

01 / PRÉSENTATION

SIGMA Studios

Présentation, analyse du secteur, bilan des dépenses et business plan

Audiovisuel. Cinéma. Culture. Digital.

Une entreprise multimédia à 360°.

L'émotion se raconte.

www.sigmastudio.media

Notre ambition : devenir le partenaire n°1 de la captation de concerts en Côte d'Ivoire et un partenaire de référence des salons professionnels.

SIGMA - Société Ivoirienne de Gestion Multimédia et Audiovisuelle - est une entreprise de création et de production basée à Cocody Angré 8e tranche, à Abidjan. Fondée en mars 2024 par Ibrahim Fofana, elle réunit production audiovisuelle, cinéma, photographie, son, design graphique, motion design, web design et création de sites internet pour accompagner entreprises, institutions, médias et artistes.

La base construite	La prochaine étape
Un studio et des équipements déjà disponibles	Mieux utiliser les moyens et développer les ventes
Plus de 31 M FCFA de dépenses historiques déclarées	Prioriser les investissements utiles à l'activité
Des références et une expérience de plateau	Fidéliser les clients et structurer le suivi financier

Objet de ce document

Présenter ce qui a été réalisé, expliquer comment SIGMA gagne de l'argent et définir les moyens de sa progression. Ce business plan explique le marché à un lecteur non spécialiste et sert de base à l'accompagnement du projet.

Repères de lecture

Les dépenses passées proviennent des montants communiqués par le fondateur. Les chiffres d'affaires futurs et les charges du nouveau périmètre sont des hypothèses de travail. Le montant de l'accompagnement sera défini à partir des priorités et des devis ; aucun montant n'est imposé.

02 / LE SECTEUR

Quatre marchés complémentaires : image, culture et digital.

Le positionnement de SIGMA

La Société Ivoirienne de Gestion Multimédia et Audiovisuelle se développe dans les industries culturelles et créatives. Son périmètre associe l'audiovisuel, le cinéma, la culture et le digital. Son offre à 360° relie conception, production, postproduction et valorisation des contenus.

Marché	Activités et clients
Audiovisuel	Émissions, podcasts, films institutionnels, régie et captation ; télévisions, producteurs et entreprises
Cinéma	Tournage, lumière, son, montage et étalonnage ; réalisateurs, producteurs et distributeurs
Culture et spectacle vivant	Concerts, festivals, salons culturels, musique, répétition et archives ; artistes, promoteurs et institutions
Digital	Vidéos web, formats sociaux, design, animation et sites ; marques, créateurs et éditeurs de contenus

Comment l'argent circule

Un producteur, diffuseur, organisateur ou client finance un projet. Les équipes et studios assurent sa fabrication. Les salles, chaînes, plateformes et réseaux le rendent accessible au public. SIGMA peut vendre ses prestations à plusieurs étapes de cette chaîne, selon ses moyens et les contrats conclus.

Deux modèles à distinguer

La prestation est rémunérée pour des livrables définis. La production d'une œuvre propre ou coproduite mobilise un financement, des droits et une exploitation future plus incertaine. Le prévisionnel actuel porte sur les prestations ; aucune recette de billetterie, de vente de film ou de droits n'y est présumée.

03 / CHIFFRES DU SECTEUR

Lire la taille du marché avec les bons périmètres.

Chaque indicateur a un territoire, une date et une définition. Les montants ci-dessous ne s'additionnent pas.

Périmètre et date	Chiffre	Ce qu'il mesure
Afrique / cinéma et audiovisuel / étude UNESCO 2021 [S1]	5 Md USD de contribution au PIB ; 5 millions d'emplois	Estimation continentale historique ; contribution économique, pas CA des studios ni chiffre ivoirien
Côte d'Ivoire / Internet / T2 2026 [S2]	205,2 Md FCFA HT ; +29,1 % sur un an	Revenus d'accès Internet fixe et mobile ; contexte numérique, pas revenu des studios
Côte d'Ivoire / Internet mobile / juin 2026 [S2]	41,2 millions d'abonnements	Connexions déclarées ; plusieurs abonnements possibles par personne
Afrique du Sud / médias et divertissement / 2025 [S3]	16,6 Md USD	Revenus du périmètre large PwC ; comprend notamment la connectivité
Nigeria / médias et divertissement / horizon 2030 [S3]	5,3 Md USD ; +6,9 % par an	Projection PwC ; ni chiffre actuel ivoirien ni marché directement accessible à SIGMA

Ce que nous pouvons en conclure

Ces repères illustrent le poids des contenus et le développement de leur diffusion numérique. Aucun CA consolidé récent couvrant ensemble audiovisuel, cinéma, culture et digital en Côte d'Ivoire n'a été établi dans les sources retenues. Contribution au PIB, revenus de connectivité et recettes médias mesurent des réalités différentes.

Le prévisionnel de SIGMA est donc construit à partir de prestations vendables et de clients à conquérir, pas d'un pourcentage arbitraire de ces grands marchés.

04 / DEMANDE LOCALE

Des besoins différents, plusieurs portes d'entrée.

Clientèle cible	Besoin	Offre SIGMA
Diffuseurs et producteurs audiovisuels	Fabriquer émissions et contenus, renforcer les moyens de tournage	Réalisation broadcast, multicaméra, plateau et postproduction
Producteurs cinéma et réalisateurs	Préparer, tourner et finaliser les œuvres	Image, lumière, son et postproduction ; moyens à dimensionner par projet
Promoteurs, artistes et festivals	Valoriser et diffuser un spectacle	Captation de concerts, films, extraits et photographie
Organisateurs de salons et institutions culturelles	Documenter et prolonger la visibilité des événements	Captation, interviews, reportages et diffusion en direct
Entreprises et créateurs digitaux	Produire une présence régulière et cohérente	Films, podcasts, design, contenus web et formats sociaux

Le besoin auquel SIGMA répond

Un même projet peut mobiliser réalisateur, cadres, ingénieur du son, monteur, graphiste et diffuseur. L'offre 360° vise à assurer une continuité : un brief, une direction créative et un calendrier communs. Ce besoin commercial est une hypothèse à vérifier en rendez-vous, pas une enquête chiffrée auprès du marché.

Priorité commerciale proposée

Construire un socle de prestations récurrentes auprès des diffuseurs, entreprises et organisateurs ; développer la captation de concerts et de salons. Accompagner les producteurs cinéma sur devis, puis étudier les créations propres avec un financement et des droits distincts.

05 / TENDANCES

Les usages changent : la valeur se déplace.

Signal observé	Traduction commerciale pour SIGMA
Podcast vidéo : plus de 1 Md de spectateurs actifs mensuels sur YouTube en janvier 2025, au niveau mondial [S4]	Vendre un épisode filmé, son audio, ses extraits et ses visuels ; cela ne mesure pas la demande ivoirienne
Vidéo en streaming au Nigeria : croissance annuelle prévue de 20,4 % entre 2025 et 2030 selon PwC [S3]	Développer des œuvres et formats adaptables aux écrans et diffuseurs ; comparaison régionale, non taux de croissance ivoirien
MANCALA à Abidjan : 3 plateaux et capacité supérieure à 1 000 heures/an, annoncés le 20 octobre 2026 [S5]	Un environnement de production qui se professionnalise ; viser la qualité et la coopération, tout en tenant compte de la concurrence
IA et transformation de la création évoquées par PwC en octobre 2026 [S3]	Proposition SIGMA : accélérer transcription, dérushage et déclinaisons, avec validation humaine ; aucun gain de marge chiffré sans mesure

Les formats courts prolongent les formats longs

Les offres de production consultées incluent déjà des versions sociales et verticales [S6, S8]. Notre réponse : concevoir dès le départ le film principal et ses déclinaisons. Ce travail supplémentaire doit être budgété et limité par le devis.

Le choix stratégique

Organiser des séries de productions et des partenariats de saison : émissions, podcasts, concerts et contenus digitaux, avec suivi des livrables. La récurrence est un objectif de modèle économique, pas une tendance locale quantifiée dans ce dossier.

06 / CONCURRENCE

ABS, Hawkeye et ADESIS : trois repères prioritaires.

Acteurs signalés par le fondateur ; activités recoupées avec des sources publiques. Analyse non exhaustive, au 25 octobre 2026.

Acteur	Offre documentée	Concurrence pour SIGMA
ABS - African Broadcast Services [S9]	Multicaméra, ingénierie et intégration AV. Dans un entretien de 2020, la direction décrivait également régie, studio, lumière et son.	Prestations techniques et broadcast ; fiabilité des dispositifs et moyens mobilisés
Hawkeye Group [S10]	Production et postproduction ; accompagnement du scénario à la diffusion, montage, étalonnage, son et motion design.	Films, contenus corporate et événementiels ; qualité créative et finition
ADESIS Group [S11]	Captation et livestreaming, sonorisation, lumière, LED, interprétation, événements hybrides, films institutionnels et photo.	Conférences et événements d'entreprise ; coordination technique et offre intégrée

La place que SIGMA veut construire

Associer le savoir-faire broadcast d'Ibrahim Fofana à un studio existant et à un accompagnement 360° : conseil, identité visuelle, image, son, web et digital. Viser une relation suivie avec les entreprises, avec des offres lisibles, une direction créative cohérente et des livraisons fiables.

Ce qu'il faut démontrer pour gagner

Un portfolio convaincant, des devis adaptés au besoin, une équipe mobilisable et une exécution régulière. SIGMA ne prétend pas disposer d'un parc plus important ni de prix plus bas : ces comparaisons nécessiteraient des données vérifiées.

Autres repères du marché

Digit Communication, media+com et Pixl Studio restent des comparables sur le corporate et le 360° [S6-S8]. MANCALA / CANAL+ constitue un repère d'infrastructure de plateau [S5]. Aucun CA ni part de marché des concurrents n'est avancé faute de données financières comparables vérifiées.

07 / ÉCONOMIE DU SECTEUR

La croissance ne supprime pas les contraintes.

Facteur économique	Effet sur le business	Réponse de SIGMA
Budgets de projet et calendriers variables	Mois forts et mois creux ; besoin de trésorerie	Séries récurrentes, acomptes et planification
Matériel, locaux et logiciels à financer	Coûts fixes même entre deux productions	Mesurer les jours facturés et louer les espaces libres
Travail sur mesure	Révisions et journées additionnelles peuvent absorber la marge	Périmètre, validations et nombre de retours au devis
Équipes spécialisées à mobiliser	Capacité de production limitée par les compétences disponibles	Noyau organisé et réseau de renforts par projet
Dépendance aux plateformes et aux clients	Vues, signatures et encaissements ne sont pas garantis	Diversifier les comptes ; vendre une prestation avec livrables mesurables

Où se crée la rentabilité

Elle dépend du prix vendu, du temps mobilisé, des coûts directs et de l'utilisation du studio. Un matériel plus coûteux n'améliore la rentabilité que s'il permet de gagner des projets, de facturer davantage ou de réduire certains coûts.

Indicateurs à suivre

CA propre hors budgets tiers ; marge par projet ; jours de studio facturés ; coûts des renforts ; retours clients ; délais de livraison ; encaissements et récurrence. Cette grille est notre analyse de gestion, pas un benchmark statistique de l'industrie.

08 / OFFRE 360°

SIGMA Studios : une vision à 360°.

SIGMA - Société Ivoirienne de Gestion Multimédia et Audiovisuelle

SIGMA est une entreprise de communication et de création multimédia polyvalente, où les talents et les expertises se rencontrent pour donner vie aux idées. Ses pôles créatifs se complètent pour accompagner les projets, de la conception à la diffusion.

Pôle	Ce que le client reçoit	Modèle de vente
Conseil et conception	Objectifs, concept, ligne éditoriale, scénario et planning	Mission ou forfait intégré
Identité et design	Charte, visuels, affiches, présentations et habillage	Projet et déclinaisons
Image et broadcast	Photo, films, podcasts, émissions et multicaméra	Projet, épisode ou série
Son et postproduction	Montage, étalonnage, voix-off, mixage et animations	Livrables et options
Web design et digital	Conception visuelle et création de sites internet, publications et contenus digitaux	Projet et accompagnement régulier
Espaces et moyens	Studio et matériel ; répétition et formation à développer	Créneau, journée ou session

Exemple : accompagner un projet artistique

Préparer le concept visuel, photographier l'artiste, enregistrer une interview, capter son concert puis créer les extraits et visuels digitaux. Chaque livrable est chiffré ; les autorisations de captation et d'exploitation sont précisées avec le producteur.

Un interlocuteur, des compétences organisées

Films, émissions, podcasts, campagnes de marque, concerts, événements ou présence digitale : SIGMA mobilise les compétences artistiques et les moyens techniques adaptés à chaque projet, avec une même exigence de qualité et de cohérence. Ses moyens actuels sont complétés par des spécialistes partenaires selon les missions ; les espaces futurs restent à développer.

09 / IDENTITÉ ET PORTEUR

Un savoir-faire broadcast au service des entreprises.

Ibrahim Fofana | Fondateur et réalisateur

Chef réalisateur TV, formé à l'EICAR Paris, Ibrahim Fofana possède plus de 13 ans d'expérience de plateau. Son parcours comprend Life TV, la RTI, ainsi que des fonctions d'assistant réalisateur en France auprès de NRJ12 et Chérie 25. Ces expériences relèvent du parcours du fondateur et ne constituent pas toutes des contrats de SIGMA.

Programmes et événements du parcours professionnel

Willy à Midi, Le Grand Talk, Génération Icône, Dîner sans filtre, Life Weekend, C'Midi et Tempo ; réalisations au FEMUA et co-réalisation de Miss Côte d'Ivoire. Une expérience de réalisation mise au service de la qualité des productions SIGMA.

Clients cibles	Offres commercialisables
Entreprises, institutions et agences	Films corporate, interviews, contenus de marque
Marques et créateurs	Podcasts et séries de contenus déclinées pour le digital
Télévisions et organisateurs	Production multicaméra, régie, captation et streaming
Artistes et professionnels	Photo, répétition, enregistrement et postproduction
Producteurs indépendants	Location de studio et de matériel

Positionnement

Une qualité d'image soignée, une préparation rigoureuse et un interlocuteur capable de coordonner les étapes de production. Le premium doit se traduire dans les devis, les délais et les livrables, autant que dans les équipements.

10 / BILAN DES DÉPENSES DU FONDATEUR

Plus de 31 millions FCFA déjà engagés.

Déclaration du fondateur, actualisée le 25 octobre 2026. Montants communiqués par Ibrahim Fofana.

Poste historique	Montant déclaré
Régie, caméras et objectifs	5 000 000 FCFA
Reprise du bail	5 000 000 FCFA
Lumière	2 000 000 FCFA
Installation des décors	1 200 000 FCFA
Loyers : 300 000 FCFA × 36 mois	10 800 000 FCFA
Salaires cumulés	Plus de 4 000 000 FCFA
Informatique, disques durs, rail et stabilisateur	3 000 000 FCFA
TOTAL DES DÉPENSES ET INVESTISSEMENTS	Plus de 31 000 000 FCFA

Ce que ce bilan montre

Le studio repose sur un engagement financier personnel important : acquisition de moyens de production, installation et prise en charge de son fonctionnement. L'objectif est maintenant d'augmenter les recettes et de rendre l'activité plus régulière.

Lecture des montants

Total calculé sur les montants communiqués par Ibrahim Fofana. Les 3 M regroupent informatique, disques durs, rail et stabilisateur. Ces dépenses cumulées ne correspondent pas à la valeur actuelle de l'entreprise. Les dates des 36 mois de loyers restent à rapprocher de la date de création de SIGMA, en mars 2024.

11 / FONCTIONNEMENT

Comment SIGMA gagne de l'argent.

Activité	Facturation et clientèle
Production corporate	Films, interviews et contenus pour entreprises et institutions ; devis par projet
Podcasts	Épisodes ou séries ; tournage, montage et déclinaisons digitales
Captation et streaming	Forfait technique pour émissions, salons professionnels, conférences et concerts
Studio et matériel	Location de créneaux, journées et équipements
Photo et audio	Séances, portraits, voix-off et prestations de finition
Design, web et digital	Identité visuelle, web design, création de sites internet et contenus réguliers ; spécialistes selon la mission

Références et opportunités commerciales

VISA / Ecofin avec « Parlons Paiement » ; prestations et locations pour Life TV ; productions corporate et événementielles. Un contrat RTI à 1,2 M FCFA mensuel a été annoncé par le fondateur : sa durée et sa continuité doivent être précisées pour le prévisionnel.

Situation financière actuelle

L'ancien repère de charges était d'environ 1 M FCFA par mois. Il doit être actualisé après les changements d'organisation. Le CA annuel réalisé, les dépenses et la trésorerie restent à consolider. Les nouveaux montants de contrats et du tournage prévu figurent page 22 ; leur facturation et leur encaissement restent à préciser.

La priorité de gestion

Pour chaque prestation : suivre prix de vente, coûts de réalisation, acompte, solde et marge. Une prestation facturée n'est pas nécessairement encaissée. Les revenus personnels du fondateur sont séparés des recettes de SIGMA.

12 / VENTES PRÉVISIONNELLES

Un objectif construit à partir de ventes concrètes.

Scénario central de la première année du plan de développement : hypothèses de volume et de prix, non carnet de commandes.

Activité	Hypothèse annuelle	CA / M FCFA
Prestations TV / institutions	12 mois × 1,2 M, sous réserve du contrat RTI	14,40
Podcasts corporate	12 packs de 4 épisodes × 0,95 M	11,40
Films et contenus corporate	15 projets × 0,8 M	12,00
Captation et streaming	12 prestations × 0,6 M	7,20
Location studio	60 demi-journées × 0,1 M	6,00
Photo et audio	12 forfaits moyens × 0,25 M	3,00
Design, web et digital	12 forfaits moyens × 0,5 M	6,00
TOTAL ANNÉE 1	Moyenne mensuelle : 5 M FCFA	60,00

Conditions pour atteindre cette cible

Réaliser en moyenne un pack podcast, une captation et 1 à 2 projets corporate par mois ; vendre 5 demi-journées de studio mensuelles et, en moyenne, un forfait design/digital par mois. Les ventes digitales peuvent concerner plusieurs clients ou un accompagnement récurrent. Les facturations entre pôles ne sont pas comptées deux fois. Les prix sont des hypothèses de vente à confronter aux coûts directs et à l'acceptation client.

Plan commercial

Prioriser entreprises, agences et institutions. Construire un fichier de 100 comptes cibles ; viser 12 rendez-vous qualifiés et 6 propositions mensuelles. Suivre signatures, taux de conversion, acomptes et marge. Organiser les créneaux loués et les productions internes pour éviter les doubles réservations.

Le modèle inclut la ligne RTI une seule fois. Sa suppression ferait passer le CA de 60 à 45,6 M et l'excédent opérationnel de 12 à 3,36 M, à marge et charges fixes inchangées.

13 / PRÉVISIONS

Une trajectoire de croissance à exécuter.

M FCFA. A1 à A3 = trois exercices du plan de développement ; projection illustrative, hors historique.

Compte simplifié	A1	A2	A3
Chiffre d'affaires	60	84	108
Coûts directs de production (40 %)	24	33,6	43,2
Marge sur coûts directs (60 %)	36	50,4	64,8
Charges fixes décaissables	24	30	36
Excédent opérationnel simplifié	12	20,4	28,8
Marge opérationnelle	20 %	24,3 %	26,7 %

Hypothèses de fonctionnement

Coûts directs : renforts de tournage, transport, consommables et locations complémentaires.

Charges fixes A1 : 2 M/mois, comprenant 1,1 M d'équipe et direction, 0,35 M de loyer, 0,2 M d'énergie/internet, 0,2 M de maintenance/assurance/logiciels et 0,15 M d'administration. Montants budgétaires à valider, sans double comptage des prestations externes.

Lecture de la rentabilité

Seuil opérationnel A1 : $24 \text{ M} \div 60 \% = 40 \text{ M/an}$, soit 3,33 M/mois. La hausse visée de CA est de 40 % en A2, puis 28,6 % en A3, via davantage de clients récurrents et d'utilisation du studio ; elle ne résulte pas de contrats déjà signés.

L'excédent présenté est avant amortissements, intérêts et impôts. Il ne constitue ni le bénéfice net ni la trésorerie distribuable. Le cumul A1-A3 atteint 61,2 M dans ce scénario ; aucun rendement sur investissement ne peut être calculé avant fixation du budget et du financement. Un bilan et un plan de trésorerie mensuel restent nécessaires.

14 / PREMIÈRE ANNÉE

Une montée en charge progressive.

Scénario central : 60 M FCFA sur la première année du plan. Répartition illustrative à ajuster aux signatures.

Période	CA visé	Moyenne / mois	Priorité
Trimestre 1	9 M	3 M	Relancer les clients, packager les offres et organiser le planning
Trimestre 2	13,5 M	4,5 M	Signer des séries et développer les locations
Trimestre 3	16,5 M	5,5 M	Augmenter les projets corporate et la fidélisation
Trimestre 4	21 M	7 M	Consolider les comptes récurrents et les événements
TOTAL	60 M	5 M	Objectif annuel du scénario central

Tester le modèle avant d'accélérer

Scénario annuel	CA	Marge directe	Charges fixes	Excédent*
Prudent	42 M	55 %	24 M	-0,9 M
Central	60 M	60 %	24 M	12 M
Dynamique	78 M	60 %	27 M	19,8 M

* Avant amortissements, intérêts et impôts. Ces scénarios mesurent une sensibilité, pas un rendement garanti. Une activité insuffisante peut laisser les charges fixes non couvertes.

Maîtriser les encaissements

Prévoir des acomptes et un suivi des soldes ; adapter les renforts au calendrier des projets ; conserver une réserve de trésorerie. Les achats et travaux ne sont pas déduits dans ce tableau d'exploitation : leur calendrier sera intégré au plan de trésorerie une fois les devis obtenus.

15 / PROGRESSION

L'accompagnement attendu et les prochaines étapes.

Une ambition : un pôle audiovisuel, cinéma, culture et digital

À terme : un plateau équipé, une régie professionnelle, une postproduction performante, des espaces d'enregistrement et de mixage, une salle de répétition et un espace de formation. Ces développements se feront par étapes, selon leur coût et la demande réelle.

Priorité	Apport à l'activité
1. Stabiliser le fonctionnement	Actualiser les charges, suivre les encaissements, planifier les productions
2. Développer les ventes	Prospecter entreprises et agences ; vendre des séries de contenus
3. Développer les salons et concerts	Prospecter organisateurs et promoteurs ; chiffrer régie, image, son et transmission
4. Aménager les espaces complémentaires	Évaluer répétition, son et formation ; commencer par la demande la mieux établie

Le rôle de l'accompagnateur

Aider à hiérarchiser les besoins, structurer la gestion, ouvrir des contacts commerciaux et mobiliser les moyens utiles à la progression. Le montant et les modalités de l'aide seront discutés sur la base d'un budget détaillé.

Les informations à compléter

Recettes réelles par mois ; charges actuelles ; trésorerie et dettes éventuelles ; durée des contrats ; devis des équipements et travaux. Ces éléments permettront de remplacer progressivement les hypothèses par un plan chiffré plus précis.

Suivi simple

Chaque mois : recettes facturées, encaissements, dépenses, marge par projet, commandes signées et trésorerie disponible. Sources internes : déclarations du fondateur, bilan SIGMA de septembre 2026 et brochure d'octobre 2026. Prévisions de travail ; les nouveaux services digitaux et leurs coûts restent à valider commercialement.

16 / HYPOTHÈSES DE CROISSANCE

D'où viennent les 84 et 108 millions visés ?

M FCFA de CA propre. Objectifs commerciaux, non commandes acquises. Les tarifs sont des hypothèses de travail.

Activité	A1	A2	A3
TV / institutions : 1,2 M par mois	14,4	14,4	14,4
Podcasts : packs à 0,95 M	11,4	17,1	22,8
Corporate : projets à 0,8 M	12	16,8	21,6
Captation : prestations à 0,6 M	7,2	10,8	14,4
Studio : demi-journées à 0,1 M	6	9,6	12
Photo / audio : forfaits à 0,25 M	3	4,5	6
Design / web / digital	6	10,8	16,8
TOTAL	60	84	108

Volumes correspondants

A1 / A2 / A3 : 12 / 18 / 24 packs podcast ; 15 / 21 / 27 projets corporate ; 12 / 18 / 24 captations ; 60 / 96 / 120 demi-journées louées ; 12 / 18 / 24 forfaits photo/audio. Design/digital : recettes mensuelles moyennes de 0,5 / 0,9 / 1,4 M. La ligne TV suppose 12 mois à 1,2 M chaque année, à confirmer.

Vérifier la capacité avant de vendre

Le pack podcast de référence utilise deux jours de tournage. En A1, 12 packs consomment ainsi 24 jours, auxquels s'ajoutent montage et déclinaisons. Le planning doit préserver 30 jours équivalents de location et prévoir les autres projets. Les coûts des spécialistes web/design et des renforts sont inclus dans l'hypothèse de coûts directs de 40 %, à vérifier par devis.

La répétition et la formation n'ont pas de revenus autonomes dans ce scénario. Leur ouverture nécessitera un budget et un modèle dédiés. Les recettes publicitaires de plateformes et les achats d'espace pour compte de tiers ne sont pas utilisés pour gonfler le prévisionnel.

17 / SALONS ET CONCERTS

Faire de SIGMA une référence de la captation live.

Ambition : devenir le partenaire n°1 de la captation de concerts en Côte d'Ivoire. Une position à construire par les réalisations et la fidélisation.

Salons professionnels : couvrir, diffuser, prolonger

Accompagner les organisateurs de salons, les institutions et les exposants : captation des plénières, diffusion sur écrans et en ligne, interviews, reportages de stands, photos et film bilan. Les livrables rapides prolongent la visibilité de l'événement et préparent sa prochaine édition.

Concerts : restituer le spectacle et son émotion

Proposer aux promoteurs, artistes, festivals et producteurs une réalisation multicaméra préparée : repérage, conducteur, axes caméra, plans de scène et public, coordination avec la régie du spectacle, enregistrement du programme et des sources, puis montage et extraits adaptés aux supports convenus.

Offre à commercialiser	Contenu principal
Captation essentielle	Dispositif défini selon la scène ; programme enregistré et film final
Concert live et diffusion	Réalisation, habillage, diffusion écrans/Internet et enregistrement de secours
Partenariat de saison	Calendrier de concerts ou de salons, dispositif récurrent, livrables et conditions convenus

Construire la place de partenaire privilégié

Créer une bande démo dédiée ; rencontrer promoteurs, salles et organisateurs ; réaliser des premières références documentées ; proposer des accords récurrents. Mesurer les événements signés, la marge, les incidents, les délais de livraison et les renouvellements. Le leadership est un objectif, pas une part de marché déjà acquise.

Moyens et économie

Régie et caméras adaptées, optiques, intercom, enregistrements séparés, reprise audio dédiée, alimentations et transmission de secours. Prévoir les droits de captation/diffusion avec le producteur. Les grandes scènes seront chiffrées sur devis ; l'hypothèse existante de 0,6 M par captation n'est pas un tarif de grand concert. Aucun CA supplémentaire n'est ajouté sans volume, budget et capacité validés.

18 / SOURCES DU MARCHÉ

Sources et définitions : les chiffres doivent rester comparables.

Sources publiques consultées le 25 octobre 2026 ; détails internes issus des déclarations du fondateur.

[S1] Cinéma et audiovisuel en Afrique

UNESCO, The African Film Industry, étude 2021 ; présentation publiée le 12 avril 2022 et actualisée le 20 avril 2023. Estimations : 5 millions d'emplois et 5 Md USD de contribution au PIB du continent. Cette contribution n'est pas un chiffre d'affaires. L'estimation de potentiel de l'étude n'est pas présentée comme un revenu acquis.

Présentation officielle de l'étude UNESCO

[S2] Internet en Côte d'Ivoire

ARTCI, Statistiques du marché des télécommunications, T2 2026, résumé et p. 18-20. Revenus Internet sur le trimestre ; abonnements au 30 juin. Ce secteur fournit l'accès aux contenus ; il ne constitue pas le marché de la production audiovisuelle.

Rapport ARTCI T2 2026

[S3] Médias et divertissement : comparaisons africaines

PwC, Africa Entertainment and Media Outlook 2026-2030, communiqué du 13 octobre 2026. Étude portant sur Afrique du Sud, Kenya et Nigeria. Les prévisions 2030 et les taux annuels ne sont pas extrapolés à la Côte d'Ivoire. Le périmètre large intègre la connectivité.

Communiqué et résultats PwC

[S4] Podcasts vidéo : indicateur mondial

YouTube, annonce du 26 février 2025 : plus de 1 milliard de spectateurs actifs mensuels de contenus podcast, en janvier 2025. Un indicateur d'usage de la plateforme, pas un CA du secteur ni une mesure locale.

Annonce officielle YouTube

19 / SOURCES CONCURRENTIELLES

Acteurs étudiés et limites de l'analyse.

[S5] MANCALA / CANAL+

Communiqué du 20 octobre 2026 : inauguration à Abidjan, trois plateaux et capacité de plus de 1 000 heures/an. L'accès annoncé inclut producteurs externes, diffuseurs, agences, institutions et entreprises. Il s'agit d'une capacité déclarée, pas d'une production annuelle effectivement réalisée.

Communiqué officiel CANAL+

[S6] Digit Communication

Page de production vidéo : films corporate, publicité, photographie, motion design, déclinaisons sociales ; autres services conseil, digital et événementiel présentés sur le site.

Offres publiques Digit Communication

[S7] media+com

Page services : conseil, communication digitale, design, audiovisuel, web et événementiel. Recoupement direct avec le positionnement 360° proposé pour SIGMA.

Offres publiques media+com

[S8] Pixl Studio

Page production vidéo : films corporate, spots publicitaires, formats sociaux, motion design et couverture événementielle. Les statistiques marketing non sourcées de cette page ne sont pas reprises.

Offres publiques Pixl Studio

Méthode

Analyse documentaire, non étude exhaustive du marché ni enquête tarifaire. Les observations concurrentielles décrivent les offres annoncées, sans audit de leurs capacités. Les recommandations et hypothèses commerciales sont propres à ce business plan. Le financement du développement et les comptes historiques consolidés restent à compléter.

20 / SOURCES COMPLÉMENTAIRES

ABS, Hawkeye Group et ADESIS Group.

[S9] ABS - African Broadcast Services

Entretien avec Fatoumata Fofana Bastard publié par Adweknow le 24 février 2020 : présentation des prestations techniques de l'entreprise par sa direction. L'annuaire Go Africa Online mentionne les services multicaméra, l'ingénierie, l'intégration AV et la formation. Les projets d'infrastructure annoncés en 2020 ne sont pas présentés comme des capacités actuelles confirmées.

Entretien de la direction ABS - Adweknow
Fiche ABS - Go Africa Online

[S10] Hawkeye Group

Site officiel, présentation de l'agence et de son processus : scénario, tournage, montage, design sonore, étalonnage, animation et livraison. L'orthographe Hawkeye Group est celle du site consulté. Les affirmations promotionnelles de supériorité ne sont pas reprises.

Site officiel Hawkeye Group

[S11] ADESIS Group

Site officiel : captation multicaméra et diffusion en direct, sonorisation, interprétation, LED, éclairage, webinaires et formats hybrides, films institutionnels et photographie. Les services sont ceux annoncés par l'entreprise ; les capacités n'ont pas fait l'objet d'un audit.

Site officiel ADESIS Group

Lecture stratégique

Les recoupements concurrentiels et la réponse proposée pour SIGMA constituent notre analyse. Ils ne supposent aucun partenariat existant avec ces acteurs et ne permettent pas d'estimer leur chiffre d'affaires. Consultation : 25 octobre 2026.

21 / NOTES ET CONTACT

Pour lire les chiffres et découvrir SIGMA.

Notes de lecture

Terme	Définition dans ce dossier
Chiffre d'affaires (CA)	Valeur des prestations vendues sur une période ; distincte des encaissements
Dépenses historiques	Montants cumulés communiqués par le fondateur ; ce total n'est pas une valorisation
Coûts directs	Dépenses liées aux projets : renforts, déplacements, locations et prestations spécialisées
Charges fixes	Coûts de fonctionnement supportés même lorsque le planning est peu rempli
Excédent opérationnel simplifié	CA moins coûts directs et charges fixes ; avant amortissements, intérêts et impôts
Prévision et scénario	Hypothèse de travail pour organiser l'activité ; ne correspond pas à un contrat signé
Broadcast et 360°	Broadcast : réalisation pour diffusion professionnelle. 360° : coordination du conseil, de la création, de la production et du digital

Sources et hypothèses

Les renvois [S1] à [S11] identifient les sources du secteur et des concurrents, regroupées pages 18 à 20. Les données internes proviennent des déclarations d'Ibrahim Fofana et des documents SIGMA. Le CA historique consolidé et le budget des futurs investissements restent à compléter.

SIGMA Studios | Ibrahim Fofana

Société Ivoirienne de Gestion Multimédia et Audiovisuelle
Cocody Angré 8e tranche, Abidjan, Côte d'Ivoire
Téléphone / WhatsApp : (+225) 01 43 460 303

Site : www.sigmastudio.media

Découvrir les services | [Page contact](#)

Adresse du site et téléphone recoupés avec les pages publiques SIGMA consultées le 25 octobre 2026. Le site présente les offres commerciales ; les capacités futures du business plan restent à distinguer des moyens effectivement disponibles.

22 / CONTRATS ET PROCHAINES PRODUCTIONS

Des références commerciales désormais chiffrées.

Montants communiqués par Ibrahim Fofana le 25 octobre 2026. Calendrier, livraisons et règlements à préciser.

Client / projet	Base de calcul	Montant	Statut communiqué
Yelios Africa - podcast	10 épisodes × 150 000 FCFA	1 500 000 FCFA	Contrat annoncé pour 10 épisodes
VISA - podcast	5 épisodes × 1 000 000 FCFA	5 000 000 FCFA	Contrat signé pour 5 épisodes
Jumia - prochain tournage	Prestation à venir	380 000 FCFA	Tournage prévu ; signature non précisée

6 500 000 FCFA de valeur contractuelle déclarée

Les séries Yelios Africa et VISA représentent ensemble 15 épisodes et une valeur de 6,5 M FCFA. En ajoutant le tournage Jumia prévu, le volume commercial identifié atteint 6,88 M FCFA. Jumia est présenté séparément des contrats, en l'absence de confirmation de signature.

Ce que cela apporte au projet

Ces références illustrent la vente de séries de contenus et de productions pour des marques. Elles donnent une base concrète pour développer des clients récurrents. Elles ne démontrent pas à elles seules un renouvellement annuel des contrats ni une marge identique entre clients.

Rattachement au chiffre d'affaires

Ces montants ne sont pas présentés comme encaissés ni automatiquement comme un CA réalisé sur l'exercice. Le calendrier d'exécution, les factures, les acomptes et les soldes permettront de les rattacher à la bonne période. Les 60 M FCFA du scénario A1 restent un objectif global : les contrats seront inclus dans les lignes concernées selon leur calendrier, sans être ajoutés une seconde fois.

Coûts et suivi par épisode

Les tarifs de 150 000 FCFA pour Yelios Africa et de 1 000 000 FCFA pour VISA peuvent correspondre à des prestations différentes. Les comparer exige de préciser les livrables, le décor, les jours de tournage et la postproduction. Suivre pour chaque série : facturation, encaissements, dépenses directes et marge.