, bien qu'on note qu'une commission ait été mise sur pied depuis 2017 pour l'élaboration d'une politique nationale du livre, il n'en existe toujours pas une. De plus, il y a un manque crucial des bibliothèques pour enfant que ce soit à l'échelle nationale ou locale.

b. Environnement économique

Les jeunes qui constituent notre cible principale n'ont pas un fort pouvoir d'achat. Ils comptent en majeur parti sur leurs parents. L'on constate cependant que ces parents pour la minorité sont prêts à déboursier des sommes assez importantes pour l'éducation et le divertissement de leurs enfants.

c. Environnement social

La population camerounaise est essentiellement jeune. Les jeunes qui constituent notre cible se plongent dans la lecture lorsque le contenu qu'on leur sert est attrayant et intéressant. C'est donc sur ces aspects de fond et de forme originale que les éditions Radicelle s'appuient.

d. Environnement technologie

L'évolution technologique étant croissante, le Cameroun et l'Afrique ne sont pas en reste. L'on a la présence progressive des jeunes sur le web. Nos contenus numériques viendront donc agrémenter leur quotidien et les pousser à s'intéresser d'avantages à la culture et à nos produits.

e. Environnement écologie

Au vu de l'instabilité climatique qui sévit dans le monde à cause de la déforestation et l'utilisation abusive du papier provenant du bois de nos forêts, et vu l'augmentation du prix du papier sur le marché, le papier est tout de même utilisé malgré les cris liés à l'augmentation du prix du papier.

f. Environnement légal

L'activité d'édition de livre et de contenus numériques est encadrée au Cameroun.

II. Analyse SWOT de notre entreprise

a. Forces

- Personnel qualifié et formé en édition du livre ;
- Production des ouvrages en plusieurs langues ;
- Collections diverses et adaptées à la tranche d'âge ciblé ;
- Maitrisent les Technologies de l'Information et de la Communication ;
- Animés par l'esprit de créativité et d'innovation.

b. Faiblesses

- Manque de notoriété ;
- Manque de personnel par rapport aux activités de la maison ;
- Une main-d'œuvre jeune ;
- Manque d'expérience professionnelle dans le domaine d'édition en langues.

c. Opportunités

- Occuper une grande part de marché ;
- Accord de partenariat avec le ministère de la Culture et le ministère de la Jeunesse, le ministère de l'Éducation de Base et le ministère de l'Enseignement secondaire.

d. Menaces

- La non-rentabilité du projet ;
- Faire faillite avant même d’avoir connu le succès ;
- La fermeture de l’entreprise après lancement ;
- La complexité du marché éditorial ;
- Le risque que notre premier projet se comporte mal dans le marché.

III. Étude de marché de la concurrence

a. Concurrents

Notre maison d’édition est une entreprise qui a plusieurs objectifs. Parmi eux, nous comptons devenir une grande maison d’édition reconnue et réputée qui surpassera la concurrence. Alors il est impératif de mener tout d’abord, une étude de l’environnement qui permettra d’examiner la faisabilité de notre projet et de maîtriser quelles sont les opportunités qui nous permettront d’atteindre nos objectifs.

De nos jours, le Cameroun comporte plusieurs maisons d’édition qui nous entourent :

- Thanks ;
- Akoma Mba ;
- Adinkra ;
- Sopecam ;
- Proximité ;
- Clé ;
- Ifrikyia ;
- Dinimber&Larimber (D&L) ;
- L’Harmattan.

b. Forces de la concurrence

- Années d’expérience ;
- Le nombre de publications figurant dans le catalogue de l’entreprise ;
- Grande expérience dans le domaine ;

- Catalogues très fournis ;
- Notoriété connue sur le plan national et international pour certains ;
- Un personnel constant et expérimenté ;
- La maîtrise des réseaux de distribution.

c. Faiblesses

- Certains d'entre eux n'ont pas été formés en édition et ont un niveau de professionnalisme bas ;
- La mauvaise qualité des produits de certains éditeurs malgré l'ancienneté ;
- La non-maîtrise des métiers de l'Information et de la Communication, ce qui explique leur absence sur la toile.

DEUXIÈME PARTIE : RÉALISATION PROFESSIONNELLE

Chapitre I : Phase de conception

I. Idée du projet

La création d'un livre trilingue pour enfants part du constat selon lequel de nos jours les enfants lisent très peu, ils ne sont pas très intéressés par le contenu que proposent certains livres parce que le livre en lui-même ne dégage aucun intérêt et est moins attrayant ; il y a très peu de documents qui prônent les langues nationales, cela constitue un frein à la communication africaine surtout à sa propre culture. Nous remarquons également que de nos jours les enfants vivant dans les zones urbaines s'instruisent pour la plupart à travers la télévision, mais dans les zones rurales la télévision n'est pas à la portée de tous. Nous venons donc avec cette initiative de permettre aux enfants résidants dans les zones urbaines que rurales d'avoir des supports pédagogiques et attrayants qui leur permettront de s'imprégner et d'apprendre, cela facilitera l'intégration d'un enfant dans n'importe quelle zone où il se retrouvera. Alors notre support est à la fois bénéfique pour des personnes résidentes dans les zones rurales que urbaines. À cet effet nous venons donc résoudre ce problème en mettant sur pieds un ouvrage trilingue illustré pour enfants : ewondo, française et anglaise.

Les éditions Radicelle réaliseront donc deux supports d'apprentissages trilingues pour enfants (ewondo, français et anglais). Le premier est un livre illustré à caractère didactique qui permet à l'enfant d'apprendre des notions du vécu quotidien et qu'il soit capable de connaître et d'employer des expressions utilisées quotidiennement. Le second est un livre qui comporte dans un premier plan le coloriage et en second plan quelques questions auxquelles l'enfant devra répondre. Pour ce qui est du premier plan, l'enfant doit connaître l'outil à colorier et leurs différentes significations ; puis suit un questionnaire auquel il devra répondre par les mots qui conviennent. Ce second livre permet d'évaluer le niveau de compréhension de l'apprenant.

a. Choix du thème

Une étude a été faite pour essayer de déterminer quels sont les thèmes pouvant retenir l'attention du lecteur. Nous avons ainsi choisi les thématiques suivantes :

- Pour le livre :
- Les bonnes manières pour enfant ;

- La conduite à tenir pour tous petits ;
- Le civisme
- Ndi et Nyangono apprennent le civisme.
- Pour l'exercice :
- Mon coloriage
- Je colorie et j'apprends
- J'apprends et je m'entraîne

Ces différents thèmes montrent assez globalement le large choix que nous avons eu pour la réalisation de notre premier projet éditorial.

Pour le livre nous avons donc choisi *Ndi et Nyangono apprennent le civisme* parce que après constat effectué de nos jours les enfants ont du mal à s'imprégner de bonnes habitudes, ils ne savent comment se tenir par rapport à certaines situations, face aux hommes et à la société. Ce livre vient donc apporter une éducation, une formation à ces personnes qui ne savent pas discerner ce qui est bien de ce qui ne l'est pas, ce qui est important et nécessaire de ce qui ne l'est pas. À travers ce livre tout le monde pourra être à la quête des informations pour le bien de tous et que nul n'en ignore.

Pour le cahier de coloriage nous avons choisi *J'apprends et je m'entraîne* parce que l'enfant apprend et enrichit son vocabulaire en lisant et en prononçant des mots en trilingues. Ces mots se trouvent sur chaque page avec son dessin ; et le dernier point permet à l'enfant d'évaluer son niveau de compréhension sur les questions posées à la fin du livre.

À travers ce thème, il est capital de faire comprendre à l'enfant que c'est donc un mal nécessaire de leur inculquer ces notions dans notre société pour que celles-ci deviennent une bonne habitude, et non une corvée. Il est donc souhaitable d'enseigner les bonnes manières aux enfants dès le bas âge.

Chapitre II : Phase d'élaboration et cahier de charges

Élaborer c'est créer quelque chose de cohérent, en prenant du temps, de l'intelligence et du savoir-faire. C'est dans cette partie qu'on met en harmonie tous les aspects du projet. L'élément qui y prévaut est la rédaction d'un cahier de charge fonctionnel qui permet de planifier dans les détails les actions à mener, à définir le budget et les contraintes liées à la réalisation du projet.

I. Les contenus éditoriaux

Dans cette partie nous allons présenter les contenus de notre première publication suivie de sa fiche technique.

1. L'identité du livre

Notre première publication est un livre didactique trilingue illustré de 24 pages pour enfants intitulé *Ndi et Nyangono apprennent le civisme* et le livre de 12 pages intitulé *J'apprends et je m'entraîne* de Ruth Désirée Mengue, éditions Radicelle, Yaoundé 2022.

a. La fiche technique

- Titre : *Ndi et Nyangono apprennent le civisme* ;
- Titre : *J'apprends et je m'entraîne* ;
- Genre : pédagogique ;
- Auteur : Ruth Désirée Mengue ;
- Langue : ewondo, français et anglais ;
- Police : Lato
- Taille : texte (12), titre (25) ;
- Volume du premier livre : 24 pages ;
- Volume de l'exercice : 12 pages ;
- Mode d'impression livre d'activités : quadrichromie (couverture + page intérieure); livre d'exercice : noir/blanc (intérieur)
- Format livre : 20 ×20 cm et 18×18 cm

- Support : papier offset
- Papier intérieur : papier couché brillant 150g (livre d'activité) et papier offset 80g (coloriage),
- Papier couverture : papier brillant 250g,
- Façonnage : piqué à chaud
- Tirage : 1000 exemplaires ;
- Emballage : lot de 10 livres dans un papier film transparent.

b. Le résumé

C'est l'histoire d'une famille africaine qui présente les différents points essentiels sur le savoir-vivre et le savoir-faire en société. Elle relate les bonnes habitudes que les enfants doivent apprendre et appliquer au quotidien. C'est dans ce sillage que l'ouvrage intitulé : *Ndi et Nyangono apprennent le civisme* de Ruth Engamba Mengue est un livre pour enfants qui relate le vécu quotidien des personnes dans la société et qui se présente sous cinq scènes différentes. Il est respectivement question des signes de politesse, de l'hygiène corporelle, des mesures de sécurité routière d'un piéton, les mesures de sécurité d'un passager motocyclette ou voiture, des mesures de sécurité et les réseaux sociaux. Ces différentes scènes montrent à suffisance le comportement et les habitudes quotidiennes des individus répétés en société.

II. Illustrations

a. Interne

- **Du livre : *Ndi et Nyangono apprennent le civisme***

Planche 1 : La scène se passe dans la chambre. Nyangono vient de se réveiller, elle étire son corps.

Planche 2 : La scène se passe à la cuisine. Ndi veut prendre le verre d'eau posé sur la table, mais n'arrive pas parce que la table est au-dessus de lui. Il demande de l'aide à sa mère.

Planche 3 : La scène se passe à la sortie de la maison. Il se fait tard Nyangono et son ami se disent au revoir.

Planche 4 : La scène se passe à la douche. C'est un monologue. On voit Ndi en train de se laver la bouche avec une brosse à dents, une pâte dentifrice et de l'eau.

Planche 5 : La scène se passe aux toilettes. On voit Nyangono en train de se laver les mains avec de l'eau propre et du savon.

Planche 6 : la scène se passe aux toilettes. On voit Ndi en train de prendre un bain.

Planche 7 : la scène se déroule en route entre Ndi et son papa. L'on voit le passage clouté, le feu de signalisation pour piétons et le panneau de signalisation routière des piétons.

Planche 8 : la scène se déroule toujours en route entre Ndi et son papa. L'on doit indiquer le côté gauche du côté droit pour pouvoir traverser la route.

Planche 9 : la scène se passe en route. Ici on voit le bonhomme du feu de signalisation pour piétons vert et l'autre qui est à l'arrêt. Et on voit les véhicules s'arrêter devant le passage clouté pour permettre aux piétons de traverser.

Planche 10 : la scène se passe entre Nyangono et sa maman. Ici on montre les différents espaces réservés pour les piétons et d'autres pour les moyens de transport.

Planche 11 : On montre comment Nyangono et sa maman marchent sur le trottoir indiqué.

Planche 12 : Ici nous voyons une moto portant un casque et un gilet et une personne qui a sa ceinture attachée dans la voiture.

Planche 13 : la scène se passe au salon. Ndi assit à la table, le cahier ouvert devant lui fait semblant d'étudier en manipulant le téléphone. Ici le dialogue se fait entre Ndi et sa maman.

Planche 14 : la scène se passe dans la chambre où Nyangono se filme torse nu et son père se trouve à la porte et l'interpelle.

Planche 15 : la scène se passe dans la chambre entre la fille et sa mère. Il est 23h à la montre, Nyangono est couchée sur le lit manipulant le téléphone au lieu de dormir.

- **Du livre : *j'apprends et je m'entraîne***

Planche 1 : un garçon

Planche 2 : une fille

Planche 3 : le soleil

Planche 4 : la maison

Planche 5 : la lune

Planche 6 : le lit

b. Externe

- **Ndi et Nyangono apprennent le civisme**

Nous voyons ici les deux frères et sœurs assis, le petit frère assis à côté de sa grande-sœur, tous deux joyeux.

- **J'apprends et je m'entraîne**

La couverture est constituée de crayons de coloriage et les sous-rubriques que constitue notre livre.

III. Auteur et cahier de charge

Après avoir contacté deux auteurs, notamment Honorine Ombé et Ruth Engamba Mengue pour l'écriture du manuscrit, nous avons finalement décidé de travailler avec Ruth Désirée Mengue pour ce projet, car elle a su comprendre ce en quoi consistait ce projet. Un cahier de charge a été établi pour l'écriture du manuscrit devant servir à la réalisation du livre.

Le choix porté sur la personne de Ruth Désirée Mengue est soutenu par le fait qu'elle est enseignante dans une école maternelle. Elle connaît les habitudes quotidiennes des enfants, elle connaît les faiblesses des enfants face à certaines situations que ce soit à la maison, à l'école, en route ; elle a su dégager le problème qu'ils rencontrent au quotidien et cela sensibilisera nos jeunes au savoir-vivre et aux bonnes habitudes qu'ils doivent adopter.

IV. Les précautions juridiques

Il s'agit de rappeler la législation en vigueur en matière de droit d'auteur et de droit des personnes ayant pris part à l'élaboration du livre ainsi que les mesures et précautions à prendre pour la respecter.

C'est ainsi que nous avons :

- Les mentions légales

Elles sont présentes dans le livre :

- Copyright,
- Nom de la maison d'édition ;
- Nom de l'auteur ;
- Année de publication ;
- Contacts de l'éditeur ;
- Numéro ISBN
- Noms de l'illustrateur et des traducteurs.

- Le contrat d'édition

Il est signé avec l'auteur.

- Le contrat d'illustrations

Il est signé avec l'illustrateur.

- Le contrat de traductions.

Il est signé avec les traducteurs des deux langues (anglais et ewondo).

Ces contrats seront présentés dans l'annexe.

V. Registre de dépôt du manuscrit

N°	Date	Auteur	Titre	Pages	Genre	Tél	Frais	Signature
01	05-07-2022	Mengue Engamba Ruth Désirée	<i>Ndi et Nyangono apprennent le civisme</i>	22 pages	Livre trilingue pour enfants	697973430	Aucun	
02								
03								

VI. Processus de sélection du manuscrit

- **Tri et évaluation**

- Tri

Le tri des manuscrits déposés s’effectue sur la base de plusieurs paramètres, quand ceux-ci sont respectés, le manuscrit peut suivre le processus d’évaluation. Il doit avoir un nombre de pages ne dépassant pas trois pages, car il s’agit d’un livre pour enfants et le manuscrit doit être présentable et lisible.

- Évaluation

Un manuscrit est évalué en fonction de plusieurs aspects ; son contenu, la pertinence des thèmes, et la façon dont l’intrigue est menée par l’auteur.

- Comité de lecture

Les membres du comité de lecture sont choisis en fonction de leurs compétences et connaissances par rapport au sujet traité par le manuscrit.

VII. L'intérêt du texte

a. Social

- Permettre aux enfants de fixer des relations harmonieuses entre les individus d'un groupe ;
- La réapparition de l'identité culturelle chez le lecteur ;
- L'implication de tous les auteurs de l'éducation sociale et familiale en général et de la chaîne de formation éducative et professionnelle en particulier : l'État camerounais, le corps enseignant, les propriétaires d'établissement, les centres culturels, les centres linguistiques, la jeunesse et les parents.

b. Pédagogique

- L'apprentissage de la langue locale ;
- Apprentissage aux enfants des bonnes manières.

c. Stratégique

- la réhabilitation et la promotion des langues nationales camerounaises ;
- l'insertion des langues locales dans le système scolaire.

d. Cibles

Notre cœur de cible est les enfants à partir de 5 ans. L'objectif est d'édifier les enfants sur les attitudes à adopter lorsqu'ils sont face à des personnes et à des situations sociales. Nous avons choisi cet âge-là, car il est possible de façonner l'idéologie des enfants et de leur inculquer des valeurs qu'ils garderont en esprit. Mais c'est également une manière d'habituer ces enfants à la lecture dès le bas âge.

Chapitre III : Phase de production

I. Calendrier du travail

Ici, nous allons présenter les différentes étapes de production de notre livre.

Activités	JULLET				AOÛT				SEPTEMBRE				OCTOBRE			
Semaines	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04
Réception du manuscrit	■															
Tri et évaluation		■	■													
Décision de publier et signature du contrat				■												
Lecture/correction				■	■	■										
Envoi de l'ouvrage en traduction							■									
Commande des illustrations								■								
Reception et validation des ouvrages traduits								■	■							
Validation et traitement des illustrations									■	■						
Mise en page du livre										■	■					
Relecture correction											■	■				
Maquette et conception couverture								■	■							
Impression													■	■	■	
Promotion et diffusion													■	■	■	■

II. Description des tâches

a. Commande du manuscrit

La vision de la maison Radicelle pour sa présentation officielle au public décide de commander un ouvrage qui correspond aux valeurs qu'elle défend à travers sa ligne éditoriale. À partir d'un cahier des charges établi, la maison d'édition par le biais de sa directrice générale a contacté la jeune auteure Mengue Engamba Ruth Désirée pour produire un manuscrit sur le savoir-vivre et les bonnes habitudes en société. Satisfait de ce premier travail, des suggestions pour améliorer le texte ont été émises afin d'obtenir le résultat final.

b. Évaluation du manuscrit

Après la réception du manuscrit, la secrétaire d'édition l'a préparé pour le soumettre au comité éditorial afin d'avoir les avis des différents membres avant sa publication. En prenant en compte notre ligne éditoriale, la pertinence du texte, sa cohérence... Une fiche de lecture personnalisée de la maison a été remplie. (Confer annexes). Le comité l'a jugé publiable et a fait des propositions à l'auteur pour davantage parfaire le texte avant le travail éditorial proprement dit.

c. Signature du contrat

La secrétaire d'édition sous ordre de la directrice générale a pris rendez-vous avec l'auteur pour la signature du contrat d'édition. Après signature du contrat, un planning éditorial a été conçu pour déterminer la durée du travail.

d. Réécriture du texte

Malgré la bonne qualité du texte, certains passages ont été réécrits afin de revoir sa densité et sa cohérence avec sa cible.

e. Relecture/correction

Après avoir évalué et réécrit le texte, ce dernier a été relu et corrigé par la responsable éditoriale (secrétaire d'édition). Une lecture minutieuse s'est ainsi faite dans le but de localiser et corriger toutes les fautes de grammaire, d'orthographe, de syntaxe, de conjugaison et éventuellement de revoir le vocabulaire de l'auteur et l'adapter au public cible (mots difficiles).

f. Découpage et commande d'illustration

Ici, il était question qu'après avoir lu, corrigé et approuvé le texte, de procéder à un découpage technique et aux choix des illustrations devant apparaître dans le livre. C'est une étape très essentielle dans la maison d'édition puisqu'elle est spécialisée dans la promotion des ouvrages en langues nationales et officielles, et donc l'image occupe une place très importante. Ce travail est effectué par le responsable éditorial. Après cela en fonction du

style d'image arrêté, un illustrateur a été contacté pour la réalisation. À partir d'un cahier de charge préalablement établi.

g. Envoi et validation de l'ouvrage traduit

Après avoir validé le manuscrit qui a été marqué par un contrat d'édition, il est envoyé en traduction par des personnes spécialisées dans les traductions des ouvrages en langues (nationale et anglaise). Ce comité travail en externe il ne dépend pas entièrement de la maison. L'ouvrage est envoyé pour une période déterminée établie dans le cahier de charge et connu par l'illustrateur qui se doit de respecter le délai.

h. Mise en page

Avant de procéder au montage de notre livre, nous avons représenté son chemin de fer (en annexe). C'est un document qui présente la disposition des images et textes sur les pages du livre.

C'est à ce niveau que le texte passe du manuscrit au livre. C'est l'aménagement harmonieux des textes et des illustrations de façon lisible et attirante. Elle concerne les illustrations et les textes. Après avoir fini cette étape, une maquette a été enfin acheminée à l'imprimerie Chavi Press après le BAT de l'auteur.

i. La promotion

Après la sortie du livre de l'imprimerie, plusieurs activités de promotion ont été organisées pour faire connaître le produit. Parmi ces activités, une dédicace est organisée et plusieurs médias ont été conviés pour relayer l'information auprès des lecteurs. Des affichettes ont été montées. La promotion a également été faite en ligne, mais aussi dans les médias.

Chapitre IV : Suivi de fabrication et devis de production

Calcul des frais éditoriaux

Saisie : le texte venu saisi

Lecture/correction : 02 jours. Salaire : 100000 Fcfa

Si 22 j = 100000 F

02 j = ?

$2 \times 100000 / 22 = 9090\text{F}$

Charge sociale : 30% de 9090 f = 2727 F

Lecture correction = $9090 + 2727 = 11817$ Fcfa

À-valoir à l'auteur : 200 000 Fcfa

Illustration : 200000 Fcfa

Traduction : $15000 / 9$; 15000×3 pages = 45 000F

Total des frais éditoriaux : **406.817 Fcfa**

Calcul des frais de prépresse

Traitement des illustrations : 03 jours. Salaire : 100.000 Fcfa

Si 22j=100 000

3j= ?

$3 \times 100000 / 22 = 13.636$ Fcfa

Charge sociale : 30% de 13.636=4090 F

Traitement des illustrations = $13636 + 4090 = 17726$ Fcfa

Mise en page intérieure : 03 jours. Salaire : 95 000Fcfa

Si 22j = 95 000Fcfa

03j= ?

$3 \times 95000 / 22 = 12\ 954$ F

Charge sociale : 30% de 12 954=3886 F

Mise en page intérieure : 12 954+16 840 =16 840 Fcfa

Maquette de couverture : 02 jours. Salaire : 95 000 Fcfa

Si 22j = 95 000 F

03j = ?

$3 \times 95000 / 22 = 8\,636$ F

Charge sociale : 30% de 8 636 = 2590 F

Maquette de la couverture : 8 636+2590=11 226 Fcfa

Frais de prépresse= 45.792 Fcfa

Calcul des frais d'impression

Étant donné que nous avons un livre au format 20×20 cm quadrichromie et un livre 18×18 cm en noir/blanc, nous allons tout d'abord calculer le premier livre qui est au format 20×20 cm puis suivra le second et enfin le calcul de la couverture.

Format : 20×20 cm,

Couleurs : quadrichromie

Tirage 1000 exemplaires

Livre 24 pages

Calcul du nombre de cahiers

$24 \div 16 = 2$ cahiers

Nombre de feuilles hors gâche

$2 \times 1000 = 20000$ feuilles

Gâche de mise en train

$75 \times 2 \times 4 = 600$ feuilles

Gâche de roulage

$$9 \times 1000 / 100 = 90 \text{ feuilles}$$

Gâche de façonnage

$$2 \times 1000 / 100 = 20 \text{ feuilles}$$

$$T : 2000 + 600 + 90 + 20 = 2710 \text{ feuilles}$$

Calcul du prix du coût du papier du livre



$$L = 85 \text{ cm}$$

$$H = 43 \text{ cm}$$

Le format le plus adapté est le A1 : $59,4 \times 84,1$. Il permet une seule pose.

Le prix du papier format ayant augmenté nous avons le papier couché contenant 100 feuilles et 29.500 Fcfa et un papier couché 250g contenant 250 feuilles et coûtent 30.000 fcfa.

1 rame - 250 feuilles

$$? - 2710 \text{ feuilles}$$

$$2710 \div 250 = 11 \text{ rames}$$

$$11 \times 30.000 = \mathbf{330.000 \text{ Fcfa}}$$

Format : $18 \times 18 \text{ cm}$,

Couleurs : noir/blanc

Tirage 1000 exemplaires

Livre 12 pages

Calcul du nombre de cahiers

$$12 \div 8 = 2 \text{ cahiers}$$

Nombre de feuilles hors gâche

$$2 \times 1000 = 2000 \text{ feuilles}$$

Gâche de mise en train

$$75 \times 2 \times 1 = 150 \text{ feuilles}$$

Gâche de roulage

$$5 \times 1000 / 100 = 50 \text{ feuilles}$$

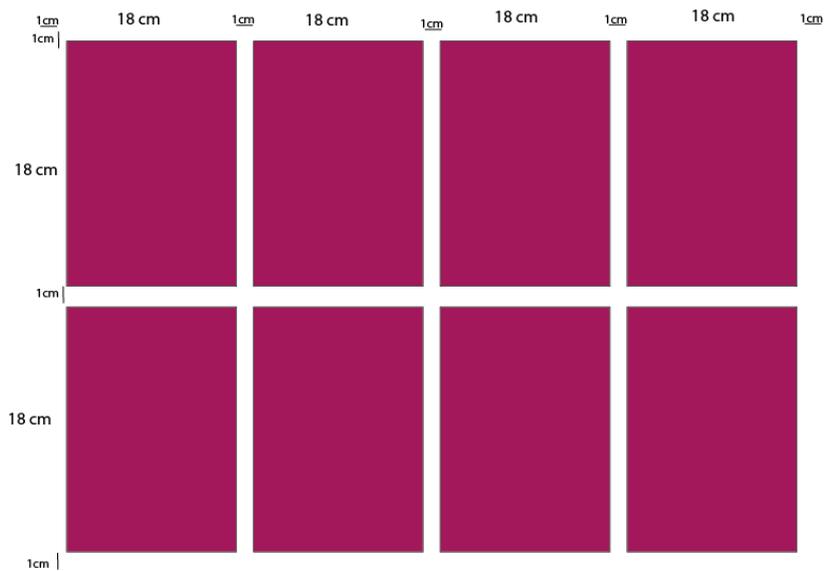
Gâche de façonnage

$$2 \times 1000 / 100 = 20 \text{ feuilles}$$

$$T : 1000 + 150 + 50 + 20$$

$$= \mathbf{1220 \text{ feuilles}}$$

Calcul du prix du coût du papier du livre



L= 77 cm

H=39 cm

Le format le plus adapté est le A1= 59,4×84,4 cm. Il permet une seule pose.

1rame-250 feuilles

? - 1220 feuilles

$1220 \div 250 = 5$ rames

$5 \times 30.000 = 150.000$ Fcfa

Calcul de la couverture

Hors gâche

$1 \times 100 = 1000$ feuilles

Gâche de mise en train

$75 \times 1 \times 5 = 300$ feuilles

Gâche de roulage

$$9 \times 1000 / 100 = 90 \text{ feuilles}$$

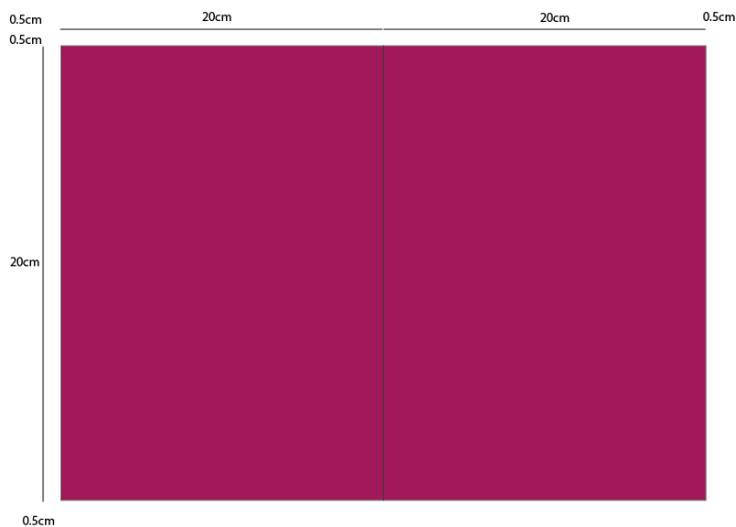
Gâche de façonnage

$$2 \times 1000 / 100 = 20 \text{ feuilles}$$

$$\mathbf{T : 1000 + 300 + 90 + 20 = 1410 \text{ feuilles}}$$

Calcul du prix du coût du papier du livre

Notre couverture n'aura pas de dos.



$$l = 41 \text{ cm}$$

$$h = 21 \text{ cm}$$

en doublant le petit côté : $42 \times 41 \text{ cm}$

en triplant : $42 \times 82 \text{ cm}$. Il entre dans le format A1 = $59,4 \times 84$, il permet trois poses. La rame de papier couché au format A1 coûte 29.500 Fcfa pour 100 feuilles.

$$1220 \div 3 = 407 \div 100 = \mathbf{4 \text{ rames}}$$

$$4 \times 29500 = \mathbf{118.000 \text{ Fcfa}}$$

Total page intérieur et extérieur : 598.000 Fcfa

Imposition et insolation

Nous avons 4 cahiers, 2 cahiers de 24 pages quadrichromie et 2 cahiers de 12 pages en noir/blanc.

Plaque interne

$2 \times 4 = 8$ plaques (quadrichromie)

$2 \times 1 = 2$ plaques (noir/blanc)

$8 + 2 = 10$ plaques

Plaque externe

Nécessite 4 plaques

$4 + 10 = 14$ plaques

La plaque est facturée à 10.000 Fcfa

$10.000 \times 4 = 140.000$ plaques

Calage est facturé à 10.000 Fcfa

$10.000 \times 4 = 140.000$ plaques

Roulage interne couverture+ intérieure en quadrichromie (il se fait à 7fcfa)

$2710 + 1410 \times 4 \times 7 = 115.360$ Fcfa

En noir/blanc

$1220 \times 1 \times 7 = 8540$ Ffa

T : $115.360 + 8540 = 123.900$ Fcfa

Façonnage

$200 \times 1000 = 200.000$

	Coût fixe	Coût variable
Coûts éditoriaux	406.817	
Coût de prépresse	45.792	
Insolation	140.000	
Calage	140.000	
Papier intérieur et extérieur		598.000
Total roulage		123.900
Façonnage		200.000
Total	732.609	921.900

Prix total de production : $732.609 + 921.900 = 1.654.509$ Fcfa

Coût unitaire : Pour 1.000 exemplaires, nous avons :

$1.653.602 / 1000 = 1654,5$

Donc **1675 Fcfa**

Prix de revient	1675
Coût de diffusion et de distribution (20%)	335 frs
Coût de promotion (10%)	167,5frs
Coût de fonctionnement (20%)	335frs
Marge bénéficiaire (10%)	167,5frs
Prix de revient estimatif hors taxe	2 680frs
Droit d'auteur (10%)	268 frs
TVA 2% relatif sur le prix de vente HT	53,6frs
Prix de vente public TTC	3001,6 = 3025 Fcfa

On déduit donc : le prix de vente public du livre illustré : **3 025 francs CFA.**

Calcul du seuil de rentabilité du livre

Marge brute =

Coût de production

Prix de vente public- (TVA+ droit d'auteur +distribution et diffusion)

1.654.509

167,5 - (2,01+ 100,5+ 335)

270° exemplaire

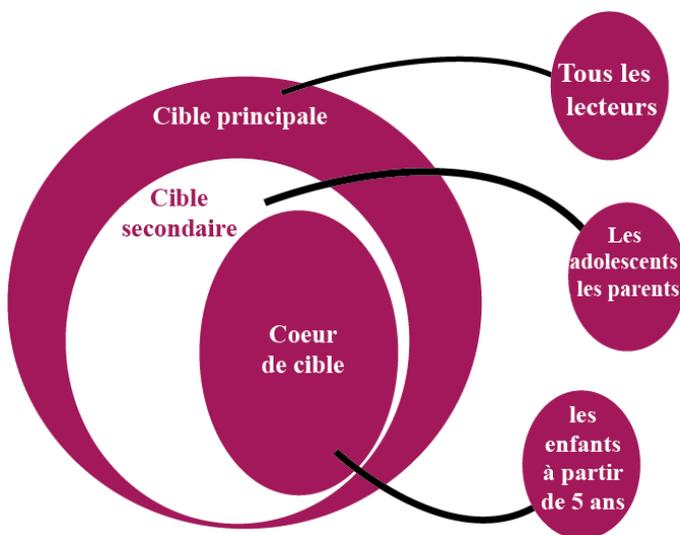
Nous déduisons que notre seuil de rentabilité sera atteint après la vente du 270° exemplaire.

Chapitre V : Promotion et diffusion

I. Délimitation de cibles

Le plan marketing vise à élaborer les actions différentes auprès des médias afin de toucher notre cible. Il existe trois types de cibles : le cœur de cible, la cible secondaire et la cible principale.

Notre marché est constitué de :



- **Cœur de cible**

Les enfants à partir de 5 ans, ici il s'agit de notre cible directe, ceux qui sont le plus susceptibles de s'intéresser au produit.

- **Cible secondaire**

Les adolescents, les parents. Ici, nous parlons de la cible qui n'est pas directement visée, mais qui pourrait probablement être intéressée par le produit.

- **Cible principale**

Toute personne intéressée par la lecture, la cible à ce niveau est beaucoup plus vaste, car elle inclut beaucoup plus de personnes (amoureux de la lecture, collectionneurs, etc.)

Nous tenons à mentionner les objectifs visés par la communication :

Notre communication s'adresse aux parents et aux enfants, car, les enfants sont encadrés par leurs parents et ne sont pas indépendants.

- Faire connaître le livre ;
- Faire aimer ;
- Faire vendre le livre.

II. Stratégie de communication

a. Contexte et diagnostic du marché du livre pour enfants

Le problème à résoudre est la promotion du livre pour enfants. La cible est diversifiée.

D'abord l'état, à travers le ministère de l'Éducation de Base et le ministère de l'Enseignement secondaire, véritables décideurs dans le cadre de l'insertion de celui-ci dans les programmes scolaires allant de la SIL à la 6^e.

Ensuite les librairies et bibliothèques spécialisées : Fnac, Institut Français, Centre de lecture, Bibliothèques scolaires.

Les parents, toutes catégories socioprofessionnelles confondues sont considérées ici comme des décideurs, puisqu'ayant le pouvoir d'achat, tandis que les enfants selon leur comportement peuvent influencer la décision d'achat dudit livre.

L'objectif de la communication serait alors d'obtenir une notoriété spontanée auprès des cibles visées.

b. Les moyens médias

- La chaîne de télévision CRTV

Dans le cadre du programme Aughtfer work

- Radio Siantou

Dans le cadre du programme radiophonique Futuroscope de 14h à 16h30 minutes.

- La presse écrite

Cameroon Tribune

- Internet

Grâce à notre page Facebook, nous allons concevoir des supports de communications et les posters sur nos différentes pages.

c. Les moyens hors médias

- Billets d'invitation ;
- Dépliants ;
- Affiches distribuées sur les réseaux sociaux ;
- Deux banderoles ;
- Dédicace.

III- Plans média et d'actions

a. Plan média

Éléments	Médias			Affiches	Hors médias		
	TV	Radio	Presse écrite		Dépliants	Billets d'invitation	Dédicace
Supports				01	100	50	01
Nombre de passage	1	1	1	N fois	3		
Semaine 1	×			×	50	25	
Semaine 2		×		×	30	25	
Semaine 3			×	×			
Semaine 4				×	20		×

b. Le devis estimatif pour la promotion

Activités	Nombre	Prix unitaire (en FCFA)	Coût total (en FCFA)
Dépliants	100	100	10 000
Cérémonie de dédicace	01	400 000	400 000
Banderole	02	30 000	60 000
Presse écrite	01	50 000	50 000
RFI	01	×	×
Vox Africa	01	×	×
Total			511 000

Chapitre VI : distribution / commercialisation

I. Distribution

a. Librairies

- Librairies des peuples noirs ;
- Spar ;
- Instituts Français ;
- Librairie Clé Équinoxe (Yaoundé).

b. Supermarché

- Dovv ;
- Casino ;
- Santa Lucia.

c. Camps de vacances et manèges

- Camaroes (Mini prix Bastos) ;
- Cass vacance/ Cass année (Nkolndongo).

d. Centre de lecture

- CRÉPLA ;
- IFC ;
- Institut Goethe.

II. Technique de vente

a. Les circuits de distribution

Il s'agit ici de différents canaux de distribution du produit. L'on met en évidence le chemin pris par un produit qui part du producteur pour le consommateur en y incluant des intermédiaires.

- **Circuit court**

Il est question ici pour le producteur de faire parvenir le produit directement au consommateur sans intermédiaire.

- **Circuit long**

Ici, le producteur passe par des intermédiaires pour faire parvenir le produit à la clientèle (Libraires, supermarchés, etc.)

b.Les techniques

Il existe trois techniques de vente, nous allons les citer. Cependant dans notre entreprise nous appliquons le système d'achat à compte ferme.

- **Dépôt-vente**

Il est question de déposer des exemplaires d'un ouvrage dans les bibliothèques et institutions nous permettant d'avoir une large visibilité compte tenu de l'affluence du public. Ainsi, les agences de voyages, les super marchés sont les endroits indiqués.

- **Achat à compte ferme**

Ici, il s'agit de payer les quantités sollicitées sans possibilité de prêt et ni de retour. Les librairies, les Centres de littérature et les kiosques sont ceux qui seront amenés à payer ainsi puisque leur activité principale est le livre.

- **L'office ou système d'office**

Ce système de commercialisation nous permet de faire connaître les nouveautés grâce à une envie directe de nouvelles publications chez les distributeurs de la chaîne. De ce fait, les librairies, les centres de lecture et autres endroits de dépôts feront l'objet d'un envoi d'office de nos nouvelles publications. Cela accompagne l'action de communication de nos différents supports quand ils informent le public des lieux où l'on peut trouver les ouvrages.

CONCLUSION

Parvenu aux termes de notre travail, il était question d'élaborer un dossier technique présentant globalement notre entreprise et notre projet professionnel. La question qui a mobilisé notre attention dans un premier temps est celle de la présentation de l'entreprise Radicelle. Il ressort que les éditions Radicelle sont une maison d'édition nouvellement établie sur le marché camerounais et qui publie des ouvrages à caractère culturels, éducatifs et surtout, exclusivement en trilingue. En prenant en compte l'étude de son environnement interne et externe et son plan de financement, la maison d'édition, un des pionniers à l'édition en langues locales particulièrement, a l'occasion d'exploiter les opportunités qui s'offrent à elle sur le terrain presque vide et d'atteindre sa vision, qui est celle de voir les langues camerounaises respectées. Dans un second temps, nous avons pu observer le processus de publication de son premier ouvrage allant de la conception à la livraison avec pour titre : *Ndi et Nyangono apprennent le civisme*. C'est un projet de grande portée qui a nécessité une attention particulière pour voir le jour. En somme, nous pouvons dire que c'est une œuvre qui respecte l'art l'éthique et la déontologie des techniques liées à l'édition. Au travers de ses caractéristiques et de son contenu riche, il est un produit de qualité, un bien culturel, qui suscite une attention particulière. Il est à s'offrir et à offrir, et n'attend plus qu'à être lu, apprécié, mais surtout parlé.

BIBLIOGRAPHIE

- M. François Nkeme, cours d'atelier de l'imprimer, mars 2022 ;
- Mme Priscille Djamfa, M. François Nkeme, cours de conception et réalisation des supports de communications, juin 2022 ;
- M. Vincent Lele, cours de conception, élaboration et réalisation d'une œuvre éditoriale, juin 2022.

ANNEXES

1. Les fiches

- Fiche de réception du manuscrit ;
- Fiche d'évaluation du manuscrit de l'ouvrage Ndi et Nyangono apprennent le civisme ;
- Lettre d'acceptation rédigée auprès de l'auteur.

2. Les contrats

- Contrat d'édition;
- Contrat d'illustrations ;
- Contrat de traduction ;
- Contrat de travail.

3. Les supports de communication

- Affiche de dédicace du livre Ndi et Nyangono apprennent le civisme ;
- Invitation à la dédicace.

4. Chemin de fer

- Chemin de fer du livret d'activités
- Chemin de fer du livret de coloriage.

Table des matières

AVERTISSEMENT	1
REMERCIEMENTS	2
SOMMAIRE	4
INTRODUCTION.....	5
PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE	6
Chapitre I : Présentation de l'entreprise.....	7
I. Contexte de création	7
II. Dénomination et localisation de l'entreprise	7
a. Dénomination de l'entreprise	7
b. Localisation de l'entreprise	8
III. Statut juridique	9
Chapitre II : Ligne éditoriale, objectifs et mission, collection et slogan.....	10
I. La ligne éditoriale.....	10
II. Les objectifs et missions.....	10
a. Les objectifs.....	10
b. Les missions	11
III. Les collections et slogan de l'entreprise.....	11
a. Collections.....	11
b. Le slogan de l'entreprise	12
Chapitre III : Typographie et Charte graphique.....	13
I. Typographie.....	13
a. La police des caractères.....	13
b. La taille des caractères.....	13
c. Les couleurs.....	13
d. Le format	13
II. Charte graphique	13

a. Les couleurs.....	13
b. Description du logo et de la mascotte.....	14
Chapitre IV : Organisation de l'entreprise	16
I. Ressources matérielles.....	16
II.Ressources humaines.....	16
a. Organisation fonctionnelle	16
b. Organigramme des Éditions Radicelle	18
Chapitre V : Apport et répartition salariale.....	19
I. Apport des membres.....	19
II.Répartition salariale.....	20
Chapitre VI : Étude de marché.....	21
I. Analyse PESTEL.....	21
a. Environnement politique	21
b. Environnement économique.....	21
c. Environnement social	21
d. Environnement technologie.....	21
e. Environnement écologie.....	22
f. Environnement légal.....	22
II.Analyse SWOT de notre entreprise	22
a. Forces	22
b. Faiblesses.....	22
c. Opportunités	22
d. Menaces	23
III. Étude de marché de la concurrence.....	23
a. Concurrents.....	23
b. Forces de la concurrence	23
c. Faiblesses.....	24

DEUXIÈME PARTIE : RÉALISATION PROFESSIONNELLE.....	25
Chapitre I : Phase de conception.....	26
a. Choix du thème.....	26
Chapitre II : Phase d'élaboration et cahier de charges.....	28
I. Les contenus éditoriaux.....	28
1. L'identité du livre.....	28
a. La fiche technique.....	28
b. Le résumé.....	29
II. Illustrations.....	29
a. Interne.....	29
b. Externe.....	31
III. Auteur et cahier de charge.....	31
IV. Les précautions juridiques.....	31
V. Registre de dépôt du manuscrit.....	33
VI. Processus de sélection du manuscrit.....	33
VII. L'intérêt du texte.....	34
a. Social.....	34
b. Pédagogique.....	34
c. Stratégique.....	34
d. Cibles.....	34
Chapitre III : Phase de production.....	35
I. Calendrier du travail.....	35
II. Description des tâches.....	35
a. Commande du manuscrit.....	35
b. Évaluation du manuscrit.....	36
c. Signature du contrat.....	36
d. Réécriture du texte.....	36

e. Relecture/correction	36
f. Découpage et commande d'illustration	36
g. Envoi et validation de l'ouvrage traduit	37
h. Mise en page.....	37
i. La promotion.....	37
Chapitre IV : Suivi de fabrication et devis de production.....	38
Chapitre V : Promotion et diffusion.....	47
I. Délimitation de cibles.....	47
II.Stratégie de communication	48
a. Contexte et diagnostic du marché du livre pour enfants	48
b. Les moyens médias.....	48
c. Les moyens hors médias.....	49
III- Plans média et d'actions	50
a. Plan média	50
b. Le devis estimatif pour la promotion.....	50
Chapitre VI : distribution / commercialisation.....	51
I. Distribution.....	51
a. Librairies.....	51
b. Supermarché	51
c. Camps de vacances et manèges	51
d. Centre de lecture.....	51
II.Technique de vente.....	51
a. Les circuits de distribution	51
b. Les techniques	52
CONCLUSION	53
BIBLIOGRAPHIE	54
ANNEXES	55

