

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail - Patrie

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT
SUPERIEUR

UNIVERSITE DE YAOUNDE II SOA

ECOLE SUPERIEURE DES SCIENCES ET
TECHNIQUES DE L'INFORMATION ET DE
LA COMMUNICATION (ESSTIC)



REPUBLIC OF CAMEROON

Peace - Work - Fatherland

MINISTRY OF HIGHER EDUCATION

UNIVERSITY OF YAOUNDE II SOA

ADVANCED SCHOOL OF MASS
COMMUNICATION (ASMAC)

REALISATION PROFESSIONNELLE

PROJET RÉALISÉ À LA MAIRIE DE YAOUNDÉ 4

Réalisation professionnelle présenté en vue de l'obtention de la Licence en
Sciences et Techniques de l'Information et de la communication

Filière : **Communication des organisations III**

Par :

ZAMBO BIYIDI Raphaël William Damase

Matricule : 18C0019-R

Année académique 2021 – 2022

SOMMAIRE

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	I
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION ET ORGANISATION DE LA COMMUNE D'ARRONDISSEMENT DE YAOUNDE IV	1
SECTION 1 : PRESENTATION.....	1
SECTION 2 : ORGANISATION	3
SECTION 3 : LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS DE LA CAY 4.....	6
DEUXIEME PARTIE : DIAGNOSTIC DE LA COMMUNICATION.....	10
SECTION 1 : CADRE METHODOLOGIQUE DE L'AUDIT DE COMMUNICATION.....	11
SECTION 2 : ANALYSE DIAGNOSTIC	12
TROISIEME PARTIE : APPROCHE DE RESOLUTION DU PROBLEME	21
SECTION 2 : LES MOYENS ET LES SUPPORTS DE COMMUNICATION SUSCEPTIBLES DE RESOUDRE LE PROBLEME DE COMMUNICATION	24
SECTION 3 : PRESENTATION ET FICHES TECHNIQUES DES SUPPORTS DE COMMUNICATION CHOISIS.....	26
QUATRIEME PARTIE : PHASE OPERATIONNELLE	29
I. BUDGET DU PROJET DE COMMUNICATION	30
CONCLUSION.....	31
ANNEXES.....	33
I. CONNAISSANCE DE L'ENQUETE.....	33
II. CONNAISSANCE DU SUJET.....	34

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

- **CAY 4** ou IV : Commune d'Arrondissement de Yaoundé de 4 ou IV
- **CNPS** : Caisse Nationale de Prévoyance Sociale
- **CTD** : Collectivités Territoriales Décentralisées
- **ESSTIC** : Ecole Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication
- **FD** : fondé de pouvoir
- **FEICOM** : Fonds Spécial d'Équipement et d'Intervention Intercommunale
- **OMINDDEVEL** : Ministère de la Décentralisation et du Développement Local
- **MINDUH** : Ministère du Développement Urbain et de l'Habitat
- **RDPC** : Rassemblement Démocratique du Peuple Camerounais
- **SAG** : Service des Affaires Générales
- **SASS** : Service des Affaires Sociales et Sanitaires
- **SCOP** : Service de la Coopération décentralisée et des Partenariats
- **SDDL** : Service de la Décentralisation et du Développement Local
- **SEQN** : Service de l'environnement et des Quartiers Neufs
- **SERCOM** : Service de la Communication
- **SG** : Secrétariat Général
- **SGTVP** : Service des Grands Travaux et des Voiries Principales
- **SHS** : Service Hygiène et Salubrité
- **SOC** : Service d'Ordre et du Courrier
- **SRH** : Service des Ressource Humaines

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Dans le cadre de nos travaux de fin de formation, nous étudiants sommes appelés à présenter un projet professionnel réaliser sur l'organisation de notre choix. Cet exercice a pour objectif de préparer les étudiants aux conditions spécifiques des métiers de la communication et d'évaluer les compétences et les connaissances acquises lors des leurs trois années d'apprentissage.

Ainsi, il sera question pour nous d'effectuer un diagnostic destiné à relever un problème de communication au sein de la mairie de Yaoundé IV et de proposer des pistes palliatives au problème décelé, notamment à travers la production de deux supports de communication adaptés.

Le présent document, met en exergue avec exhaustivité le cheminement de nos travaux effectués sur la commune d'arrondissement de Yaoundé IV. De ce fait, il sera axé sur la présentation de la structure, l'analyse diagnostic communicationnel visant à déceler un problème de communication, la stratégie de communication, la présentation des supports réalisés susceptibles de résoudre le problème de communication, le plan de communication, le plan de distribution et l'élaboration du budget.

PREMIERE PARTIE : PRESENTATION ET ORGANISATION DE LA COMMUNE D'ARRONDISSEMENT DE YAOUNDE IV

SECTION I : PRESENTATION

1. Historique

La Commune d'Arrondissement de Yaoundé 4 (CAY4) a été créée en 1987 suite au décret présidentiel N°87/1365 du 24 septembre 1987 portant création de la Communauté Urbaine de Yaoundé. Se trouvant au quartier Nkondengui, elle ne commencera à fonctionner qu'en 1988 sous la direction de M. AWOUMOU Boniface. Ensuite, ce siège sera délocalisé pour le quartier Ekounou avec la construction d'un hôtel de ville entre le laboratoire de génie civil et le Lycée Bilingue d'Ekounou. A l'origine, elle a été créée sous l'appellation de Yaoundé IVème. Ce nom va connaître plusieurs changements notamment Commune Urbaine de Yaoundé IVème par le décret N°93/321 du 25 décembre 1993 puis comme Commune d'Arrondissement de Yaoundé IV à nos jours.

Fiche signalétique de CAY 4


Raison sociale	Commune d'Arrondissement de Yaoundé 4
Logotype	
Date de création	1987
Secteur d'activité	Développement local
Maire	M. Gabriel BIHINA EFFILA
Siège social	Ekounou
Nombre d'employés	315 environ
Budget	2.000.000.000 de FCFA environ
Type de commune	Commune d'Arrondissement
Nombre d'habitants	900.000
Adresses	Tel : 696 755 175/ 699 091 170

Tableau 1 : fiche signalétique de la commune d'arrondissement de Yaoundé IV

Source : auteur du document

2. Missions

Selon la loi N°2004/018 du 22 juillet 2004 fixant les règles applicables aux communes, la Commune d'Arrondissement de Yaoundé IV a pour principales missions le développement local, l'amélioration du mode et des conditions de vie de ses habitants. A ce titre, elle est chargée :

- D'assurer le développement économique de ses populations et de son territoire ;
- D'assurer le développement sanitaire et social de ses populations et de son territoire ;
- D'assurer le développement sportif, éducatif et culturel de ses populations et de son territoire ;
- De réguler l'ensemble des activités politique et administratives de son territoire ;
- D'assurer la vie harmonieuse et la coordination dans l'ensemble des services municipaux ;
- D'évaluer les besoins et assurer le bon fonctionnement de la commune.

SECTION 2 : ORGANISATION

La Commune d'Arrondissement de Yaoundé IV est structurée de façon diverses pour assurer les missions qui lui sont dévolues. On distingue :

1. Le Conseil Municipal

Encore appelé organe délibérant ou de délibération, il est issu d'une élection nationale à la CAY IV et est la courroie de transmission entre l'Exécutif Municipal et la population. Il compte 61 Conseillers Municipaux et est chargé :

- a. D'élire le Maire et ses Adjoints et de désigner les grands conseillers ;

-
- b. De voter sur convocation du Maire les budgets, les comptes et les délibérations nécessaires pour le bon fonctionnement de la Commune.

2. L'Exécutif Communal

C'est l'organe dirigeant d'une Commune. Il définit la politique, les plans d'action de celle-ci et les plans de campagne. Il est constitué :

- c. D'un Chef de l'Exécutif qui est le Maire : Monsieur BIHINA EFFILA Gabriel ;
- d. Et de ses six (6) adjoints : M. Alexandre Thomas ESSOMBA (1^{er} adjoint),

M. Jacques Gabriel Serge AMOUGOU (2^{ème} adjoint), M. Richard PENDA KEBA (3^{ème} adjoint), M. Lucien NANGA (4^{ème} adjoint), Mme Monique MIMBOE (5^{ème} adjoint) et M. Etienne Patrick MOUOMBI (6^{ème} adjoint).

3. Les services rencontrés

a) Les Services directement rattachés au Maire

- Le Cabinet du Maire
- Le Service d'Ordre et du Courrier (SOC)
- Le Secrétariat Particulier (SP)
- Le Service de la Communication (SERCOM)
- Le Service de la Police Municipale (SPM)
- Le Service de la Comptabilité-Matières (SCM)

b) Le Secrétariat Général (SG)

- Le secrétariat du secrétaire général
- Le Service de la Coopération Décentralisée et des Partenariats (SCOP)
- Le Service des Ressources Humaines (SRH)
- Le Service de la Réglementation et du Contentieux (SRC)

c) Les Services Opérationnels

- Le Service des Affaires Générales (SAG)
- La Cellule de l'Informatique et de l'Archivage (CIA)
- Le Service de l'Etat-Civil et de la Démographie (SECD)
- Le Service Economique et Financier (SEFI)
- Le Service de l'Environnement et des Quartiers Neufs (SEQN) Placé
- Le Service de l'Assiette Fiscale (SAF)
- Le Service des Grands Travaux et des Voiries Principales (SGTVP)
- Le Service Hygiène et Salubrité (SHS)
- Le Service des Affaires Sociales et Sanitaires (SASS)
- Le Service des Affaires Juridiques (SAJ)

-
- Le Service du Contrôleur Financier (SCF)

d) Le Receveur Municipal (RM)

e) Le Fondé du Pouvoir (adjoint du receveur municipal)

La CAY 4 compte également les services ci-après,

- Du Service de la Comptabilité et Caisse (SCC)
- Du Service du Patrimoine et des Affaires Foncières (SPAF)
- Du Service du contrôle de Gestion et de l'Audit Interne (SCGAI)
- Du Service du Recouvrement et du Fichier des Contribuables (SRFC)
- Du Service de la Décentralisation et du Développement local (SDDL)
- Du Service de la Préparation, du Suivi et de l'Elaboration du Budget (SPSEB)

SECTION 3 : LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS DE LA CAY 4

1. Le fond spécial d'équipement et d'intervention intercommunal (FEICOM)

Le FEICOM est un Etablissement Public Administratif (EPA) doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière. Il a été créé par la loi n°74/23 du 5 décembre 1974 portant organisation communale et rendu opérationnel en 1977. Réorganisé le 11 Décembre 2000 et le 31 mai 2006 par décret Présidentiel, le FEICOM apporte une assistance financière et technique aux collectivités décentralisées (CTD) ; dans le but de favoriser leur développement économique social et culturel. L'organisme a été instauré en 2005 sur décision des pouvoirs publics, ce qui a permis entre autres, de renforcer son implication dans la mise en

œuvre de la décentralisation, notamment en ce qui concerne le concept « mise à niveau des collectivités territoriales décentralisées ».

Selon la loi N° 74/23 du 5 Décembre 1974, portant organisation Communale, notamment en son article 2, le FEICOM exécute les missions de développement que l'Etat lui a assignées à savoir :

- L'entraide des communes par les contributions de solidarité et les avances de trésorerie dans la limite des crédits prévus à cet effet ;
- Le financement des travaux d'investissement communaux et intercommunaux ;
- La couverture des frais relatif à la formation du personnel communal et du personnel d'Etat civil ;
- La centralisation et la redistribution des Centimes Additionnels Communaux et autres impôts communaux soumis à la Péréquation (redevance forestière annuelle, Droits de timbre automobile, droit de timbre sur la publicité et taxe de développement local) ;
- L'intermédiation financière internationale à travers la coopération Internationale.

2. Le centre de formation pour l'administration municipale (CEFAM)

Le Centre de Formation pour l'Administration Municipale est un organe créé par le Chef de l'Etat pour répondre aux exigences de la décentralisation et former ainsi le personnel Communal en service dans les communes et le personnel appelé à y exercer. L'entrée à ce centre se fait sous concours au mois d'Août et après tous les 2 ans. La formation s'étend sur 2 ans et est couronnée soit par un Diplôme ou alors par une Attestation de fin de formation selon la mention obtenue. Ce centre dispose de 02 branches principales de formation :

- L'Administration Générale : il s'agit ici de la branche qui forme les Secrétaires Généraux des communes ;

- Les Finances Locales : ils ont pour mission de former les futurs receveurs municipaux.

3. Ministère du Développement Urbain et de l'Habitat

Le MINDUH est responsable de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique du gouvernement en matière d'habitat et de développement urbain. A ce titre il est chargé de :

- L'élaboration et la mise en œuvre d'un plan d'amélioration de l'habitat, tant en milieu urbain qu'en milieu rural ;
- La mise en œuvre de la politique d'habitat social ;
- Du suivi de l'application des normes en matière d'habitat ;
- L'élaboration et du suivi de la mise en œuvre des stratégies d'aménagement et de restructuration des villes en relation avec les administrations concernées ;
- De la planification et du contrôle du développement des villes.

4. Le Ministère de la Décentralisation et du Développement Local

Créé à la faveur du décret présidentiel N°2018/190 du 02 mars 2018, modifiant et complétant certaines dispositions du décret n°2011/408 du 09 décembre 2011 portant organisation du gouvernement, le MINDDEVEL a pour missions :

- L'élaboration de la législation et de la réglementation relatives à l'organisation et au fonctionnement des Collectivités Territoriales Décentralisées ;
- Le suivi et le contrôle des Collectivités Territoriales Décentralisées ;
- L'application de la législation et de la réglementation sur l'état civil ;
- Sous l'autorité du Président de la République, l'exercice de la tutelle de l'Etat sur les Collectivités Territoriales Décentralisées ;

- L'élaboration, le suivi, la mise en œuvre et l'évaluation de la politique du gouvernement en matière de décentralisation ainsi que de la promotion de développement local.

DEUXIEME PARTIE : DIAGNOSTIC DE LA COMMUNICATION

SECTION 1 : CADRE METHODOLOGIQUE DE L'AUDIT DE COMMUNICATION

1. Contexte et objectif de l'audit de communication

Nous avons effectué un diagnostic de la communication de la commune d'arrondissement de Yaoundé IV en vue d'évaluer sa situation communicationnelle. Cette analyse a été faite en externe et avait pour objectif :

- **L'évaluation du degré de notoriété des activités de la commune d'arrondissement de Yaoundé IV.**

2. Cible de l'étude

La cible de communication se présente comme étant une personne physique ou morale que l'on souhaite atteindre par les messages de notre campagne de communication. Ainsi, dans le cadre de notre diagnostic de communication, notre étude vise :

- **Les populations de la municipalité :** ils résident dans les 65 quartiers appartenant à la CAY 4.

3. Justification du choix de la cible

Nous avons choisi comme cible de notre étude « **les populations de la municipalité** » parce qu'ils sont les principaux bénéficiaires du développement de la commune. En outre, ils constituent la raison d'être de la commune.

4. Orientation méthodologique

Pour mener à bien notre étude, nous procéderons par une recherche documentaire pour s'acquérir de ce qui a déjà été fait en terme de communication et par administration du questionnaire au public cible pour avoir des données statistiques qui nous orienterons dans la prise de décisions stratégiques.

SECTION 2 : ANALYSE DIAGNOSTIC

Pour mener à bien notre étude, nous avons procéder par une recherche documentaire pour nous acquérir de ce qui a déjà été fait en terme de communication et par une recherche quantitative par administration du questionnaire au public cible pour avoir des données statistiques qui nous orienterons dans la prise de décisions stratégiques.

1. Analyse qualitative : Recherche documentaire

Elle nous a permis de recenser les différents supports, outils et moyens de communication utilisée par la mairie à destination de son public cible. Ainsi, la CAY 4 communique à travers les moyens médias et hors médias

❖ Les moyens médias Média

Médias	Supports/outils
Télévision	<ul style="list-style-type: none"> • CRTV • Vision 4
Radio	<ul style="list-style-type: none"> • Satellite FM • RIS Radio • Magic FM
Presse écrite	<ul style="list-style-type: none"> • Cameroon tribune • Mutations • L'anecdote • Essingan
Affichage	<ul style="list-style-type: none"> • Babillard • Banderoles • Roll up

Tableau 2 : moyens, supports de communication

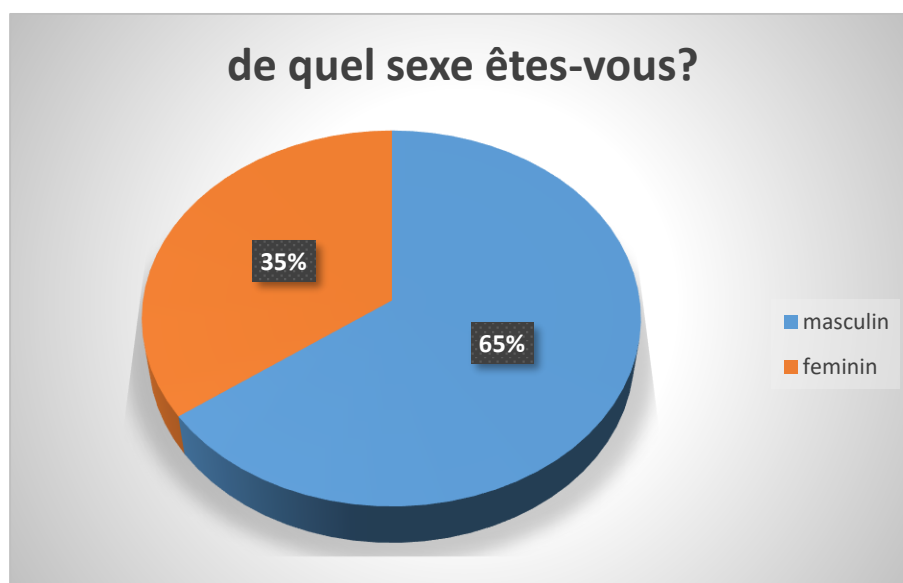
Source : auteur du document

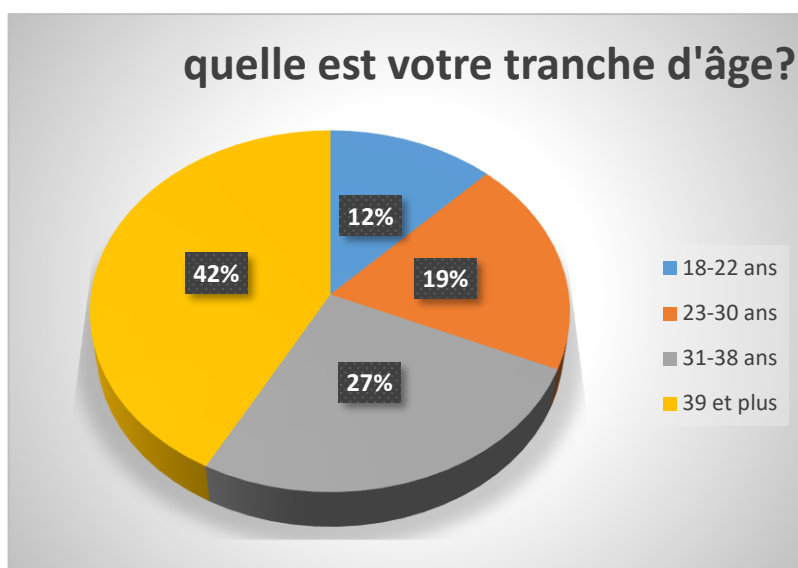
❖ **Hors média**

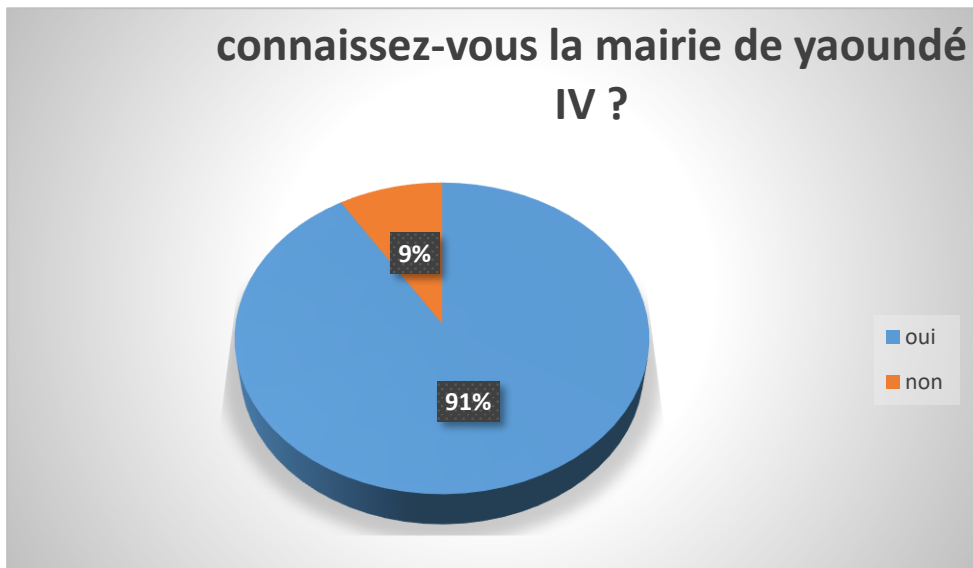
- L'évènementiel : est un moyen de communication hors média, ayant pour but de transmettre un message dans un espace public ou privé et qui est mis en œuvre pour attirer l'attention d'un plus grand nombre de publics dans un temps et dans un espace précis. Outre l'organisation des évènements tels que la journée internationale de la femme, les journées portes ouvertes, l'arbre de Noël, les campagnes de sensibilisations, les mariages, les inaugurations des bâtiments, la commune d'arrondissement de Yaoundé IV participe aux foires, aux salons et aux séminaires.
- Les flyers : ils permettent de véhiculer des informations à grande échelle dans la commune à destination des populations.
- Les badges : ils permettent de différencier le personnel de la mairie des usagers.
- Le bouche à oreille : c'est le moyen principal de collecte d'informations du personnel de la mairie auprès des populations environnantes afin de tisser de tisser des relations de proximités avec celles-ci.
- Le téléphone et le mailing : ils permettent à la mairie d'être en contact avec son public externe et de faire parvenir des correspondances.
- Le gilet : permet aux agents communaux d'être identifiables par des usagers lors des descentes sur le terrain.
- La signalisation : elle permet d'orienter les usagers et le personnel vers différents services.

2. Analyse quantitative : questionnaire

Pour ce faire, nous avons utilisé la méthode du questionnaire physique. Il s'est agi pour nous d'administrer des questionnaires aux populations de la commune d'arrondissement de Yaoundé IV. Plusieurs questions ont été formulées et celles-ci pour la majorité offraient plusieurs possibilités de réponses afin de mieux connaître les avis des usagers de la commune sur la notoriété des activités et projets menés par cette dernière. Nous avons administré ce questionnaire à 100 personnes et nous avons obtenu les résultats suivants (voir questionnaire en annexe) :







Si oui par quel moyen ?

- Par le bouche à oreille
- Par les médias
- Pour avoir eu recours à ses services
- Pour avoir résidé dans les environs



Si oui lesquels ?

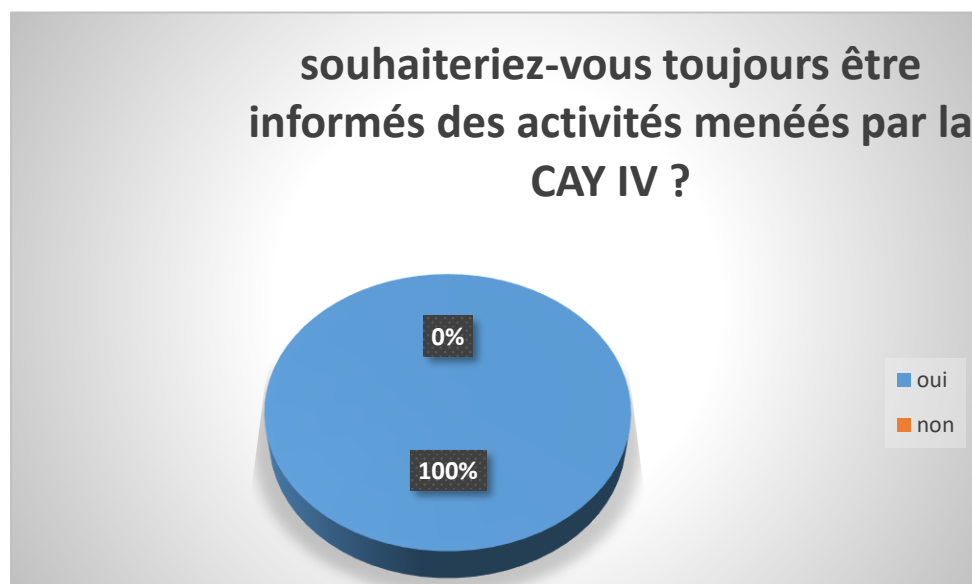
- Etablissement d'actes d'état civil
- paiement des impôts et des taxes
- Vente des timbres personnels d'état civil
- légalisation des pièces



Si oui par quel moyen ?

- Par les médias

-
- Pour avoir participé
- Par le bouche à oreille



Si oui par quel support de communication ?

- Magazine/ bulletin d'information
- Site Web
- Film institutionnel
- Evènement

3. Analyse stratégique

C'est une approche qui combine l'étude des forces et des faiblesses d'une organisation avec celle des opportunités et des menaces de son environnement afin d'aider à la définition d'une stratégie de communication. Ainsi, dans le cadre de notre travail, nous avons opté pour une analyse swot et se présente ainsi qu'il suit :

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Personnel communal élevé et qualifié - Participation et organisation des évènements - Pôle économique développé - Grande superficie - Services diversifiés 	<ul style="list-style-type: none"> - Faible production des supports de communication - Absence d'une stratégie de communication - Faible budget alloué à la communication - Faibles connaissances des activités menées par la CAY4 - N'est pas proche de ses citoyens
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité de mener plusieurs activités - Possibilité d'organiser des évènements pouvant assurer la visibilité des activités ainsi que de polir davantage l'image de la CAY 4 - Possibilité d'obtenir plusieurs partenaires - Possibilité d'être proche de ses citoyens 	<ul style="list-style-type: none"> - Pression des populations sur la réalisation des projets - Discrédibilisation du personnel communal - Désintérêt des populations locales aux activités de développement de la commune

Tableau 3 : SWOT

Source : auteur du document

4. Bilan de l'analyse diagnostic

4.1. Synthèse de l'analyse

En analysant nos résultats, nous nous rendons compte que 77% de notre échantillon représentatif n'ont pas connaissance des activités que la mairie de Yaoundé IV mène dans sa commune. Sur la base de la représentativité de notre échantillon, nous pouvons alors généraliser le constat à l'ensemble de la population. A partir de ce résultat, nous sommes parvenus à la conclusion selon laquelle la CAY 4 souffre **d'une faible notoriété de ses activités par les populations de sa commune.**

Ce problème provient du fait que l'institution ne communique pas assez sur ses actions, causant ainsi l'absence d'informations fiables, viables, crédibles et vérifiables. En outre, cette faible communication est due à l'absence des supports de communication adéquats en vue de la promotion de celles-ci.

4.2. Recommandation stratégique

La stratégie de communication que nous souhaitons implémenter doit être à la hauteur des avancées au niveau des techniques de l'information et de la communication. Nous recommandons à l'organisation :

- L'actualisation voire la rénovation des plateformes web actuelles ;
- La création de nouvelles plateformes afin d'élargir les solutions d'accès à l'information ;
- L'implémentation d'une stratégie de communication pour toutes ses activités ;
- La production des supports de communication dans le but de mieux édifier les publics sur l'organisation, ses réalisations et ses projets.

TROISIEME PARTIE : Approche de résolution du problème

SECTION 1 : REFLEXION STRATEGIQUE

Elle constitue l'épicentre de la démarche d'élaboration de la stratégie de communication. Elle permet de déterminer les choix fondamentaux sur lesquels s'élabore la stratégie de communication.

1. Enjeux de communication

- **L'enjeu informationnel** : le but de ce dernier sera d'informer au quotidien les populations de la commune d'arrondissement de Yaoundé IV des activités que la mairie mène dans l'optique de favoriser le développement de leur circonscription.
- **L'enjeu identitaire** : il permettra d'exprimer les valeurs et l'identité de l'institution. En outre, il s'agira d'exprimer l'identité (le nom, le logo, les contacts, les infrastructures...) et les valeurs de la mairie (l'intégrité, l'innovation...)
- **L'enjeu relationnel** : il sera question de créer et de consolider les liens avec les populations. La stratégie à implémenter devra permettre à la cible de faire davantage confiance à la CAY 4.

2. Le positionnement

Le positionnement est perçu comme la place qu'occupe ou que souhaite occuper l'organisation dans l'esprit de son public cible. Ainsi dit, la CAY 4 se positionne comme étant un facteur clé de succès et de développement de la commune.

3. L'objectif de communication

Face à un problème de faible notoriété des actions menées, la CAY 4 dans le but de le résoudre s'est fixé comme objectif :

- D'accroître la notoriété des activités qu'elle mène pour le développement de sa localité et l'épanouissement de ses populations.

4. La cible de communication

La cible de communication se présente comme étant une personne physique ou morale que l'on souhaite atteindre par les messages de notre campagne de communication. Ainsi, dans le cas notre communication nous avons choisi

- **Les populations de la commune d'arrondissement de Yaoundé IV.**

5. L'axe de communication

L'axe de communication est la promesse, la thématique que l'organisation souhaite véhiculer auprès de la cible. En d'autres termes, l'axe est une réponse à une problématique de communication. Tous les messages sont construits autour de lui. Dans le cas d'espèce, notre axe de communication sera articulé autour de trois mots clés :

- La collaboration
- Développement
- confiance

SECTION 2 : les moyens et les supports de communication susceptibles de résoudre le problème de communication

Plusieurs supports de communication peuvent être mis en contribution pour résoudre le problème de communication identifié. Ainsi nous avons :

Outils	Avantages	Inconvénients
Site web	<ul style="list-style-type: none"> - Attractif - Rapide - Visibilité mondiale - Accessible dans tous les appareils - Interactif - Actualisation et animation facile 	<ul style="list-style-type: none"> - Coût de réalisation élevé
Magazine/bulletin d'informations	<ul style="list-style-type: none"> - Bonne tribune d'expression - Espace de vulgarisation des actions menées par la commune - Information bien élaborée et détaillée 	<ul style="list-style-type: none"> - Coût de production élevé
Film institutionnel	<ul style="list-style-type: none"> - Attractif - Mobilisation des émotions 	<ul style="list-style-type: none"> - Coût de production élevé

	<ul style="list-style-type: none"> - Fort taux de mémorisation - Outil adéquat de transmission d'images 	<ul style="list-style-type: none"> - Faible taux d'interactivité avec la cible - Caractère actuel de l'information réduite
Evènement	<ul style="list-style-type: none"> - Précision du public cible - Possibilité d'argumentaire large 	<ul style="list-style-type: none"> - Limité dans la durée - Coût de réalisation élevé
Rapport d'activités	<ul style="list-style-type: none"> - Moins onéreux - Présentation concrète des réalisations 	<ul style="list-style-type: none"> - Caractère obsolète de l'information rapide

Tableau 4 : répertoire des outils de communication adéquat

Source : auteur du document

SECTION 3 : présentation et fiches techniques des supports de communication choisis

1. Présentations des supports de communications choisis

SUPPORT	JUSTIFICATION
Magazine	<p>Il contient des informations très détaillées et illustratives en fonction de l'orientation de notre sujet. Aussi, il joue la carte de la transparence pour consolider le climat de confiance en interne comme en externe. En outre, met en avant les actions menées par l'institution.</p>
Site Internet	<p>Il aura un public plus large ayant un accès récurrent et permanent avec le numérique, servant à répondre aux besoins que le magazine ne peut combler en y ajoutant une possibilité d'échange entre la mairie et ses publics. Il est accessible dans tous les appareils (tablettes, téléphones portables, ordinateur...) avec une actualisation facile</p>

Tableau 6: Justification du choix des supports

2. Fiches techniques des supports de communication

❖ Magazine

Type de support	Guide
Nombre de pages	16
Type de papier	Papier couché brillant
Impression numérique	quadrichromie
Type de façonnage	Piqué à cheval
Disposition	portrait
Grammage	170 Grammes
Dimension du papier	A4 : 210mm X 297
Police de caractères	Yanone Kaffeesatz, Helvetica
Taille de la police	16 pour les titres 12 pour les articles
Couleurs	Bleu, blanc, vert ; rouge
Illustrations	Images, icônes, photos, textes

Tableau 6: Fiche technique du guide

Source : Auteur du document

❖ **Site Web**

Type de site	Site web
Nombre de rubriques	05
Couleurs	Blanc, bleu, vert, rouge
Eléments symboliques	Images, photos, logotype
Genre du site	dynamique
Langage de programmation	PHP
Logiciel utilisé	WordPress
Spécificités	Disponible sur Ordinateurs portables comme de bureau, smartphones et tablettes

Tableau7: Fiche technique du site internet

Source : auteur du document

NB : en dehors des supports de communication préalablement établis, nous proposons aussi une page Facebook qui n'est certes pas considéré ici comme un support, mais il est un supplément au site web c'est-à-dire qu'elle vient compléter les actions de communication faites sur le site web.

QUATRIEME PARTIE : PHASE OPERATIONNELLE

I. Budget du projet de communication

Numéros	Actions	Quantité	Prix unitaire	Prix total
1	Conception des bulletins d'informations	1	15000 Fcfa	15000 Fcfa
2	Impression des bulletins d'informations	1000	600F	600000Fcfa
4	Conception du site internet	1	350000 F cfa	350000 Fcfa
5	Organisation de la réunion de travail	1	500000 F cfa	500000 Fcfa
7	Diffusion des informations sur le site web et les différentes plateformes de réseaux sociaux (connexion internet)	Quotidiennement		20000 Fcfa
8	Distribution des supports communication			145000
9	Activités supplémentaires (imprévus)			200000

CONCLUSION

En définitive, la commune d'arrondissement de Yaoundé IV comme toutes les autres collectivités territoriales décentralisées est appelée à honorer ses missions notamment celles du développement infrastructurel de son territoire et la garantie du bien-être de ses populations qui constituent la principale raison de son existence. A travers la communication, la commune d'arrondissement de Yaoundé IV peut réduire un certain écart entre les populations et elle car elle est à son service. Le projet professionnel qui vient d'être présenté est la résultante d'un diagnostic de communication de la CAY IV en vue d'évaluer la circulation de l'information entre l'organisation en question et ses populations. Cette étude nous a permis de déceler comme problème de communication, la méconnaissance des activités de la Mairie due au fait qu'elle ne communique assez et avec des moyens adéquats. Pour pallier à ce problème, nous avons proposé deux supports de communications complémentaires notamment, un magazine d'informations mensuel et un site web dans le but de renseigner à suffisance et d'accroître le caractère notoire des activités de la commune. En plus de ces supports, nous avons proposé une page Facebook pour compléter les actions de communication faites sur le site web. A l'heure où les collectivités territoriales décentralisées s'adaptent au processus de décentralisation qui donne une autonomie aux communes, la CAY 4 se doit de communiquer davantage, non seulement pour renforcer son image, mais aussi pour améliorer la qualité du service.

REFERENCES

WEBOGRAPHIE

<http://actucameroun.com>

- <http://www.camer.be>
- <https://www.villetescommunes.info>
- www.ossidimbea.cm

www.minddevel.gov.cm :

DOCUMENTATION

- Loi N° 2019/024 du 24 Décembre 2019 portant code général des collectivités territoriales décentralisées ;
- Rapport de stage MATGENIE communication des organisations niveau 3 Année académique ESSTIC 2018-2019 par Mme EBANGO ;
- Cahier de charge des étudiants de communication des organisations

ANNEXES

Questionnaire

Dans le cadre de notre formation à l'Ecole supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication (ESSTIC), nous sommes appelés à faire un audit de communication dans une organisation de notre choix avec pour objectif de déceler un problème de communication auquel est fait face ladite organisation. Nous avons choisi la Mairie de Yaoundé IV avec comme public cible ses les populations de la commune afin de mener une analyse diagnostic qui nous conduira à un problème de communication que nous tenterons à résoudre. C'est la raison pour laquelle nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire qui vous est soumis et nous vous garantissons l'anonymat.

I. Connaissance de l'enquête

1. De sexe êtes-vous ?

Masculin..... féminin

2. Quelle est votre tranche d'âge ?

18 à 22 ans ?

23 à 30 ans ?

31 à 38 ans ?

3. Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ?

Etudiant ?

Travailleurs ?

Autres ?

II. Connaissance du sujet

4. Connaissez-vous la mairie de Yaoundé IV ?

Oui..... Non.....

Si oui, par quel moyen ?

.....
.....

5. Connaissez-vous les services offerts ?

Oui.....non.....

Si oui par quel moyen ?

.....
.....

6. Connaissez-vous ses actions ?

Oui.....non.....

Si oui par quel moyen ?

.....
.....

7. Par quels supports/moyens de communication aimeriez-vous être informés des activités menées ?

.....
.....

TABLE DE MATIERE

SOMMAIREI

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONSI

Contexte et justification III

**PREMIERE PARTIE : Présentation et organisation de la commune
d’arrondissement de Yaoundé IV 1**

SECTION I : PRESENTATION 1

1. Historique 1

2. Missions..... 3

SECTION 2 : ORGANISATION..... 3

1. Le Conseil Municipal 3

3. Les services rencontrés 4

 a) Les Services directement rattachés au Maire 4

**SECTION 3 : LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS DE LA CAY 4
6**

**1. Le fond spécial d’équipement et d’intervention intercommunal
(FEICOM)..... 6**

**2. Le centre de formation pour l’administration municipale (CEFAM)
7**

3. Ministère du Développement Urbain et de l’Habitat 8

4. Le Ministère de la Décentralisation et du Développement Local 8

DEUXIEME PARTIE : DIAGNOSTIC DE LA COMMUNICATION..... 10

**SECTION 1 : CADRE METHODOLOGIQUE DE L’AUDIT DE
COMMUNICATION..... 11**

-	
1.	Contexte et objectif de l’audit de communication 11
2.	Cible de l’étude 11
3.	Justification du choix de la cible 11
4.	Orientation méthodologique 11
	SECTION 2 : ANALYSE DIAGNOSTIC 12
1.	Analyse qualitative : Recherche documentaire 12
2.	Analyse quantitative : questionnaire 14
3.	Analyse stratégique 18
4.	Bilan de l’analyse diagnostic 20
4.1.	Synthèse de l’analyse 20
4.2.	Recommandation stratégique 20
	TROISIEME PARTIE : Approche de résolution du problème 21
1.	Enjeux de communication 22
2.	Le positionnement 22
3.	L’objectif de communication 22
4.	La cible de communication 23
5.	L’axe de communication 23
	SECTION 2 : LES MOYENS ET LES SUPPORTS DE COMMUNICATION SUSCEPTIBLES DE RESOUDRE LE PROBLEME DE COMMUNICATION 24
	SECTION 3 : PRESENTATION ET FICHES TECHNIQUES DES SUPPORTS DE COMMUNICATION CHOISIS 26
2.	Fiches techniques des supports de communication 27
	QUATRIEME PARTIE : phase opérationnelle 29

-	
I. Budget du projet de communication	30
CONCLUSION	31
ANNEXES	33
I. Connaissance de l'enquêté	33
1. De sexe êtes-vous ?	33
3. Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ?	33
II. Connaissance du sujet	34
5. Connaissez-vous les services offerts ?	34
6. Connaissez-vous ses actions ?	34
7. Par quels supports/moyens de communication aimeriez-vous être informés des activités menées ?	34