

Le Temps Digital

L.

T.

D.

Le Temps Digital.
S.A

Document d'affaires concernant la création
d'un journal magazine à caractère régional en ligne.

Le Temps Digital.
S.A

Sommaire.

Responsable du document.....	P. 4
-Descriptif du Journal.....	P. 4
-Dirigeants du Journal.....	P. 4
-Fiches d'identité des créateurs:.....	P. 6
-La direction du Journal:.....	P. 6
-Fiche d'identité du Journal:.....	P. 6
-Abonnement très probable aux dépêches AFP ou à Reuters . à la 3e année d'existence du Journal.....	P. 5
-Secteurs clés de publication du Journal:.....	P. 6
-Diffusion internet uniquement.....	P. 8
-Le ton du journal.....	P. 8
-Effectif du journal:.....	P. 8
-Matériel.....	P. 9
-Hébergeur:	P. 9
-Le contenu du <i>Temps Digital</i> avec ses thématiques de 1 à 5.....	P. 10
-Thématique 1 Actualités Arts, spectacles de rues.....	P. 10
-Thématique 2 Culture Livres, peintures.....	P. 12
-Thématique 3 Médecine.....	P. 13
-Thématique 4 Sciences. Intelligence artificielle, transhumanisme et médecine prédictive.....	P. 14
-Thématique 5 Vie de l'entreprise, économie.....	P. 15
-Local de travail.....	P. 16
-Besoins en fonds en roulement pour une année d'exploitation.....	P. 13

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

-Besoins en fonds en roulement pour une année d'exploitation du personnel + celui du PDG salaires nets mensuels.....	P 14
-Stratégie marketing.....	P 14
-Plan de financement initial.....	P. 15
-Compte de résultats prévisionnels.....	P. 16
-Budget mensuel de trésorerie.....	P. 17
-Etude du contexte économique.....	P. 18
-Etat du marché et perspectives.....	P. 18
-Etat de la concurrence.....	P. 18
-Cible de clientèle visée.....	P. 18
-Positionnement des produits ou services proposé.....	P. 18
-Facteurs de différenciation.....	P. 18
-Objectifs à moyen terme.....	P. 18
-La description détaillé du <i>Temps Digital</i>	P.19
-Choix stratégiques:.....	P. 19
-Moyens mis en oeuvre:.....	P. 19
-Organisation choisie.....	P. 20
-Organisation financières et juridique du projet.....	P. 20

Le Temps Digital

Prospectus (Business plan) Le Temps Digital



L. T. D

Le Temps Digital

Responsable du document:

Xavier Jaffré

1 impasse Hoche, appt 73

94200 Ivry sur Seine

courriel: xavier.jaffre1@gmail.com

Attestation du responsable du prospectus

A la connaissance, les données du présent prospectus sont conformes à la réalité. Ce document comporte toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur l'activité, les résultats prévisionnels, la situation financière, les perspectives de la société Le temps digital ainsi que sur les droits attachés aux actions proposées. Elle ne comporte pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Descriptif du Temps Digital.

Quotidien généraliste régional. **Capital: 937,000 euros**. Forme juridique: **S.A.** Société Anonyme.
Un commissaire aux comptes sera nommé.

Dirigeants et fondateurs du Temps Digital:

-**Xavier Jaffré** rédacteur en chef et journaliste

-**Patrick N'Gambi** gestion comptabilité.

-**Mohamed Zenoud**, intellectuel, écrivain.

-**Grégory Pasqueille**, journaliste et photographe.

Fiches d'identité des créateurs:

Xavier Jaffré est rédacteur presse, journaliste de formation. Il a été formé au Love Money Paris et initié à l'ingénierie financière et aux introductions boursières. Il a déjà fait l'expérience de la création d'entreprise.

-Son premier projet a été un cabinet d'écrivain public.

-Son second projet a été la création d'une agence de publicité.

Patrick N'Gambi a aussi de l'expérience en matière de création d'entreprise. Il a créé une société de transport avec son épouse et des associés.

Mohamed Zenoud, intellectuel, écrivain.

Grégory Pasquille, journaliste et photographe.

Le comité de lecture du prospectus est composé de **Xavier Jaffré**, **Patrick N'Gambi**, **Mohamed Zenoud** et **Grégory Pasquille**.

CV des fondateurs du **Temps Digital**

CV résumé de Xavier Jaffré

49 ans

1992-1994 Formation BTS communication, section métier du livre et du journalisme.

2002-2004 bénévole au Love Money pour l'emploi Val de Marne. Accompagnement de porteurs de projets d'entreprises sous formes de S.A. Initié à l'ingénierie financière.

2003-2004 Formation à la publicité et de rédacteur publicitaire

2004 création d'une agence de publicité, activité de rédacteur publicitaire. Administration d'un blog professionnel durant 10 ans.

2005 Capacité en droit

2007-2012 création d'une activité de formation en informatique en complément de l'activité de rédacteur publicitaire.

2014 activité d'écrivain auto édité en numérique, ouvrages à caractères politiques et médicaux dont un sur le transhumanisme et administrateur d'un nouveau blog **Xavier Jaffré Communication** à caractère journalistique généraliste destiné à la vente de ses ouvrages numériques.

2015 Chercheur indépendant en transhumanisme.

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

CV résumé de Patrick N'Gambi

52 ans

2009 Diplome d'assistant en gestion d'entreprise

2007 Formation Assistant de Gestion en entreprise option comptabilité et gestion financière à IFOCOP Voltaire Paris Xieme.

2005-2006 Capacité en droit

Formé aux logiciels métiers CIEL Compta
CIEL Gestion commerciale
SAGE paye

1996-2002 création de GESSE TRANSPORT

CV résumé de Mohamed Zenoud

CV résumé de Grégory Pasqueille

La direction du **Temps Digital**

Il est question de trouver un PDG pour diriger le journal afin d'assurer de façon rigoureusement professionnelle la gestion des salaires et des postes commerciaux car xavier Jaffré ne peut pas tout faire et doit déléguer cette tâche et il désire être salarié de l'entreprise.

Quel type de PDG? Un retraité ou un pré-retraité, si possible du milieu de la presse, qui sera rémunéré dans l'entreprise à 4000 euros net par an.

Patrick N'Gambi, juriste comptable et gestionnaire apporte un regard très pertinent sur le prospectus du Journal.

Le Temps Digital a cinq thématiques. Ce qui correspond d'office à cinq rédacteurs en chef chargés de la bonne conformité des articles avant la mise en ligne. Il y a pour le bon fonctionnement de l'entreprise une direction comptable administrative et une direction purement journalistique.

Direction administration comptable

Un PDG

Un Comptable

Une secrétaire

Un directeur des ventes

Des commerciaux au nombres de deux.

Nous avons un sous total de 6 personnes.

Direction journalistique

Un rédacteur en chef Thématique 1

Un rédacteur en chef Thématique 2

Un rédacteur en chef Thématique 3

Un rédacteur en chef Thématique 4

Un rédacteur en chef Thématique 5

Nous avons un sous total de 5 personnes.

Nous avons un total général dans les deux directions de 11 personnes.



L . T . D

Fiche d'identité du **Temps Digital**:

La devise du Temps Digital:

Savoir prendre le temps quand tout va vite. Analyser et comprendre.

Le **Temps digital** est un journal magazine intégralement numérique qui porte bien son nom. Plus pratique, plus facile à administrer, cette formule épargne les maux de têtes générés par le tirage papier, les grèves, l'augmentation du prix de l'encre et de la pâte à papier. Le digital est à présent partout, sur terminaux informatique de poche et sur tablettes numériques qui améliorent grandement le confort de la lecture. Le Temps Digital se veut gros producteur de contenus rédactionnels.

Signe particulier du Temps Digital

Le Temps Digital version « papier » se diffuse comme un vrai journal en format PDF uniquement. Ce journal équivalent papier est doté d'espaces publicitaires pour les annonceurs; et de petites annonces pour les particuliers exactement comme pour un vrai journal papier.

Le **Temps Digital**, c'est un quotidien magazine généraliste régionaliste, spécialisé dans les informations en provenance principalement de la région parisienne. Les annonceurs constituent le premier cœur de cible, ils restent un atout stratégique majeur incontournable.

Premier cœur de cible: le régional Paris Ile de France. Une équipe de journalistes permanents va s'occuper de tout ce qui se passe uniquement en région parisienne et de temps en temps en province, la proche province limitrophe de la région parisienne.

Second cœur de cible: les professionnels et les particuliers.

Tranche d'âge: de 18 ans à plus de 60 ans. C'est un public très urbain soucieux d'informations politiques, médicales et locales. Des agriculteurs seront captivés par le journal en raison de son implantation à la fois rurale et citadine.

Liberté d'expression, liberté de ton sans jamais sombrer dans la polémique car perdre des annonceurs serait catastrophique. Il y a de la gaîté, de l'humour, Un peu d'impertinence, mais sans plus. Beaucoup de pédagogie afin d'informer les lecteurs sur ce qui se passe en région parisienne.

Le Journal est adossé à une solide régie publicitaire, une publicité ciblée sur internet et à un magazine papier destiné à faire rentrer des bénéfices puisqu'il va servir de régie publicitaire.

Du contenu payant sera disponible pour les lecteurs pour 20 euros. Nous estimons pouvoir récolter au bout d'un an au moins, une somme de 200 000 euros pour 10 000 abonnés



Le Temps Digital

Abonnement très probable aux dépêches AFP ou à Reuters à la 3e année d'existence.

Tarifications inconnues.

Nous n'avons à ce jour aucun chiffre précis car l'AFP ne communique pas facilement ses tarifs et reste muette aux courriels destinés pourtant aux entreprises de presse sur la question, mais la presse régionale pourtant bien portante se plaint des tarifs très élevés de l'AFP qui équivaut au salaire de 10 journalistes chaque mois.

Au **Temps Digital**, nous ne sommes pas pressés d'avoir recours aux dépêches AFP ou Reuters en raison des tarifs de fonctionnement très élevés.

Nous donnons déjà la parole aux politiciens, ce qui est grandement efficace pour l'audience du journal.

La devise du Temps Digital étant « **Savoir prendre le temps quand tout va vite** », nous permet de faire une analyse tout à fait profonde et détaillée de l'actualité tant en France que dans le monde, pour palier les manques de plus, cela rejoint la seconde devise qui est « **Analyser et comprendre** ». Cette capacité de la rédaction d'effectuer cette tâche ajoute un très fort contenu rédactionnel.

Tous les journalistes qui savent écrire, sont capables de rédiger des articles à partir d'autres articles lus dans la presse ainsi que des actualités télévisées. Une idée engendre une idée et d'autres idées qui viennent enrichir le **Temps Digital**.

Etat de la presse en général

Certains affirment que le chiffre d'affaire est en baisse, d'autres en hausse. Ce qui fait le chiffre d'affaire d'un journal, c'est son dynamisme et ses capacités d'innovation sans oublier son contenu. Le journal 20 Minutes est en bonne santé financière, voir excellente, cela grâce à une recherche constante d'innovation, de contenu et de partenaires sans oublier le marketing. En fait la presse écrite papier et web se porte plutôt bien et les éventuels reculs des chiffres d'affaires ne sont pas du tout catastrophiques, les entreprises de presse conservent le cap et surmontent leurs difficultés.



L . T . D

Secteurs clés de publication du **Temps** Digital:

Politique.

-Nationales. Tout ce qui concerne la politique, ses débats, donner la parole à toutes les formations politiques. Sans quitter Paris et la région parisienne, nous pouvons traiter de la politique nationale grâce aux députés et, sénateurs et autres élus qui accepteront de passer dans nos locaux ou de nous recevoir à leurs bureaux. Nous nous affranchissons ainsi des dépêches AFP pour les informations nationales en ce domaine. Le fait de donner la parole à tous les politiciens, qu'ils soient connus ou inconnus est un très grand plus. Le Journal peut ainsi devenir un leader d'opinions politiques et modifier le paysage politique en le rendant plus proche des franciliens. C'est très stratégique.

-Internationales: parce que le monde bouge, le journal, toujours à l'affût de l'information doit être dans l'actualité permanente autant que possible. Le fait de ne pas être abonné à l'AFP durant les premières années d'exploitation n'empêchera pas les journalistes de commenter et d'analyser l'actualité, ni d'interviewer des politiciens étrangers de passage en France.

Journal magazine uniquement en PDF

Ce journal magazine qui doit être diffusé en version papier ne le sera qu'en numérique. Il possède sa propre régie publicitaire comme un vrai journal. Et à ce propos, il s'agit d'un authentique journal magazine avec toutes les caractéristiques du papier mais uniquement sur écran d'ordinateur.



Le Temps Digital

Diffusion internet uniquement sur le portail du Temps Digital et d'un magazine en PDF.

Uniquement sur internet pour des raisons économiques dans un premier temps, le journal couvre l'actualité en région Ile de France principalement. Une équipe de journalistes va agir en totale autonomie sur cinq thématiques:

Théma 1 - Actualité: Arts, spectacles de rues et politique.

Théma 2 - Culture: Livres peintures

Théma 3 - Médecine: Tout ou presque sur les hôpitaux et les services d'urgences, transhumanisme et médecine prédictive.

Théma 4 - Sciences: Intelligence artificielle.

Théma 5 - Entreprises: Vie de l'entreprise, économie.

Tout miser sur le numérique pour commencer n'a rien de ridicule. Les français aiment la presse numérique, même si heureusement le papier existe toujours. Le numérique nous épargne les grèves, les retards de livraison et la gestion d'une logistique que nous ne maîtrisons pas. Tout est instantané et l'information directement disponible sur internet avec référencement quasi immédiat avec le numérique dans les principaux moteurs de recherches. De quoi satisfaire les annonceurs.



L . T . D

Le ton du **Temps** digital

C'est un bouillon de culture tous sujets, tous domaines de l'actualité bien entendu et de l'information. Téléchargement à 1 euro de documentation supérieure à trois pages word à envisager. C'est de la satire, de l'impertinence, un ton résolument libre tout à fait ouvert sur la vie. De la vidéo avec des tournages en extérieur et en intérieur en région parisienne avec de simples terminaux informatiques de poche et des caméscopes.

Billets d'humeurs, des analyses politiques et un regard sur l'actualité. De la philosophie.

L'économie est très importante, elle fait parti du quotidien des franciliens. Une large place sera faite aux entrepreneurs à succès ou même en difficulté qui vont évoquer la réalité de l'entrepreneuriat.

Nous désirons laisser s'exprimer toutes les grandes plumes dans le **Temps Digital**. Le public est littéraire, toujours à la recherche d'une opinion, d'une source d'inspiration bienfaitrice. Les grands auteurs des grandes maisons d'éditions pourront s'exprimer librement tout comme les grands industriels et les entrepreneurs. Toutes ces opinions rassemblées apportent un immense bienfait au **Temps Digital** qui verra sa renommée montée dans le cœur des lecteurs.

Il faut démocratiser la culture en laissant les meilleures grandes plumes s'exprimer librement sur la société, la vie, la famille, l'emploi, le quotidien, les affaires.

Nous faisons en sorte que la culture vive intensément au **Temps Digital**.



Le Temps Digital

Effectif du **Temps Digital**:

Jusqu'à 10 journalistes permanents durant au moins les 3 premières années. Des généralistes et des spécialistes qui feront tourner le journal. Ils sont tous autonomes avec un ordinateur, un appareil photo numérique et un caméscope. Ces journalistes sont tous très à l'aise avec l'écriture et savent rédiger rapidement un article ou une chronique.

Salaires estimés de 10 journalistes par an: 498 000 euros net, 871 500 euros avec les charges.

Deux commerciaux seront chargés de chercher de nouveaux annonceurs, cela en plus de la régie publicitaire.

Il nous faudra recruter un ou deux journalistes spécialisés dans les sciences. La Thématique 4 ne tolère pas l'amateurisme et exige des professionnels, des spécialistes en la matière.

Matériel

Le site internet. Une infrastructure destinée à diffuser de l'information, le travail de toute l'équipe de journalistes.

Tous les ordinateurs seront sous Linux afin de préserver les données des journalistes et le fond de commerce du journal.

Achats:

15 ordinateurs MAC	27000
2 ordinateurs portables	1000
15 chaises	1000
15 tables	400
Produits d'hygiène	1000
Travaux	5000
Documentations	1000
Abonnements divers	2000
Total	38400

Charges externes

Honoraires expert comptable	5000
Honoraires commissaire aux comptes	3000
Frais bancaire	4000
Frais postaux	3000
Frais téléphonique + ADSL	3000
Fournitures administratives	4000
Total	22000

Hébergeur:

Un hébergeur informatique fiable capable de fournir beaucoup de visiteurs grâce à la puissance des serveurs à moindre coûts autant que possible.

Tarification à définir.

Grande infrastructure à aménager. Le site du Journal doit héberger de la vidéo et du podcast en plus du texte et des photos. Sous bien des aspects, le journal aura des similitudes aux sites des stations de radio périphériques et nationales.



L . T . D

Le contenu du journal avec ses thématiques de 1 à 5.

Thématique 1

Actualités, politiques, faits divers, Arts, spectacles de rues.

L'actualité c'est comme l'histoire. Ce sont les hommes qui la font. En région Ile de France, nous traiterons autant que possible l'actualité immédiate, du fait divers aux concerts, sans oublier les spectacles et les arts. La thématique actualité couvre une large palette du quotidien, laquelle est survolée rapidement, elle est dense et riche et nous devons être capable de la saisir au plus vite car cette thématique constitue un axe stratégique pour capter une clientèle et la fidéliser.

Saisir l'actualité en Ile de France et plus particulièrement à Paris et sa première couronne qui couvre les transports en commun aux transports individuels avec le trafic routier.

- Faits divers
- Spectacles
- Art
- Trafic routier

Politique libre parole et libre antenne.

L'actualité, ce sera aussi et avant tout la politique. Tous les grands leaders politiques se réunissent à Paris. C'est notre coeur stratégique, c'est le coeur ultra stratégique. Notre Journal leur donera une large parole y compris aux politiciens émergents. Informer le public sur ce qui se passe en politique est très important.

Ceci représente l'aspect national de la vie politique. Bien entendu, nous entendons donner la parole aux élus de la région parisienne, cela afin de mieux faire connaître l'histoire immédiate de la région Ile de France. La libe antenne aux partis politiques et aux politiciens de gauche comme de droite.

Nous prévoyons un immense succès qui pourrait potentiellement pulvériser des records d'audiences. Bien que le Journal ne soit pas encore une chaîne de télévision câblée, elle en a au sens vraiment très large bien entendu, le fonctionnement dans sa manière d'être avec l'accumulation de vidéos.

La libe antenne aux politiciens élus ou non apporte une très grande puissance au *Temps Numérique* en région parisienne, et potentiellement au national et à la francophonie.

Etudes chiffrées de la concurrence

Source SOCIETE.COM Pour **le Parisien**

Sur l'année 2015 elle réalise un chiffre d'affaires de 205 613 600,00 €

Source CB News pour **le Monde**

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

Le groupe Le Monde a dégagé en 2016 un résultat d'exploitation positif, en hausse par rapport à 2015, confirmant son retour aux bénéfices après plusieurs années dans le rouge, a annoncé lundi le président du directoire du groupe, Louis Dreyfus. "L'ensemble du groupe (Le Monde, Télérama, L'Obs, Rue89, Huffington Post, Courrier international et La Vie) devrait enregistrer 324 millions d'euros de chiffre d'affaires, contre 334 millions en 2015, et le résultat d'exploitation devrait être de 4 millions d'euros cette année, contre 3,8 millions d'euros en 2015", indique Louis Dreyfus dans un entretien publié par la lettre Mind.

Source SOCIETE.COM pour **le Figaro**

SOCIETE DU FIGARO, société par actions simplifiée est en activité depuis 62 ans. Installée à PARIS 9 (75009), elle est spécialisée dans le secteur d'activité de l'édition de journaux. Son effectif est compris entre 1500 et 1599 salariés. Sur l'année 2014 elle réalise un chiffre d'affaires de 300 276 800,00 €.

Source SOCIETE.COM pour **Valeurs actuelles**.

Sur l'année 2015 elle réalise un chiffre d'affaires de 19 576 700,00 €. Le total du bilan a augmenté de 62,25 % entre 2014 et 2015.

L.
T.
D.

Le Temps Digital

Thématique 2

Culture

Livres, peintures.

Livres

Contactez les maisons d'éditions et faites des reportages vidéos sur les écrivains en plus des articles textes. La vidéo est rapide, sous forme de mini clips de 2 à 5 minutes, un auteur pourra parler de lui mais de son oeuvre aussi et surtout avec un court texte sous la vidéo.

Nous aimons beaucoup les livres au journal. Nous prôtons bien entendu la lecture d'ouvrages papiers et numériques. La promotion des auteurs classiques est aussi importante que pour les auteurs contemporains.

Il existe de nombreuses maisons d'éditions très célèbres à Paris qui éditent de nouvelles œuvres chaque année et en rééditent d'autres, des classiques et des dictionnaires ainsi que des ouvrages à caractère professionnel et universitaire. Il ne faut pas oublier non plus qu'il existe de nombreuses petites maisons d'éditions indépendantes dans toute la région parisienne qui ne sont pas connues du grand public et qui sont à découvrir.

Peintures arts plastiques

La peinture tient également une place très importante. Les artistes connus et inconnus pourront faire connaître leurs œuvres, leurs actualités. La peinture est un art absolument magnifique et nous avons de nombreux artistes talentueux en région Ile de France qui gagnent à être connus. Ils sont présents dans toutes les couches de la société, dans tous les corps de métiers.

Des articles, des photos et des tournages dans des galeries de peintures sont prévus.

(Effectuer études de concurrence). Magazine Lire

(Chiffrer la thématique).

L.

T.

D.

Le Temps Digital

Thématique 3

Médecine, transhumanisme, médecine prédictive.

Tout ou presque sur la médecine dans son sens le plus large, les hôpitaux. De l'information pratique sur la médecine en format 1500 signes. De l'information courte et sérieuse. Des articles plus longs et plus détaillés en médecine de ville comme en matière d'hygiène. Les services d'urgences.

Les médicaments, les plantes, l'alimentation.

Des entretiens avec des professeurs en médecine.

Cette thématique va concerner en particulier les seniors, premiers concernés par les tracasseries liées à la santé. Les femmes seront aussi très concernées en ce qui concerne la contraception, les cancers du sein et du col de l'utérus, sans oublier les soins aux nourrissons et à la petite enfance.

La thématique 3 consacrée à la médecine pourrait intéresser les professionnels de la santé sur le moyen long terme.

Médecine

Cette thématique possède un caractère ambitieux, sans chercher à concurrencer avec d'autres leaders en la matière, celle-ci devrait contenir des milliers d'articles qui se verraient ajouter à d'autres articles sur les médicaments

-Nourrissons

-Petite enfance

Transhumanisme, médecine prédictive

Le transhumanisme décrit comme une transformation du corps humain en une machine ne risque certainement pas de se produire. En revanche les accessoires bioniques qui remplacent les membres des amputés ont toutes les chances et de se généraliser, et de se démocratiser. Le véritable transhumanisme est intrinsèquement relié aux biotechnologies, à la génétique pour aboutir à la médecine prédictive. L'être humain va devenir immortel tout en restant 100% humain. Les défunts seront ressuscités grâce à la technologie, les spécialistes estiment que cela se fera dans une quarantaine d'années maximum. Beaucoup moins sans aucun doute avec les progrès de l'intelligence artificielle.

(Effectuer études de concurrence).

Top Santé

Santé Magazine

Doctissimo

Au Féminin.com

(Chiffrer la thématique).

Thématique 4

Sciences.

Intelligence artificielle.

Tout va si vite, l'histoire de la science ne cesse de s'accélérer avec l'appui de l'industrie. Les sciences dures ont des applications dans le quotidien avec les télécommunications et les biotechnologies.

La robotique et la domotique envahissent la vie des japonais. La même chose pour l'Europe au service des personnes âgées? Sans aucun doute et nous sommes là pour voir ce qui va se passer et présenter au public que l'art du bien vieillir et rester en forme tient de l'assistance robotique et domotique au domicile permettant ainsi de maintenir l'autonomie des personnes âgées.

Les nouvelles maisons sont de mieux en mieux équipées en domotique et l'électro-ménager devient lui aussi de plus en plus intelligent; les terminaux informatiques de poche deviennent de plus en plus intelligents eux aussi, des applications informatiques et digitales naissent presque chaque jour, pour transformer notre habitat en un lieu de plus en plus sécurisé et intelligent, tout n'est pas encore généralisé au niveau national, des lacunes sont encore à combler. Internet ne s'est pas généralisé partout mais tout va dans ce sens afin d'améliorer la vie des français très progressivement. C'est encore une fois l'industrie qui s'occupe de cela à la place des gouvernements qui ne font pas de perspectives à ce sujet.

Des journalistes spécialisés vont enquêter et évoquer tous ces nouveaux sujets qui font de plus en plus parti du quotidien cela, de façon tout à fait apaisante et réaliste, aux antipodes des peurs de l'inconscient collectif générés par des ignorants qui propagent à tort des mauvaises nouvelles.

La technologie ne cesse d'évoluer et de progresser, les français pensent encore que l'intelligence artificielle et les robots vont détruire peu à peu l'humanité, quelle bêtise. L'homme est indestructible, il ne pense qu'à se reproduire et à se nourrir, les pulsions sexuelles de l'homme sont pour lui un gage de survie absolue et ne risque absolument pas de disparaître au profit des machines, cette peur est aussi hélas véhiculée par le cinéma d'anticipation. L'intelligence artificielle est au service de l'homme et non destinée à sa destruction massive, sauf applications militaires bien entendu. De même que le transhumanisme parfaitement encadré juridiquement n'est que le prolongement tout à fait normal de la médecine humaine. Les humains resteront humains, ils ne finiront pas en boîte de conserve ou en robot, le ministère de la santé n'acceptera jamais une pareille bêtise.

Voir le futur qui sera le présent pour demain. Préparer tout doucement les esprits sur ce qui va arriver et les avertir aussi d'un danger concernant la vie privée et les libertés individuelles.

Les progrès informatiques ont été prodigieux depuis la miniaturisation des composants électroniques telles que les microprocesseurs qui ont remplacé les énormes transistors. Les ordinateurs grand public ont peu à peu envahi les foyers des particuliers. Jadis dans les années 90, savoir utiliser un ordinateur de bureau était considéré comme posséder des connaissances scientifiques. De nos jours, avec l'automatisation des logiciels d'exploitation, n'importe quelle personne peut manier avec plus de facilité sans doute cet appareil que pour le maniement d'un magnétoscope.

L'intelligence artificielle est une aventure tout à fait palpitante qui va régir la société de façon plus efficace, tout en veillant à ce que la vie privée de chacun soit respectée.

(Effectuer études de concurrence).

Magazines:

Sciences et Vie

Sciences et Avenir

Ca m'intéresse

(Chiffrer la thématique).

Thématique 5

Vie de l'entreprise, économie.

Les start up sont un bouillon d'innovations technologiques. Les entreprises ultra innovantes qui apportent le progrès d'aujourd'hui et de demain.

Il y a aussi les entreprises du quotidien, et les artisans. Des reportages sur l'artisanat apporteront une richesses inestimables pour le Journal.

Beaucoup de français rêvent de créer leur propre entreprise. Mais ils ne savent pas comment il faut s'y prendre, tant dans la rédaction du business plan de leur futur entreprise que de la forme juridique future de celle-ci. Le créateur d'entreprise doit acquérir une culture du business, s'intéresser intensément au tissu économique et savoir s'il va être dans l'industrie ou le service, et savoir aussi s'il fera des affaires avec des particuliers ou des professionnels.

Le créateur d'entreprise est seul au départ. Il va se forger un mental de gagnateur, en apprenant à surmonter ses manques de connaissances, de relations, ainsi que ses angoisses face à l'avenir. La thématique 5 va répondre à ces problèmes et apporter plus de détermination à tout porteur de projet qui hésite encore, en raison de sa solitude et de son manque provisoire de connaissances.

L'objectif est de dédramatiser la création et la gestion d'une entreprise, il y a des méthodes, des bases mathématiques à acquérir et il faut savoir aussi être observateur et créatif.

(Effectuer études de concurrence).

(Chiffrer la thématique).

L.

T.

D.

Le Temps Digital

Régie publicitaire magazine mensuel en PDF. Vente d'espace publicitaire

Le contenu du magazine est à débattre en conseil. ACTIONS STRATEGIQUES.

Voici un exemple de tarification publicitaire emprunté au magazine les Inrockuptibles. Tarif de 2013, qui n'a pas beaucoup varié depuis, et qui se situe dans l'ensemble de la presse.

Emplacement préférentiels

4e de couverture	30 000 € HT
3e de couverture	25 800 € HT
2e de couverture	19 700 € HT

Sous total 75 500 € HT

DROIT D'ASILE

Verso face sommaire	20 700 € HT
Reto face sommaire	19 800 € HT
1er reto	18 800 € HT
2e recto	17 000 € HT
3e recto	16 500 € HT
1er verso	16 500 € HT
page quadri	14 000 € HT

Sous total 123 300 € HT

DOUBLES PAGES

Double couverture	40 500 € HT
1er double pages	37 500 € HT
2e double page	32 700 € HT
Double page quadri	28 000 € HT

Sous total 138 700 € HT

FORMATS

Demi page horizontale	10 200 € HT
Tiers de page vertical	8 300 € HT
Quart de page horizontal	6 900 € HT
Sixième de page bloc	4 900 € HT

Sous total 30 300 € HT

TOTAL 367 800 € HT

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

Local de travail

L'implantation sera en région parisienne. Soit à Ivry sur Seine, ou bien à Paris 13e.

Local de 120 m². Loyer mensuel à 1800 euros. Loyer total annuel: 21 600 euros.

Besoins en fonds en roulement pour une année d'exploitation, le consommable.

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12
Loyer	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800
Internet	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Electri	0	0	100	0	100	0	100	0	100	0	100	0
Petite publicité	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Cartouches encre	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Papier bureau	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Assurances	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
total	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300

Total général pour une année de besoins en fonds de roulement: 41,900 euros.

Besoins en fonds en roulement pour une année d'exploitation du personnel administratif.

[illegible]

TOTAL général sur 1 an:

Besoins en fonds en roulement pour une année d'exploitation du personnel + celui du PDG salaires nets mensuels.

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12
Journaliste 1	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Journaliste 2	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Journaliste 3	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Journaliste 4	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Journaliste 5	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Journaliste 6	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Journaliste 7	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Journaliste 8	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Journaliste 9	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Journaliste 10	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Maquettiste	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Rédac	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Sous Total	41500	41500	41500	41500	41500	41500	41500	41500	41500	41500	41500	41500
Commercial 1	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Commercial 2	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Comptable	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
PDG	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
TOTAL	53000	53000	53000	53000	53000	53000	53000	53000	53000	53000	53000	53000

TOTAL général sur 1 an: 636 000 euros

Stratégie marketing

Réseaux communication grande distribution.

Un plan crucial pour faire connaître le Journal est encore à définir. Nous pensons utiliser le câble et la télévision interne des centres commerciaux régionaux sans oublier la publicité internet dans un premier temps.

Le marché étant régional, le budget de lancement ne devrait pas être extraordinairement coûteux. Budget publicitaire consacré au lancement: 200 000 euros pour ce secteur de la grande distribution..

Nos deux commerciaux se chargeront de trouver des annonceurs locaux et régionaux qui compléteront la ou les régies publicitaires avec lesquelles nous auront signé un contrat par exemple, dans la presse écrite après avoir vérifié que les rendements seront bons. Ces commerciaux ont un salaire fixe de 2000 euros mensuel net avec un intéressement aux bénéfices.

Nous ferons appel à des régies publicitaires plus ambitieuses. La régie publicitaire Clear Channel est tout à fait approprié pour faire connaître le **Temps Digital** partout dans la rue et dans les halls de gare. Une publicité sur les autobus parisiens est idéal et séduira à coup certain un public citadin jeune actif. La régie publicitaire Clear Channel est tout à fait formidable et idéal.

Les jeunes actifs seront séduit par le message publicitaire, en particulier les cadres et les étudiants qui trouveront un écho favorable à cette campagne publicitaire de lancement qui leur est destiné puisque le **Temps Digital** n'a pas de support papier. Le magazine sera vendu en PDF par abonnement. Et les principales informations diffusées sur le site internet.



Le Temps Digital

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

Plan de financement initial

	Année 1	Année 2	Année 3
Les besoins de la société			
Les investissements :			
Frais d'établissement de la société			
Frais d'acquisition du fonds:			
Acquisition d'un fonds de commerce			
Honoraires avocats/conseil			
Droit au bail			
Acquisition immeuble/construction			
Travaux et aménagements :			
Travaux HT			
TVA sur travaux			
Matériels et véhicules			
Besoins courants			
Achat de stock			
Dépôt de garantie loyer			
BFR démarrage (détail ci-dessous)			
2 mois de loyer			
2 mois salaires + charges			
Total des besoins			
Ressources de la société			
Fonds propres:			
Capital versé			
Apports en compte courant d'associé			
(Subventions)			
Financements :			
Prêt d'honneur (apport)			
Financement bancaire			
Crédit bail			
Total des ressources			
Besoins des Ressources			

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

Compte de résultats prévisionnels

		Année 1	Année 2	Année 3
1	Vente de marchandises			
2	Prestations vendues			
A=1+2	Chiffre d'affaires			
3	Achats et approvisionnements			
B=A-3	Marge brute			
4	Loyers et charges locatives			
5	Honoraires et assurances			
6	Publicité et frais commerciaux			
7	Crédit bail			
8	Fournitures et autres charges externes (EDF, poste, téléphone)			
C= 4+5+6+7+8	Total			
D=B-C	Valeur ajoutée			
9	Salaires et charges sociales			
10	Impôts et taxes			
E= D-9-10	Excédents brut d'exploitation			
11	Dotation aux amortissements et provisions			
F= E-11	Résultat d'exploitation			
12	Frais financiers			
G= F-12	Résultat net avant impôt			
13	Impôts sur les sociétés			
H= G-13	Résultat net			
I=H+11	CAF			

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

Budget mensuel de trésorerie

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12
SOLDE DEBUT DE MOIS= S1												
ENCAISSEMENTS (recettes)												
Ventes au comptant												
A 30 jours												
A 60 jours												
A 90 jours et plus												
Acomptes perçus												
Rentrées hors exploitation (capital, emprunts, etc.)												
Total des encaissements = E												
DECAISSEMENTS (dépenses)												
Achats au comptant												
À 30 jours												
A 60 jours												
A 90 jours et plus												
TVA à payer												
Loyer												
Publicité												
Autres charges externes												
Salaires et charges sociales												
Impôts et taxes												
Frais financiers												
Remboursements d'emprunts												
Investissements												
Total des décaissements = D												
SOLDES DU MOIS SM =E-D												
SOLDES CUMULE SC=S1+SM												

Etude du contexte économique

Etat du marché et perspectives

Le marché est tout à fait excellent. La presse se porte très bien en France. Les français ont une frénésie d'informations, la presse papier coûte cher, ils vont beaucoup sur internet pour s'instruire, s'informer. Les ventes papiers de magazines spécialisées sont tout à fait excellente dans leur ensemble, en fonction des secteurs et des titres, certains titres sont épargnés par la crise comme la presse pour la jeunesse.

La presse internet se porte bien aussi, les revenus publicitaires ne sont pas suffisant, c'est la raison pour laquelle les abonnements permettent de combler le manque de revenus.

Le papier coûte cher. La main d'oeuvre aussi, sans oublier la distribution, les invendus, le gaspillage, la pollution, les grèves. Le fait de passer au tout numérique comme l'a fait France Soir est très judicieux. Les tablettes numériques permettent une lecture plus confortable du PDF et du site internet..

20 Minutes et Métro sont bien implantés en région parisienne.

Etat de la concurrence

Il y a une presse régionale vraiment très bien portante en région Ile de France. Il y a d'abord le quotidien le Parisien dont le business model est tout à fait excellent et absolument remarquable. Il y a ensuite une myriades de titres bien enracinés dans le terroir et le cœur des lecteurs sur l'ensemble de la région Ile de France, ils ont leur propre identité et une inertie commerciale extraordinairement puissante. La presse de province est invincible.

En étudiant bien la presse de province, celle-ci résiste beaucoup mieux aux crises que la presse nationale et c'est l'étude de celle-ci qui oriente notre parution, il est inutile de faire compliqué quand on peut faire simple, et tout doit rester simple, les lecteurs désirent savoir ce qui se passe chez eux plutôt qu'à l'étranger, car pour cela, ils peuvent compléter leur besoin d'information en achetant la presse nationale.

Savoir ce qui se passe dans le quartier, la ville, ouverture d'une crèche, d'un magasin, d'une représentation sportive ou culturelle passionne des lecteurs avides d'informations locales.



L . T . D

Cible de clientèle visée

C'est tout d'abord un lectorat âgé de 18 ans à plus de 60 ans. Des urbains et des agriculteurs, des étudiants des cadres, bref, la publication ratisse assez large en raison de sa vocation qui est tout de même fortement régionaliste, culturel très grand public.

La publication touche à la fois les citoyens et les agriculteurs, car il en existe encore en région parisienne, aux frontières des provinces. Il y a parmi ces agriculteurs de véritables entrepreneurs qui ne sont pas que des lecteurs, mais des acheteurs potentiels d'espaces publicitaires de notre publication.

Particuliers et annonceurs sont notre cœur de cible.

Positionnement des produits ou services proposé

Ils sont tout à fait excellent car c'est de la vente d'espace publicitaire pour les annonceurs et de la vente d'articles numériques pour les abonnés au journal numérique qui pourront acheter notre publication en PDF.

Vente du magazine en PDF

Le PDF sera vendu en pack abonnement. Les particuliers pourront diffuser des annonces emplois, ventes etc... Le PDF est très agréable à lire et à consulter rapidement, si nous le vendons au prix raisonnable de 25 centimes, nous aurons beaucoup d'abonnés. Le magazine PDF est aussi une régie publicitaire gigantesque.



Le Temps Digital

Facteurs de différenciation

Dans la forme et le contenu du magazine.

1er facteur

Ces facteurs en questions sont tout d'abord la vie politique française locale et nationale. Il y a un manque de communication à ce sujet là dessus, et quasi tous les politiciens élus ou non, ont un fort désir de s'adresser à la presse pour pouvoir s'exprimer, communiquer. au Journal, nous leur permettons cela, toutes les formations politiques de l'extrême gauche à l'extrême droite ont le droit de s'exprimer.

2e facteur

Il y a bien entendu le quotidien des gens, la vie de tous les jours, les transports, la vie de famille, la consommation, quelque part, ce Journal va un peu sublimer le quotidien qui est non pas terne et monotone mais bien vivant et formidable. Ce sont vraiment les deux facteurs de différenciation de l'entreprise.

3e facteur

Un autre facteur est la liberté de ton du journal de certains écrivains et journalistes sur des faits de société va apporter une touche littéraire qui a disparu de bon nombre de quotidiens pour une écriture infiniment trop lisse et normée, efficace certes pour transmettre très rapidement une information importante ou non style AFP ou Reuters; mais il manque aujourd'hui et plus que tout à la presse, ce côté spontané, le côté risque tout du journaliste qui n'a pas peur d'exprimer son opinion en s'engageant personnellement. De nombreux éditoriaux sont aujourd'hui anonyme en raison des risques de voir la foudre de certains lecteurs en colère s'abattre sur eux. Même le quotidien Le Monde est très fortement critiqué par ses lecteurs à un point que les journalistes de ce quotidien en sont très stupéfaits car ils apportent un soin infini à la qualité de leur information et même d'être le plus lisse possible.

Dans la forme commerciale

Abonnement au Temps Digital et vente en PDF du journal.

Objectifs à moyen terme

Deux objectifs:

Objectif 1

Nous désirons passer de deux commerciaux à une équipe commerciale d'au moins dix personnes qui se chargeront du développement économique du journal en assurant.....

Objectif 2

Nous aimerions lancer un quotidien sur Paris Ile de France un peu à l'image du New York Times vendu seulement 50 centimes grand maximum. Il se vendra beaucoup et nous pourrions rivaliser sans soucis avec le quotidien le Parisien.



L . T . D

La description détaillée du projet

Choix stratégiques:

Savoir-faire

Savoir-faire 1

L'entreprise de presse possède une stratégie financière imparable. La plupart des journaux et magazine sont créés uniquement par des écrivains et des journalistes, des idéalistes qui ne connaissent rien au business et à la comptabilité, ni même à l'ingénierie financière. Eet au bout de quelque mois ou d'un an d'activité, l'entreprise de presse qu'ils ont créé fait faillite, par un manque total d'esprit et de connaissances commerciales.

Xavier Jaffré a été formé au Love Money pour l'emploi et à été initié à l'ingenierie finanncière, ce qu'il a appris est réinvestit dans le projet, c'est le savoir-faire principal du Journal destiné à la pérénisation et au développement de l'entreprise, mais aussi à la pérénisation des emplois.

Savoir-faire 2

Il est écriturieriel essentiellement, c'est la connaissance spécialisée des secteurs biens définis constitués par les 5 thématiques du journal. Les journalistes et les écrivains du Journal sont qualifiés.



Le Temps Digital

Politique commerciale et politique de prix

Le magazine est imprimé sur du papier recyclé, il est vendu entre 50 centimes et 1 euro, la publicité et les annonces constituent la principale source économique.

- Vente d'espaces publicitaire pour les annonceurs
- Insertions d'annonces pour les particuliers



L . T . D

Moyens de prospections et de promotion

Prospection

Une équipe de commerciaux cherche des annonceurs à plein temps pour combler les espaces publicitaires du magazine.

Promotion

Affichage dans les rues pour un budget de 200 000 euros.

Commandes fermes enregistrées

la société étant seulement en création, il n'y a aucune commande ferme enregistrée tant de la part des lecteurs que des annonceurs.

Moyens mis en oeuvre:

Humains

Une petite logistique administrative s'occupe de toute l'intendance de l'entreprise de presse. Ce qui permet aux journalistes de pouvoir travailler pleinement sans se soucier des tracasseries administratives et commerciales.

De production

Création d'articles et d'une banque de données d'images.

De logistique et financiers

Un PDG, Un comptable, une équipe de commerciaux pour la partie administrative, financière et commerciale du Journal.

L'équipe d'une dizaine de journalistes pour le fonctionnement et l'alimentation du Journal.

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

Organisation choisie

Fonction de production

- Production d'articles par les journalistes.
- Ventes d'espaces publicitaires dans le magazine papier.

The logo consists of a solid red rectangle. Inside the rectangle, the text "Le Temps Digital" is written in a white, bold, serif font. The word "Le" is smaller and positioned to the left of "Temps", which is larger and more prominent. "Digital" follows "Temps" in the same font style.

Le Temps Digital

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

Marketing

200,000 euros pour la communication du journal sur supports multiples afin de le faire connaître auprès des lecteurs.

Finances et comptabilité

Un comptable effectue la facturation des salaires des journalistes du **Temps Digital** ainsi que de la gestion des rentes économiques de la régie publicitaire, sans oublier les abonnements des lecteurs.



L . T . D

Prospectus du projet *Le Temps Digital*

Prospection vente

Deux commerciaux permanents dans un premier temps. Il est possible de doubler les effectifs au bout d'un an ou même après 6 mois d'activités de l'entreprise.

La publication sera vendue certainement en kiosque et aussi sur le net en format PDF pour un tarif de 50 centimes, laquelle publication étant financée par la publicité.

Management et gestion des risques

Aucun risque à noter dans le management et la gestion des risques.

L.
T.
D.

Le Temps Digital

Le Temps Digital.
S.A

L.

T.

D.

Le Temps Digital