

RÉPUBLIQUE DU CAMEROUN

*Paix – Travail – Patrie*

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT  
SUPÉRIEUR

\*\*\*\*\*

UNIVERSITÉ DE YAOUNDÉ II - SOA

\*\*\*\*\*

ÉCOLE SUPÉRIEURE DES  
SCIENCES ET TECHNIQUES DE  
L'INFORMATION ET DE LA  
COMMUNICATION (ESSTIC)



REPUBLIC OF CAMEROON

*Peace – Work – Fatherland*

MINISTRY OF HIGHER  
EDUCATION

\*\*\*\*\*

THE UNIVERSITY OF  
YAOUNDE II – SOA

\*\*\*\*\*

ADVANCED SCHOOL OF  
MASS COMMUNICATION  
(ASMAC)

## Rapport de stage académique

**STAGE DE PARTICIPATION EFFECTUÉ À CRÉATIV COM 237,  
DU 04 JUILLET AU 04 OCTOBRE 2022**

Présenté par : Marie Patrick Boris Nkoa

Licence 3- Édition et Arts graphiques

Préparé et soutenu publiquement en vue de l'obtention de la Licence professionnelle  
en Édition et Arts graphiques

Sous la supervision de :

**Encadreure académique**

Marie Christelle Koa Otto

Assistante

**Encadreur professionnel**

Lionel Nname

Producteur, réalisateur

**Mai 2023**

## SOMMAIRE

REMERCIEMENTS .....	3
LISTE DES ABRÉVIATIONS .....	4
INTRODUCTION .....	5
PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE CRÉATIV COM 237.....	6
HISTORIQUE ET LIGNE ÉDITORIALE.....	7
DEUXIÈME PARTIE : DÉROULEMENT DU STAGE.....	43
RAPPORT DOCUMENTÉ DE QUELQUES TÂCHES EFFECTUÉES.....	51
TROISIÈME PARTIE : ÉVALUATION DU STAGE .....	71
CONCLUSION .....	76
SOURCES .....	77
ANNEXES .....	78
TABLE DES MATIÈRES.....	79

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué au succès de notre stage de participation :

- nous adressons tout d'abord nos remerciements à Madame le Directeur de l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ESSTIC), Pr. Alice Nga Minkala, qui nous a recommandé à Créativ Com 237 ;
- par la suite au personnel et à tout le corps enseignant de la filière Édition et Arts graphiques, qui nous a tenu et formé durant notre passage dans cette institution, pour leurs enseignements, leurs disponibilités et le partage de leur expertise avec nous ;
- nous remercions également le réalisateur en chef de Créativ Com 237, M. Lionel Nname, pour sa convivialité, son encadrement, ses conseils et pour nous avoir accueilli au sein de l'entreprise durant ces trois mois ;
- nous adressons nos remerciements au second réalisateur par ailleurs responsable du service marketing et commercial de Créativ Com 237, M. Jacques Ekwa Ekoko, qui a bien voulu nous laisser effectuer notre stage de participation au sein de l'entreprise ;
- nous témoignons notre reconnaissance à toute l'équipe de Créativ Com 237, en particulier M. Richard Bitete Nama (monteur), et M. Alain Singon A Amang (monteur) pour leur disponibilité permanente dans l'optique de nous faire connaître les techniques et outils du montage vidéo ;
- enfin, nous remercions toutes les personnes qui nous ont assisté et soutenu lors de la rédaction de ce rapport, ainsi que certains amis pour leur soutien matériel.

## **LISTE DES ABRÉVIATIONS**

**ESSTIC** : École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication.

**IFCPA** : Institut de Formation et de Conservation du Patrimoine Audiovisuel.

**ENSPY** : École Nationale Supérieure Polytechnique de Yaoundé.

**PAD** : Prêt à Diffuser.

**EMIA** : École Militaire Inter-Armées.

**ACMS** : Association Camerounaise pour le Marketing Social.

**RAM** : Random Access Memory.

**CRTV** : Cameroon Radio Television.

**SARL** : Société à responsabilité limitée.

## INTRODUCTION

Dans l'optique de compléter la formation et de renforcer les capacités de ses apprenants, l'Esstic attribue, selon le cahier de charges, des stages académiques aux étudiants dans des structures correspondantes à chaque filière. Étudiant de 3e année en Édition et Arts graphiques, nous avons eu la possibilité de faire un stage d'observation relativement aux métiers d'édition en 1ère année et de nous en imprégner en 2e année. En 3e année, il était question de pratiquer les connaissances théoriques acquises au cours de l'année écoulée tout en nous mettant dans la posture d'un éditeur opérationnel et professionnel.

C'est ainsi que du 04 juillet au 04 octobre 2022, nous avons effectué un stage de participation à Créativ Com 237. Nous avons choisi cette société de production audiovisuelle non seulement pour la considération que nous portons à la réalisation et à la production audiovisuelle, mais aussi pour nous intégrer et apprendre au sein d'une équipe ayant une expérience professionnelle avérée dans le domaine de la production et de la post-production.

Pour mieux restituer ce en quoi a consisté notre stage, le présent rapport va se bâtir sur quatre principales articulations notamment : une brève présentation de l'entreprise qui nous a accueilli, la présentation du déroulement de notre stage, la présentation documentée des tâches effectuées durant notre séjour en entreprise ; enfin, nous ferons une analyse critique de notre structure d'accueil.

**PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE CRÉATIV  
COM 237**

# HISTORIQUE ET LIGNE ÉDITORIALE

## Historique

Créativ Com 237 est créée par une jeune équipe en 2018. Elle porte jusqu'en juillet 2022 le nom de Créativ Com. Au départ, c'était une unité de production de contenus audiovisuels, constitué de sept (07) passionnés des métiers de l'audiovisuel, entre-autres : deux réalisateurs, un journaliste, deux cadreurs et deux monteurs. Ils produisaient déjà des contenus mais n'existaient pas encore légalement. C'est en juillet 2022 que l'unité de production devient une maison de production légalement reconnue et prend le nom de Créativ Com 237. L'idée d'une telle initiative part de deux collaborateurs notamment : Billy Flow et Lionel Nname. Ce dernier ayant eu une expérience dans l'audiovisuel en tant qu'apprenant à l'Institut de Formation et de Conservation du Patrimoine Audiovisuel (IFCPA de la CRTV), et en tant que collaborateur pendant huit (08) ans au sein de l'Association Camerounaise pour le Marketing Social (ACMS).

En résumé, Créativ Com 237 de façon factuelle existe depuis 2018, mais en tant qu'entreprise, existe depuis juillet 2022.

## Ligne éditoriale

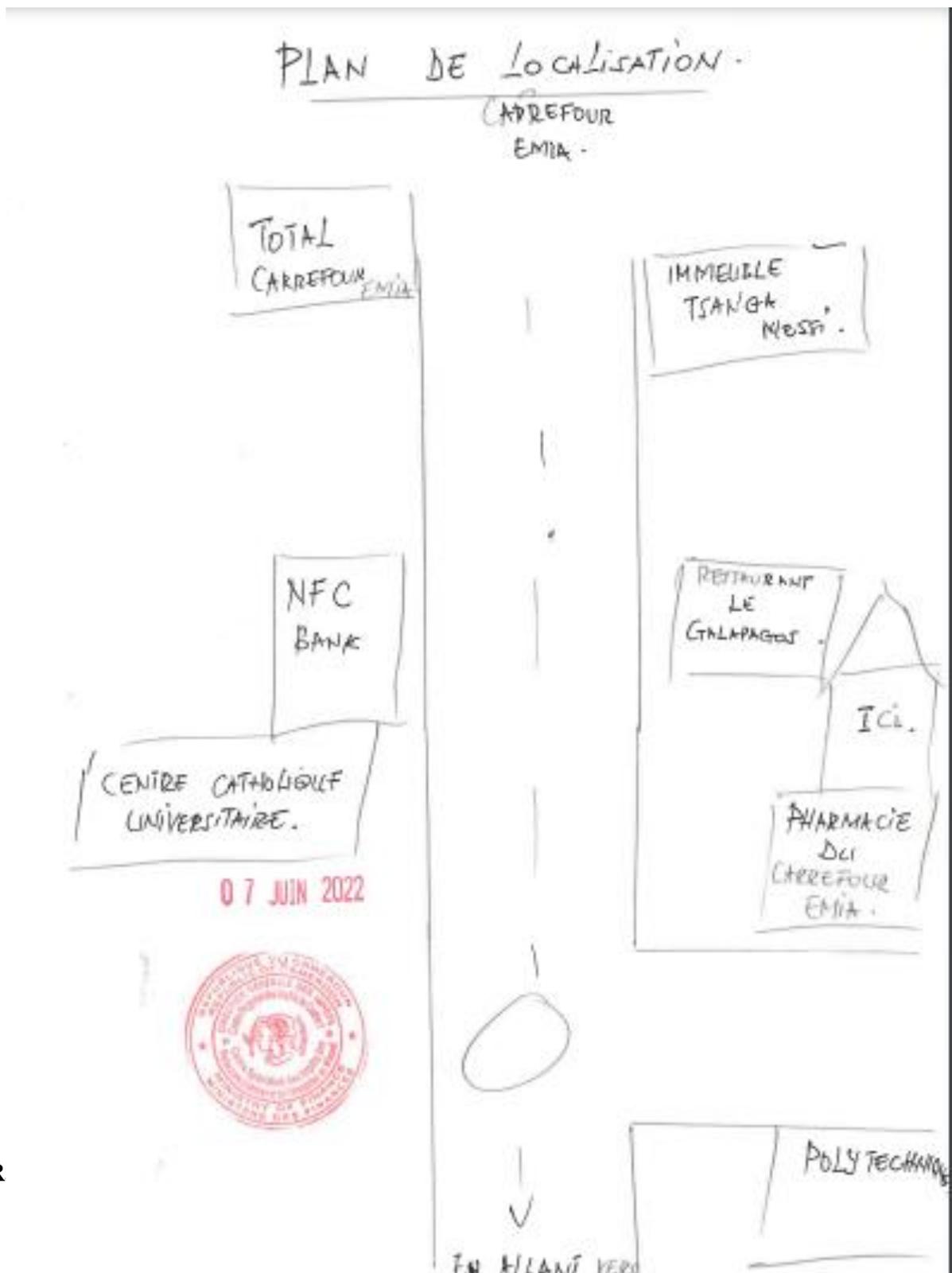
Créativ Com 237 est une maison de production audiovisuelle qui réalise, produit et propose des contenus aux diffuseurs camerounais. Les contenus que l'entreprise produit mettent en évidence la société camerounaise et ses réalités vécues sur tous les domaines de la vie. C'est une ligne éditoriale à la fois libre, mais qui est susceptible également de se plier à la ligne éditoriale du diffuseur ciblé car, la maison de production réalise un produit audiovisuel et mise sur un diffuseur qui a de l'audience. Créativ Com 237 réalise également des spots publicitaires, des magazines et film d'entreprises à destination des clients qui peuvent être des sociétés ou des particuliers. Les plus réguliers en terme de clients sont : l'entreprise « Inter-Active », la *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH* (société allemande pour la coopération internationale) en abrégé GIZ, les Brasseries du Cameroun.

# SITUATION GÉOGRAPHIQUE ET IDENTIFICATION VISUELLE

## Situation géographique

Initialement, le local de Créativ Com était au quartier Polytechnique (arrondissement de Melen 6), département du Mfoundi, région du Centre Cameroun. Précisément à 30 mètres de l'École Nationale Supérieure Polytechnique (ENSPY) et à vingt (20) mètres de la pharmacie de l'École militaire interarmée (EMIA). Mais depuis Mars 2023 pour des raisons de sécurité, le nouveau local se trouve désormais au quartier Obili, lieu-dit chapelle Obili ; où le personnel partage le même intérieur avec le personnel de l'entreprise de presse écrite *Kalara*.

Plan de localisation de l'ancien local





Vue de l'entrée principale de l'ancien local

**Source** : Marie Patrick Boris Nkoa

Outre sa localisation physique, la maison dispose aussi d'une localisation sur la toile ; ceci grâce aux données contenues dans la fiche signalétique suivante :

<b>Fiche signalétique</b>	
Raison sociale	Créativ Com 237
Date de création	2018
Date de légalisation	2022
Siège social	Yaoundé - Obili
Promoteurs	Billy Flow/ Lionel Nname
Statut juridique	S.A.R.L
Adresse postale	BP : Yaoundé
Téléphone	+237 6 55 22 23 88
E-mail	Creativecom237@gmail.com
Facebook	Créative Com officiel
YouTube	CréativeCom
Twitter	CréativeCom 237
Tik Tok	CréativeCom 237

Le siège de Créativ Com est au troisième niveau de l'immeuble qui abrite également le siège de l'entreprise de presse écrite *Kalara*. À l'intérieur du local, sont disposés des bancs de montage supervisés par le réalisateur en chef, Lionel Nname. À côté des bancs de montage, l'on retrouve un mini studio d'enregistrement et une petite imprimante pour les dossiers de l'entreprise. Il est à noter que les différents bancs de montage ne disposent que du matériel de traitement de fichiers audiovisuels et de sauvegarde, notamment : des ordinateurs Macintosh 12, des clés USB, des lecteurs de carte et des disques durs externes. Le matériel de production (caméras, perche, micros d'enregistrement et trépieds) quant à lui est logé dans une étagère située dans un petit magasin de l'entreprise.

### **Identification visuelle**

Le logo de Créativ Com 237 est formé d'une lettre C en haut de casse, détachée de façon ondulée et encerclant l'inscription typographique Créative COM. Il mesure 581 mm de hauteur sur 512 mm de largeur, en mode colorimétrique RVB comme le montre la figure. Il se décline comme suit.



*Au delà de votre imagination*

Il est important et recommander de toujours laisser autour du logo une zone d'exclusion minimale et incompressible de 5 mm, zone par contre extensible en fonction du facteur multiplicateur.

# ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT

## Organisation

Dans sa philosophie de vie, Créativ Com 237 met en avant la créativité, l'originalité, quelque chose d'unique dans les contenus audiovisuels que le public camerounais va facilement accepter et face auquel il ne s'y attend pas. D'où le slogan « *au-delà de votre imagination.* » Ainsi, pour son fonctionnement, l'entreprise dispose de quatre principaux services notamment : la direction, le service de la production, le service marketing et commercial, et le service éditorial.

### La direction

Elle est assurée par le promoteur M. *Billy Flow*, qui se charge de gérer les projets et de suivre les activités de la maison de production. Il est la figure managériale et représentative de Créativ Com 237 ; et définit également la promotion de l'entreprise. Il est entre autres chargé de :

- définir les politiques et les stratégies de recherche des fonds ;
- superviser toutes les activités menées par l'équipe de production ;
- représenter l'image de marque de l'entreprise à l'échelle nationale et internationale.

### Le service de la production

Ce service est chargé de contacter, relancer et rassurer les invités avant, pendant et après chaque tournage. Il est constitué de : *Lionel Nname* (réalisateur en chef), *Géraldine Ivaha* (journaliste), *Alain Nagui Essono* (journaliste), *Kristy Djemb's* (animatrice télé), *Kate Awanda* (animatrice télé). Il faut mentionner au passage que la maison de production produit et réalise principalement trois émissions notamment : *Travelling*, *Yayato*, *À la maison*. Sans oublier l'émission *En Promenade Avec* qui est une coproduction. Les invités appelés à participer à ces différentes émissions sont entretenus par ce service.

### Le service marketing et commercial

Ayant à sa tête *Jacques Ekwa Ekoko*, ce service a la responsabilité de définir les engagements à travers un contrat d'achat de droit de diffusion entre le diffuseur sollicité et la maison de production. C'est également ce service qui a la charge d'établir une stratégie marketing de l'entreprise et de ses produits sur les plateformes digitales afin d'attirer des entreprises et des particuliers qui sollicitent les services de Créativ Com 237.

C'est aussi le service marketing et commercial qui est chargé de négocier les bénéfices que l'entreprise va gagner à partir du sponsoring des émissions produites et réalisées par la maison de production. Il fixe également des honoraires avec des entreprises, groupes et particuliers qui

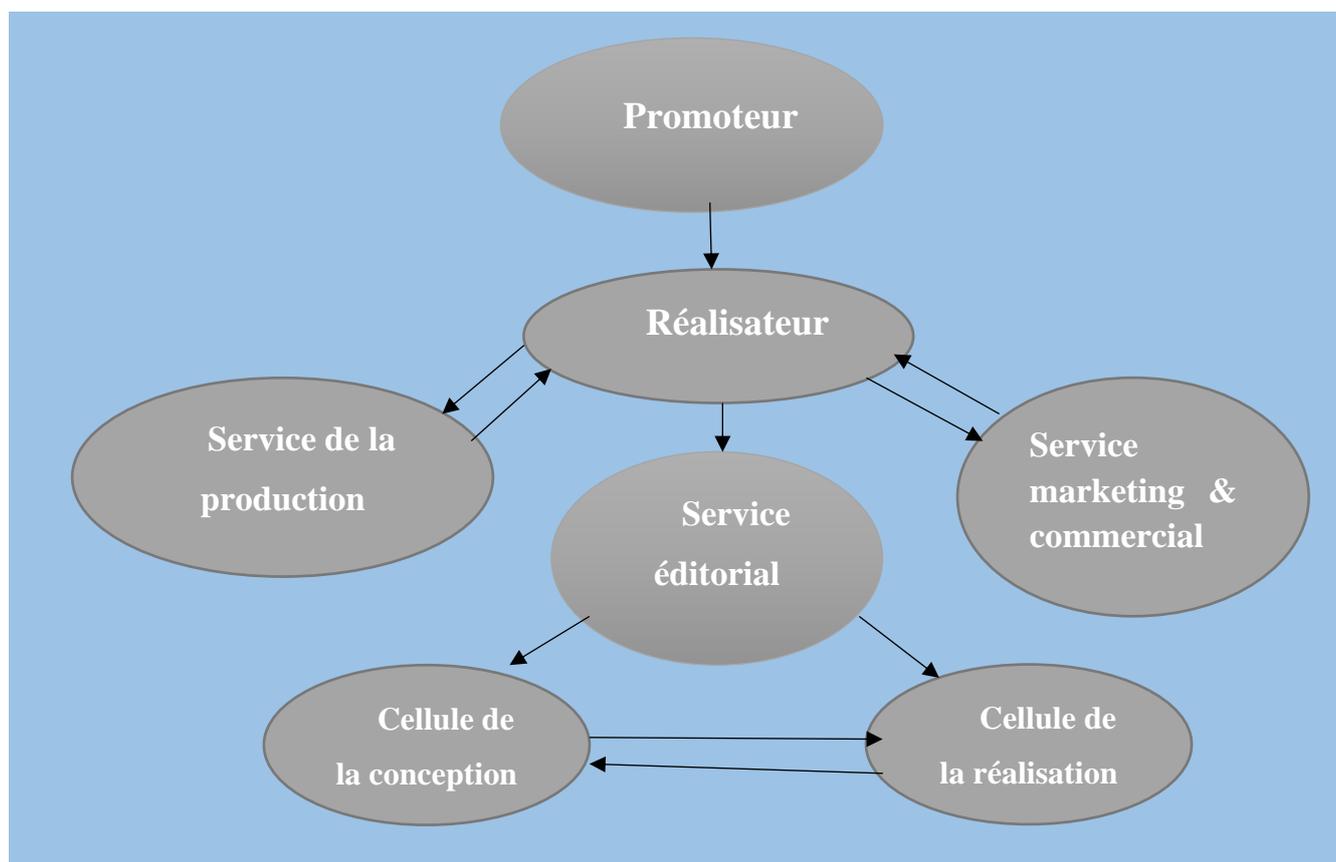
souhaitent avoir des services de l'entreprise (réalisation de spots publicitaires, film d'entreprise, documentaire...etc.)

### **Le service éditorial**

Ce service est en quelque sorte la matrice, le laboratoire de l'entreprise. Il est chargé de concevoir, produire et réaliser de nouveaux projets de Créativ Com 237. De l'écriture jusqu'au rendu final du produit sollicité en passant par la production et la réalisation du projet. Il est constitué de : *Lionel Nname, Jacques Ekwa Ekoko, Alain Nagui Essono, Géraldine Ivaha, Kristy Djemb's, Marc Arthur Simo, Francis Moukam, Alain Bell Singon* (chef monteur), *Richard Bitete Nama* (second monteur), *Miguel Ngoli Laf* (monteur), *Christian Boidje* (cadreur), *Yves Kouam* (cadreur), *Brice Fotso* (cadreur).

Important est de rappeler que dans la conception de chaque émission ou projet de l'entreprise, le service éditorial est souvent accompagné par quelques collaborateurs qui aident à murir le projet afin d'avoir un résultat pour le moins impeccable. Nous pouvons citer entre autres : *Simon Patrice Minko'o Minko'o* plus connu sous le nom d'artiste musicien (Koppo), *Cressence Awono* (animatrice télé en service à Vision 4 télévision), *Hendricks Bile, Éric Christian Nya* (journaliste)...

## ORGANIGRAMME DE CREATIVE COM 237



### Fonctionnement de Créativ Com 237

Le personnel de Créativ Com 237 est chiffré à dix (10) personnes. C'est sans compter les collaborateurs extérieurs qui apportent des suggestions à la production d'un contenu. Ce personnel parvient à appliquer le processus d'une production audiovisuelle jusqu'à la promotion et la diffusion. Qu'il s'agisse des programmes propres à la structure (*Travelling, Yayato, À la maison, En Promenade Avec*) ou des marchés de spots publicitaires et films d'entreprises. À ceci près que la chaîne de production audiovisuelle dans son sens le plus étendu n'est pas appliquée aux spots publicitaires et films d'entreprises car, cela se fait selon les critères du client. Les diffuseurs partenaires de la maison de production en question sont : VoxAfrica, Canal 2 international, Vision 4 Télévision. L'équipe est aussi appelée parfois à réaliser certaines productions audiovisuelles en collaboration avec d'autres entreprises audiovisuelles.



Coulisses de tournage du film documentaire de l'Esstic avec le Pr. Alice Nga Minkala

Source : Lionel Nname

Pour les programmes propres à la maison de production, ils obéissent aux étapes de la production ci-après :

- **La préproduction:** c'est l'ensemble des étapes élaborées avant la production d'un programme. La préproduction ici concerne: l'écriture, le contact avec les intervenants, le repérage et la vérification du matériel de tournage.

S'agissant de l'écriture, il est question pour le réalisateur et les journalistes de préparer un protocole d'interview murement réfléchi. C'est en effet plusieurs protocoles adressés à différentes personnes. Pour le cas du programme *Travelling* par exemple, (magazine des médias et des hommes de média), il existe un protocole pour l'invité principal, un autre pour chaque personne appelée à témoigner au sujet de cette figure médiatique. Il en existe également un autre pour les hommes de média appelés à intervenir dans les autres rubriques du magazine. Pareillement pour le programme *Yayato* (magazine des arts et de la culture) ; ainsi que *À la maison* (magazine décontracté sur une personnalité publique). Le protocole diffère quant au

programme *En Promenade Avec* car, c'est une co-production et c'est le producteur indépendant en question qui se charge de le produire puisque c'est lui qui contacte son invité.

La préparation de ces différents protocoles peut aller jusqu'à des semaines, selon la consistance recherchée dans la production du programme. Il faut mentionner que dans la création de ses contenus, Créativ Com 237 a le souci d'allier un fond original et une forme séduisante du produit audiovisuel.

Le contact fait simplement allusion au fait d'appeler, rappeler, relancer constamment et conclure définitivement la rencontre avec les intervenants appelés à participer à une édition. Ceci en fonction de la disponibilité de chacun. Ce travail est fait par le service de la production, constitué des journalistes.

Comme l'écriture du protocole, cette tâche peut également prendre des semaines, et se fait indépendamment de la première tâche. En revanche, ces deux sous-étapes obéissent à un

calendrier de production. La préproduction n'a pas assez de sous-étapes en ceci que ce sont des programmes déjà conçus avec une marque de notoriété.

Exemple de protocole d'interview d'une édition du programme *Yayato* : Invité, Edoudoua Nkoko Glacé.

- 1) *Vous venez au monde où, quand, comment grâce à qui ?*
- 2) *Justement parlez-nous de vos chers parents.*
- 3) *Votre village c'est bien Yemsoung ?*
- 4) *Des frères et sœurs parmi lesquels un ancien rappeur...*
- 5) *Qui fait quoi et où ?*
- 6) *C'est vous la star et le support de la famille...*
- 7) *Etudes maternelles, primaires où et quand ?*
- 8) *Secondaires au lycée d'Obala ?*
- 9) *Quand, comment et pourquoi arrêtez-vous vos études ?*
- 10) *Vous avez fait des petits métiers ? Marié depuis 16 ans à Séraphine...*
- 11) *Comment vous vous êtes rencontrés ?*
- 12) *Comment vous vous appelez ?*
- 13) *Un petit message à Séraphine avec son petit nom...*
- 14) *Parlant toujours de votre épouse, le 13 mai 2020, vous déclarez : « La force de ma stabilité et de mon inspiration. Merci pour tout ma sœur, ma fille, ma mère, ma confidente pardon mon tout. »*
- 15) *Ensemble, vous avez je crois cinq enfants parmi lesquels la plus connue Ange qui a souvent joué avec vous dans certains de vos sketches...*
- 16) *Très tôt, vous baignez déjà dans l'humour...*
- 17) *Faites-nous votre premier sketch ?*
- 18) *Années 90 : vous faites des sketches au poste national, à la Fm 94 et à CRTV centre...*
- 19) *An 2000 : une dame Madame Pauline Biyong vous écoute à la radio et vous demande de faire des scénarii sur le Sida, puis un film où vous avez le rôle principal vous incarnez un séropositif...*
- 20) *Un caméraman de Canal 2 vous voit dans ce film et vous approche. Vous financez la production et c'est comme ça que « Coup de balai » né sur la chaîne verte, c'est la grande révélation, le succès est au rendez-vous...*

- 21) *Puis il faut signer un contrat avec Canal 2...*
- 22) *Vous n'êtes-vous pas rémunérés ? De quoi vivez-vous ?*
- 23) *Puis la chaîne Canal 2 est suspendue et chacun rentre au quartier, racontez ?*
- 24) *Canal 2 redémarre et vous demandez maintenant à être payé : le DG de Canal 2 vous propose 80 mille chacun Bikarata et toi, 50 mille chacune Nivakine et Mbatam et vous relancez Coup de balai...*
- 25) *Puis avec la naissance d'autres chaînes de télévision, il faut signer un contrat : après 4h de discussion de 10h à 14h puis des jours de débats entre vous, 200 mille pour Bikarata et vous, 100 mille pour Nivakine et Mbatam mais le mode de paiement en cash et en crédit téléphonique n'arrange pas les autres. Vous, Edoudoua, vous leur dites d'accepter parce que vous avez particulièrement un loyer et une famille à élever. Bikarata décide de dire non en tant que leader du groupe. Vous signez et il vous demande de changer de nom et Coup de balai meurt... Racontez-nous en détails !*
- 26) *Un message à Bikarata, puis aux autres Nivakine et Mbatam...*
- 27) *Quand, comment et pourquoi s'arrête l'aventure avec Canal 2 ?*
- 28) *Est-ce possible de vous revoir sur Canal 2 ?*
- 29) *Un message au PDG, DG de Canal 2...*
- 30) *Puis, vous signez un contrat avec Achille Production... comment il vous rémunérerait ?*
- 31) *Dans la même lancée, vous vous lancez dans la musique et sortez un single...*
- 32) *Quand et comment s'arrête l'aventure avec Achille Production ?*
- 33) *A quand le prochain tube ?*
- 34) *Restons dans la musique, votre top 5 de musiciens camerounais...*
- 35) *Votre commentaire sur la petite querelle sur internet entre le grand Richard Bona et votre grand ami Koppo ?*
- 36) *Valséro qui vous a reçu dans sa clinique virtuelle ?*
- 37) *Que pensez-vous du rappeur engagé qu'il est ?*
- 38) *Après cette vidéo, on est en droit de penser aussi que vous êtes un artiste engagé...*
- 39) *Un message à Valséro...*

- 40 *Imitez-nous un peu Valséro...*
- 40) *Au Cameroun, peut-on vivre de son art ?*
- 41) *Quand, comment et pourquoi êtes-vous embauché à Camtel ?*
- 42) *Quel est votre travail au quotidien ?*
- 43) *C'est à cause de votre emploi qu'à un moment vous disparaissiez de la scène ?*
- 44) *2016 : vous faites une apparition dans le film Bienvenue au Gondwana de Mamane...  
Comment se fait la rencontre avec Mamane ? Comment on vous contacte ? Combien avez-vous perçu pour ce rôle ?*
- 45) *On ne vous sollicite pas pour les productions locales...*
- 46) *Parlant de productions locales, quelles sont les séries et long métrages que vous avez appréciés jusqu'ici ?*
- 47) *Madame...Monsieur saison 3, votre appréciation ?*
- 48) *Un nom, un avis : Mitoumba ? Murielle Blanche ? Eshu ? L'Accord ? Lea Malle ? Thierry Ntamack ?*
- 49) *Parlant de fictions, 2019 : projection en avant-première de votre film La veste au palais des sports de Yaoundé...*
- 50) *Film dans lequel on retrouve les Burkinabés Frédéric Saré plus connu sous le nom de Siriki et compère Souké...*
- 51) *Combien il vous a coûté ce film ?*
- 52) *Combien il vous a rapporté ?*
- 53) *A quand le prochain long métrage ?*
- 54) *15 octobre 2020, cette photo où vous embrassez à la bouche la chanteuse Majoie Ayi...*
- 55) *Justement le film avec Indira c'était un bon cachet ?*
- 56) *Avec ce casting et ce buzz buzz le film a eu du succès ?*
- 57) *Parlant de buzz, l'affaire Ténor- Eunice, votre commentaire...*
- 58) *Contrairement à d'autres comme Moustik, Ténor... Edoudoua ne montre pas son épouse.*
- 59) *Mais c'est sur le net qu'en 2021, vous faites votre combat avec toujours Zakougla, vous vous lancez dans la web-série...*
- 60) *La télé ne marche plus désormais c'est le web ?*
- 61) *Vous y gagnez de l'argent ?*

- 62) *On peut avoir quelques chiffres : en moyenne c'est combien de vues par vidéo postée ? Une vidéo combien ça coûte et rapporte ?*
- 63) *Dans vos web-séries, vous collaborez avec la nouvelle génération...*
- 64) *Alors à chaque nom, dites-nous tout sur la personne, votre rencontre et ce que vous en pensez : Moustik Karismatik ? La Légende ? Haricot Beans ? Laure Moaminga ? Zakougla votre ombre ? Kaizer votre pote ? Le feu Mbouta vos débuts ? Un message où il nous regarde...*
- 65) *Abidjan capitale du rire : quand, comment, par qui ça arrive ?*
- 66) *Puis vous avez dit « Même les figures emblématiques de la comédie comme Gohou, Bohiri vous diront que je ne suis pas facile à croquer. Au Gabon, j'ai déjà fait plusieurs spectacles », fin de citation. Alors Edoudoua est devenu international ?*
- 67) *Quels sont les pays où on connaît Edoudoua du Cameroun ?*
- 68) *Votre plus beau spectacle à l'international ?*
- 69) *National ?*
- 70) *Le pire au Cameroun ?*
- 71) *Votre plus grand rêve ?*
- 72) *Burger Quizz sur Canal+... Vous êtes payés pour faire ces émissions...*
- 73) *Quel est le niveau actuel de notre humour ?*
- 74) *Parlant du niveau de l'humour camerounais vous aviez déclaré « il y a des gars talentueux mais il y a beaucoup de jongleurs... »*
- 75) *C'est qui les talentueux ?*
- 76) *C'est qui les jongleurs ?*
- 77) *Quels sont vos projets ?*

Notons que ce protocole est déjà une forme achevée après critiques, relectures et corrections par les réalisateurs. Les autres ne sont pas aussi consistants que ce protocole principal parce que l'objectif est de recueillir des témoignages courts.

Les intervenants du programme, c'est aussi l'équipe de production dont le réalisateur a la responsabilité de contacter chacun dans les brefs délais. Notamment, les cadresurs, le droniste, le perchiste, l'éclairagiste et la présentatrice. Ensuite, le réalisateur, le cadreur et le directeur photo s'en vont faire le repérage.

Cette phase consiste à valider le lieu de tournage. Le lieu varie selon le tournage, le décor et la vision recherchée par le réalisateur. Le repérage prend une demi-journée et se matérialise par

la prise d'images du lieu. Il faut mentionner que le repérage se fait pour le tournage de la présentatrice uniquement. Cela s'appelle dans le jargon de l'audiovisuel le *Stand-up* ou le Plateau. Il n'est pas nécessaire d'en faire pour les autres rubriques car, ce sont des interviews libres qui se font selon la volonté de l'invité. C'est ainsi que s'en suit la vérification du matériel ou *Check-up*.

Le *Check-up* consiste simplement à s'assurer que le matériel de tournage soit bel et bien opérationnel : c'est-à-dire que toutes les caméras sont fonctionnelles et bien configurées (réglage de la qualité d'images, niveau de batterie), que les batteries de micro soient à niveau, les lumières soient à fond, etc. Ceci avant le jour du tournage.

- **La production** : cette étape désigne l'ensemble des opérations de prise de vues et de son. Le terme le plus approprié est tournage. Il se fait au lendemain de la vérification du matériel et débute au matin. À 7h30 minutes, l'équipe de production est déjà sur le lieu de tournage, fait les dernières vérifications avant que le réalisateur ne lance le clap de début.

Techniquement, l'équipe tourne plusieurs prises d'une même scène afin d'avoir un bon rendu de présentation qui sera affuté à la postproduction. Puisque c'est un tournage du plateau, les cadreur sont différemment positionnés pour avoir les meilleures valeurs de plans possibles de la présentatrice. Mais il faut noter que la prise des valeurs de plan varie selon l'émission. Pour un tournage Plateau de *Travelling*, la scénarisation est telle que la présentatrice est debout et marche comme si elle s'entretenait avec une tierce personne. Durant cette marche, les cadreur captent les plans selon leur positionnement. Cette scène est pareillement développée pour le présentateur de *En Promenade Avec*. Par contre, pour *Yayato*, la présentatrice est assise et s'entretient avec l'invité principal, quoique les plans soient différemment captés par les cadreur aussi. S'agissant de *À la maison*, l'on se concentre uniquement sur la personnalité publique (puisque le décor, c'est son domicile) et pas sur la présentatrice dont on entend que la voix.

Tournage Invité (Benjamin Bidias, réalisateur) d'une édition de *Travelling*

Source : Jacques Ekwa Ekoko



Tournage Plateau d'une édition de *Travelling*





Tournage Plateau d'une édition de Yayato

Source : Marie Patrick Boris Nkoa

➤ **La postproduction** : c'est la phase de fabrication des éléments tournés afin d'obtenir un produit fini et prêt à être diffusé. Concrètement, il s'agit d'un assemblage cohérent et logique des éléments tournés à la production afin d'avoir un produit audiovisuel techniquement et artistiquement accrocheur. Nous pouvons la décomposer en sous-étapes à savoir : le dérushage, le bout à bout, le pré-montage, le montage proprement dit, l'étalonnage, le peaufinage et la réduction, et l'exportation du produit.

- **Le dérushage** : le terme a pour radical « rush », qui renvoie à l'élément audiovisuel brut enregistré durant le tournage. Le dérushage consiste à visionner et écouter soigneusement tous les éléments enregistrés. L'objectif est de trier les bons éléments nécessaires au montage proprement dit. Le dérushage peut aller jusqu'à une semaine et se fait avec les monteurs et les réalisateurs. À mesure que le monteur et le réalisateur écoutent ou visionnent les rushes, ils les classent dans des dossiers spécifiques en fonction de leur importance. C'est à partir du dérushage que l'équipe de montage définit le plan au montage : c'est-à-dire sélectionner les rushes utiles et les aligner sur les différentes pistes audios et vidéos du logiciel d'édition vidéo Adobe Première Pro. Les rushes inutiles sont simplement supprimés.
- **Le bout à bout** : c'est le début du pré-montage, qui consiste à aligner les clips et sons sur les pistes audios et vidéos. Ce travail se fait sur le logiciel d'édition numérique Adobe Première Pro. C'est un logiciel d'édition appartenant à la suite Adobe qui est principalement consacré à l'édition des vidéos. Il est constitué d'une interface composée de quatre principaux panneaux à savoir : le panneau de dossiers contenant les rushes vidéos et audios (au bas et à gauche de l'interface), le panneau de prévisualisation de l'élément sélectionné (en haut et à gauche de l'interface), le panneau de traitement du clip (en haut et à droite de l'interface) et le panneau des pistes audios et vidéos (en bas et en droite de l'interface). Sur certaines interfaces, l'on peut avoir aussi à l'angle droit le tableau des effets. Sur le plan technique, le bout à bout vise à caler les entrées et les sorties du clip ou du son (cela s'appelle des *in* et des *out*), importer le clip ou le son à traiter et l'aligner dans les différentes pistes. Il est possible d'aligner jusqu'à cinq (05) pistes vidéos de clips et quatre (04) pistes audios en fonction de la version du logiciel Adobe Première Pro. L'objectif est d'avoir

un bon montage au rendu final. L'étape du bout à bout nécessite la présence du journaliste (en plus du réalisateur) pour qu'il commence à rédiger son papier.

Panneau de prévisualisation

Panneau des rushes



Panneau visualisation du clip

Interface d'Adobe Première Pro, version 2020

Cliché : Marie Patrick Boris Nkoa

Panneau montage

- **Le prémontage** : c'est le début du montage. Il est question pour le monteur de faire un assemblage cohérent d'images et de sons. Le monteur en collaboration avec le réalisateur, s'arrange à faire figurer un plan à la place d'un autre ; ceci permet de garder le dynamisme aux yeux du téléspectateur qui verra l'émission plus tard. La cohérence réside dans le fait d'avoir une progression digeste durant la lecture du son en lien avec les différents plans alignés. Garder un même plan pendant un long moment pourra certainement fatiguer les yeux du téléspectateur ; et donc, il faut passer d'un plan à un autre après trente (30) à quarante-cinq (45) secondes de lecture du plan précédent. Par analogie, c'est comment avoir un extrait de textes non ponctués ou excessivement ponctués qui va certainement « étouffer » la lecture. Pendant le pré-montage, le réalisateur suggère déjà des endroits où il faudra apporter des touches d'effets ou des retouches d'images. Cette phase peut aller jusqu'à trois (03) jours de travail.
- **Le montage** : il se diffère du pré-montage en ceci qu'il est question d'ajouter des effets techniques et artistiques. Le pré-montage fait travailler la cohérence entre les images et les différents sons, mais le montage fait déjà allusion à la retouche des effets techniques et artistiques. Concrètement, le monteur corrige les pistes qu'il trouve impropres comme : augmenter un gain audio lorsqu'il est bas, remplir la piste

audio de la gauche vers la droite afin que le PAD (prêt à diffuser) soit audible à la télévision, ajouter des images prises sur internet et libres de droits pour démontrer ce que dit le journaliste dans son papier, insérer les éléments d’habillage. L’habillage est une sous-partie du montage qui consiste à ajouter des éléments d’accompagnement aux clips ou aux sons. S’agissant des clips (éléments vidéos placés au montage), le monteur insère des images qui n’ont rien à voir avec ce que dit le sujet, mais qui servent de « respiration » aux yeux du téléspectateur. Cela rejoint ce que nous avons dit plus haut concernant la cohérence dans le pré-montage. À la différence qu’au niveau du pré-montage, le sujet est en train de parler malgré la différence de plans, alors que dans les éléments d’habillage, l’on peut insérer en lieu et place un plan où le sujet est en train de marcher, de manger, de chanter... pour donner du dynamisme à la lecture, mais sans perdre de vue la cohérence. Cette partie de la postproduction est le nœud du travail car, elle nécessite du monteur, une vivacité et une lucidité d’esprit. C’est pour cette raison que le réalisateur est son homme de main. À côté de l’habillage de plans, il y a aussi l’habillage sonore qui consiste simplement à insérer un fond sonore en rapport avec l’émotion recherchée chez le téléspectateur. Un fond sonore ne s’insère pas fortuitement ; la musique (libre de droits faut-il le rappeler) est choisie selon l’ambiance des images et le rendu journalistique. C’est sans oublier également les sons d’ambiance captés pendant le tournage qui rapprochent le film de la réalité. Pendant le traitement audio et vidéo, il est conseillé de souvent monter le fond sonore pendant une courte durée, ou monter les paroles des intervenants : cela s’appelle en réalisation « le plein son ». Son rôle est très capital car, il permet de créer un rapport intime entre le téléspectateur et l’émission, de créer une tension émotionnelle avec ce dernier. Pendant ce traitement vidéo, l’équipe de montage sélectionne quelques extraits pour monter plus tard la bande annonce de l’émission. Un bon produit audiovisuel, c’est aussi l’effet colorimétrique des images visualisés. Ce procédé de correction des couleurs est appelé l’étalonnage.

- **L’étalonnage** : dans les maisons de production à forte notoriété (*Inception arts & Com* au Cameroun, *Chambeny Enternainment* ou *Marvel Studios* aux États-Unis, il existe des monteurs uniquement spécialisés dans la correction colorimétrique. C’est pour dire l’importance accordée à cette partie du montage. Pour le cas de Créativ Com 237, la tâche revient aux monteurs en service. Techniquement, il s’agit de corriger les endroits où les couleurs ne sont pas appropriées. Souvent dans le papier du journaliste, lorsqu’il y a une séquence qui a trait à l’histoire, le monteur configure le ou les plans

y afférents en noir/blanc pour traduire le caractère historique de la situation. C'est une sorte de « tricherie » ou « doublage » qui s'inscrit dans les standards internationaux du montage et de la réalisation. Étant donné qu'il est impossible de retourner physiquement dans le passé pour recueillir les témoignages. L'étalonnage s'applique beaucoup plus avec les spots publicitaires et les films d'entreprises des clients car l'équipe travaille en fonction des critères voulus par ces derniers. En revanche, il se fait moins avec les propres émissions de Créativ Com 237.

- **La réduction et le peaufinage :** pour un souci de professionnalisme, il est bon de monter les éléments tout en gardant le calibrage exact. C'est là que la réduction et le peaufinage interviennent. La réduction consiste simplement à enlever ou couper les parties du produit jugées moins importantes par le réalisateur. Pour réduire, il faut faire preuve de neutralité car, il n'est pas évident de dire au monteur de supprimer une partie qui pourrait être plus importante que ce qui va rester. Parfois pour réduire, il faut une entente parfaite entre le monteur et le réalisateur. L'on ne coupe que les parties que l'on juge vraiment inutiles sans perdre de vue la cohérence et la logique de la lecture du produit. Le peaufinage, quant à lui, consiste à refaire une dernière lecture en corrigeant les détails qui ont échappé aux yeux du monteur. Les deux étapes sont interdépendantes l'une de l'autre. Le monteur peut simultanément réduire en peaufinant. Tout dépend de l'organisation du travail et de l'objectif fixé par le réalisateur.

- **L'exportation du produit :** c'est le bouclage du montage. Cette étape consiste à transformer le clip en un prêt à diffuser (PAD). Durant le processus, il est très important de configurer la qualité d'images (de préférence la meilleure qualité) et le dossier de sauvegarde du PAD. Tant il est vrai que le monteur peut aussi configurer la qualité d'images au tout début de son travail, lorsqu'il ouvre un nouveau projet sur Adobe Première Pro. L'exportation peut prendre jusqu'à une heure de temps, voire plus. Pour le cas de Créativ Com 237 et sachant que les monteurs travaillent sur un I Macintosh 12, l'exportation va jusqu'à une heure de temps maximum. L'avantage de cet ordinateur est qu'il a une RAM (*random access memory*) relativement rapide à l'exécution des tâches.

- **La promotion** : une fois le PAD prêt, le réalisateur ou un autre collaborateur s'en va déposer une copie de l'émission auprès du responsable des programmes du diffuseur partenaire (VoxAfrica pour *Travelling*, Canal 2 international pour *Yayato* et *En Promenade Avec*, Vision 4 Télévision pour *À La Maison*.) Ensuite, commence la communication promotionnelle autour de l'émission.

C'est une communication de proximité qui se fait sur le digital suivant un planning de communication soigneusement défini par le réalisateur, Lionel Nname. Pour ce faire, l'infographe conçoit et monte plusieurs visuels relatifs à la communication. Durant ce temps, le monteur peaufine la vidéo de la bande annonce de l'émission dont les éléments ont été tirés du montage. Lorsque les visuels sont prêts, l'infographe les transmet au réalisateur qui, à son tour, les envoie dans un forum particulier pour les dernières corrections, autrement appelées les *imputs*. Le plan de communication digital se fait pendant toute une semaine sur toutes les plateformes possibles (Facebook, WhatsApp, Twitter), c'est-à-dire un visuel durant une heure bien précise. Toute l'équipe de Créativ Com 237 devra obéir à cette heure, afin de produire un effet Boomerang sur l'audience. Plus les visuels sont partagés, mieux le public prend connaissance du rendez-vous télé. De plus, l'entreprise a des partenaires du digital qui vulgarisent davantage la communication autour du programme. Il s'agit des médias en ligne comme : *Médiatude*, *Le Quatrième Pouvoir*, *Bimstr 237*, *Média-Action*. La communication, c'est aussi la bande annonce que la télévision partenaire diffuse régulièrement pour toucher les cibles secondaires, en plus de la cible principale et du cœur de cible.

## QUELQUES VISUELS DE COMMUNICATION DES ÉMISSIONS.



Charlotte Dipanda

Son parcours, ses amours, son passé, son présent  
son futur.

**YAYATO**

Jeudi 1<sup>er</sup> Septembre 21h29 heure d'Eboné

CANAL 2 INTERNATIONAL



Visuel de l'invitée principale de *Yayato*, édition du jeudi 1<sup>er</sup> septembre 2022

**Source :** Marie Patrick Boris Nkoa

Visuel du Gros plan de *Travelling*, édition du 03 mai 2023.

*Ses coups de coeur,  
coups de gueule,  
sa vie privée,  
son parcours...*

**MICHÈLE NGOUMOU**  
LA TATA NATIONALE

TRAVELLING -3    MERCREDI 3 MAI    20H GMT    v-xafrica  
EDITION EXCEPTIONNELLE

bimstr    Mediatude    [Logo]    [Logo]    [Logo]

Source : Marie Patrick Boris Nkoa



**EN PROMENADE AVEC**

**JOËL MPAH DOOH**

*Mercredi 28 Septembre 21h29*





*Vous allez aimer la télé*



**EN PROMENADE AVEC**

**“Promenade écologique” avec**

**JOËL MPAH DOOH**

*Mercredi 28 Septembre 21h29*





*Vous allez aimer la télé*

Visuels de l'invité de l'émission *En Promenade Avec*, édition du mercredi 28 septembre 2022

Source : Marie Patrick Boris Nkoa



**Source :** Marie Patrick Boris Nkoa

**La diffusion :** c'est tout simplement le moment où le public consomme le PAD à travers la télévision partenaire (Vox Africa, Canal2 international, Balafon Télévision). Mais après la diffusion de l'émission sur les antennes télé, les internautes peuvent revoir le programme sur la page Facebook et le compte YouTube de Créativ Com 237. Cela fait partie d'un des modèles économiques de l'entreprise car, ces plateformes principalement sont monétisées. Pour inviter de ce fait le public à revoir le programme sur les plateformes, le monteur fait un travail en amont qui est de sectionner l'émission en quelques extraits que l'ensemble du groupe publie dans les

différents foras. L'extrait est accompagné du lien qui redirige soit sur la plateforme YouTube, soit sur la page Facebook.



Diffusion de l'émission *Yayato* sur Canal 2 international

**Source :** Marie Patrick Boris Nkoa

Après chaque diffusion, le débriefing se fait lors de chaque réunion de production. L'objectif est de connaître les défaillances sur le fond et sur la forme de l'émission, repérer ce qui est à améliorer pour rendre encore les prochaines éditions plus intéressantes. Les critiques constructives sont également faites par les téléspectateurs et internautes profanes ou avertis. Elles peuvent porter sur tous les aspects de l'émission, mais l'objectif final est de rendre les contenus bien meilleurs.

Rappelons qu'après ce processus, l'équipe se remet à nouveau au travail pour la préparation de la prochaine édition, selon un calendrier de travail établi par le réalisateur en chef.

S'agissant des marchés de spots publicitaires et de films d'entreprises, le schéma est le même à quelques nuances prêtes.

- **À la préproduction :** il y a deux options ; soit le client écrit lui-même son script, soit il confie l'écriture du script aux réalisateurs. Ceux-ci tiennent compte à la fois du contenu du script et de la partie technique ; c'est-à-dire les valeurs de plan à adopter ;
- **S'agissant de la production :** le tournage se fait selon le décor voulu par le client, mais avec des suggestions de l'équipe de tournage. Il n'est pas nécessaire de faire appel à toute l'équipe ;
- **La postproduction :** le monteur et le réalisateur travaillent sur la vidéo à livrer. Cette étape particulièrement peut prendre assez de temps car, le client, après avoir visionné la première sortie, fait des suggestions que l'équipe de montage prend en compte.

Dans cette étape, tout le monde ne peut pas être retenu dans tous les marchés. Tout se fait selon l'exigence du travail et chaque personne associée est rémunérée au prorata des efforts fournis. C'est un modèle économique basé sur la compétence : plus vous êtes productifs, mieux vous êtes rémunérés et l'entreprise est également en hausse.

Il faut noter qu'après la diffusion de chaque émission, le groupe procède par ce qu'il y a lieu d'appeler un service après-vente. C'est une technique marketing qui consiste à partager des extraits de l'émission précédemment diffusée. Cet extrait est accompagné d'un lien YouTube pouvant permettre aux internautes de revoir intégralement le programme, non plus sur le diffuseur partenaire, mais sur la chaîne YouTube de l'entreprise Créativ Com 237. Cette stratégie permet non seulement une diffusion aussi étendue que possible du programme, mais aussi de générer des revenus grâce à la monétisation du contenu vidéo par l'entreprise YouTube. Pour augmenter le niveau de monétisation de la vidéo, chaque membre du groupe est tenu de partager l'extrait vidéo préalablement coupée et accompagnée du lien YouTube de la chaîne.

## **EMISSIONS PRODUITES PAR CREATIVE COM 237**

### **Travelling**

C'est un programme magazine de niche dédié à l'actualité des médias et des hommes de média camerounais. Il est diffusé un mois sur deux, sur les antennes du diffuseur VoxAfrica, disponible sur le distributeur du groupe Canal+. C'est un programme au format de quatre-vingt-dix minutes (90) minutes, soit une heure et 30 minutes. La conception a été inspirée du vocabulaire technique et relatif à la production audiovisuelle en général et aux mouvements de la caméra en particulier. En effet, dans le langage de la production audiovisuelle, le *Travelling* est un terme anglo-saxon qui désigne le mouvement de la caméra durant lequel, le cadreur suit le moindre mouvement, la moindre action du sujet filmé. Le nom a donc été choisi non seulement pour un souci d'originalité du projet, mais dans l'optique de montrer que Créativ Com 237 va suivre et enregistrer (comme une caméra) la moindre action des médias et des hommes des médias. Le projet existe depuis 2019 et la production, ainsi que la réalisation de l'émission sont entièrement assurées par toute l'équipe de Créativ Com 237. L'équipe de production est présentée suivant la fiche ci-après :

<b>Production</b>	Billy Flow
<b>Conception et réalisation</b>	Lionel Nname
<b>Réalisation 2</b>	Jacques Ekwa Ekoko
<b>Rédaction</b>	Alain Nagui Essono, Géraldine Ivaha, Armand Nyegue, Ndo Ekomane, Ginette

	Biban, Vicky Mfendum, Liz Ossegue, Dolly Momba
<b>Cadreurs</b>	Christian Boidje, Yves Kouam, Brice Fotso
<b>Monteurs</b>	Alain Bell Singon, Richard Bitete Nama, Miguel Ngoli.
<b>Présentatrice</b>	Kristy Djemb's
<b>Technicien son</b>	Guillaume Metsanoua
<b>Collaboration</b>	Aicha Kérole, Serge Tenga, Marc Arthur Simo, Francis Moukam, Georges Epoh, Kate Awanda

Les rubriques de *Travelling* sont les suivantes :

- **le Zoom** : cette rubrique est une enquête exclusive sur un fait d'actualité brûlant qui touche de près les médias et les hommes de média. Le sujet d'enquête est en rapport avec la vie politique, économique, sociale, professionnelle et culturelle de la société camerounaise. En effet, un média est une entreprise et vit des réalités au même titre que les autres. Il est alors important de s'intéresser au vécu, à l'apogée ou au déclin de cette entreprise car, elle impacte significativement l'ensemble de la société camerounaise. De même qu'un homme de média est d'abord un Homme comme tous les autres qui a également ses réalités vécues auxquelles il serait salubre de marquer un temps d'arrêt sur ce dernier. Le Zoom est alors cette rubrique de trente (30) minutes en moyenne qui recense ces faits sous le format journalistique d'une enquête ;
- **Making off** : c'est une rubrique beaucoup plus technique. Dans la mesure où elle s'intéresse aux techniques de production et de réalisation des émissions camerounaises régulièrement ou non diffusées sur les antennes. Calibrée à vingt (20) minutes, elle permet à l'équipe de production de Créativ Com 237 de se glisser dans les coulisses de tournage d'une émission. Par exemple, comment l'équipe de production de la CRTV produit-elle et réalise-t-elle un match de football de la *MTN Elite One*, ou alors comment l'équipe de production de la CRTV produit-elle et réalise-t-elle le programme dominical « Scènes de presse » ;
- **Story-Telling** : Cette rubrique d'enquête est consacrée à la genèse des groupes de presse au Cameroun : leur contexte de naissance, leurs objectifs, leurs fondateurs, leur apogée et leur déclin. Le story-telling est aussi consacré à un hommage rendu à

un homme de média qui a rendu l'antenne. C'est une rubrique qui ne figure pas toujours dans toutes les éditions produites en raison des sujets arrêtés à la conférence de rédaction.

- **Gros plan** : l'expression « gros plan » découle aussi comme *Travelling* d'une valeur de plan de la caméra. Techniquement, le gros plan permet de fixer et de rapprocher la caméra sur le visage du sujet, afin de susciter une émotion chez le téléspectateur. À ne pas confondre avec le « très gros plan » qui, plus rapproché que le gros plan, permet de ressortir l'expression émotionnelle du sujet.

La rubrique « gros plan » consiste à s'intéresser à la vie d'un homme ou une femme de média qui fait l'actualité de l'univers médiatique camerounais afin de susciter une émotion particulière chez le téléspectateur comme le gros plan de la caméra. Le choix de la figure médiatique se fait en fonction de sa notoriété, de sa popularité contextuelle ainsi que de la notoriété du média dans lequel il/ elle est en service. La rubrique est calibrée à vingt-six minutes (26) minutes en moyenne ;

- **La télécommande** : cette rubrique est plus divertissante. Ici, l'équipe de Créativ Com 237 choisit un téléspectateur ou une téléspectatrice qui parle de ses préférences médias. Notamment : son émission télé/radio préférée, son journal écrit préféré, sa figure médiatique préférée. Calibrée à quatre (04) minutes, elle permet de faire un petit sondage sur les émissions les plus regardées au Cameroun.

Pour plus de dynamisme et afin d'accrocher davantage les *Travellers* (terme employé pour désigner les téléspectateurs de l'émission), l'équipe de production propose à chaque fin d'année un condensé de quelques séquences de toutes les éditions précédentes de l'émission. Cette édition particulière a été baptisée *Best Of Travelling*. C'est une production qui participe à la promotion continue du programme. Dans son contenu d'ailleurs, la présentation sommaire se fait par une figure médiatique camerounaise qui a une très forte réputation (Claudy Siar, Alain Belibi, J.Point Rémy Ngono, Eric Christian Nya...). Sans perdre de vue que l'édition exceptionnelle dispose de son propre logo pour un marketing direct.

Le programme dispose de ses synthés d'habillage adaptés aux couleurs du logo de l'émission.



Logo de l'émission Travelling

Source : Marie Patrick Boris Nkoa



Logo de l'émission *Best Of Travelling*

Source : Marie Patrick Boris Nkoa



### Synthé d'habillage

Source : Marie Patrick Boris Nkoa

### Yayato

C'est aussi un programme magazine de quatre-vingt-dix minutes (90) minutes consacré à l'actualité des acteurs des arts et de la culture. Il ne fait aucun doute que vendre la culture d'un pays est ce qui est des plus impérieux pour ce pays. Le programme *Yayato* est un moyen de promotion de l'identité culturelle camerounaise, et de tout ce qui compose cette culture (musique, cinéma, arts, sculpture, danses, parures...etc.) Il est diffusé mensuellement, précisément en début de mois sur Canal 2 international. Le terme « Yayato » est un sociolecte très connu dans l'univers langagier camerounais. Il traduit la convivialité, la réjouissance, l'hospitalité, la socialité entre compatriotes, entre fils et filles d'un même terroir. Le programme *Yayato* est alors un programme de réjouissance, de convivialité et de socialité entre les téléspectateurs et les acteurs de la culture camerounaise. L'équipe de production est la suivante :

<b>Production</b>	Billy Flow
<b>Conception</b>	Lionel Nname, Tina Songue
<b>Réalisation 1</b>	Lionel Nname
<b>Réalisation 2</b>	Jacques Ekwa Ekoko
<b>Rédaction</b>	Alain Nagui Essono, Géraldine Ivaha, Armand Nyegue, Ndo Ekomane, Ginette Biban, Vicky Mfendum, Dolly Momba, Liz Ossegue

<b>Cadreurs</b>	Christian Boidje, Yves Kouam, Brice Fotso
<b>Monteurs</b>	Alain Bell Singon, Richard Bitete Nama, Miguel Ngoli.
<b>Présentatrice</b>	Princez Marlène
<b>Technicien son</b>	Guillaume Metsanoua
<b>Collaboration</b>	Patrice Minko'o Minko'o, Aicha Kérole, Serge Tenga, Marc Arthur Simo, Francis Moukam, Georges Epoh, Kate Awanda

Ses rubriques sont les suivantes :

- **Backstages** : c'est une rubrique, plus technique, consacrée à la préparation d'un événement culturel par un acteur camerounais. Il s'agit en effet pour l'équipe de Créativ Com 237 de s'insérer dans les coulisses de préparation d'un événement, d'une cérémonie, de la production d'un film ou série camerounaise, ou alors d'un rituel. L'expression *Backstages* en anglais renvoie au terme « coulisses » en français. Par cette, rubrique, l'équipe capte les coulisses de la fabrication d'un produit culturel. Elle est calibrée à vingt (20) minutes ;
- **L'invité** : rubrique centrale de l'émission, elle est consacrée à un entretien avec un acteur de la culture camerounaise. Ce peut-être une artiste-musicienne, un acteur du cinéma camerounais ou un acteur de série camerounaise. Durant l'émission, la rubrique particulièrement est séquencée en trois moments et interposée par les rubriques d'après, c'est-à-dire : l'enquête exclusive, le pinceau d'Arol et le Yamo. Ce séquençement permet de rendre l'émission digeste et dynamique pour ne pas donner un moment de répit et d'ennui au téléspectateur. Elle dure 30 minutes en moyenne ;
- **Enquête exclusive** : elle est consacrée à produire un grand reportage sur les tendances, les ascensions, les baisses, le rythme de vie de l'univers culturel camerounais. Les sujets touchent entre-autres : le cinéma, la musique, l'art, les danses, les web séries... leur rapport à la société camerounaise, quel est leur réel impact, etc. c'est une rubrique d'enquête qui a la particularité de toucher tous les secteurs de la culture. Elle est calibrée à vingt (20) minutes ;
- **Le pinceau d'Arol** : c'est une rubrique de six (06) minutes du chroniqueur camerounais Arol Ketch. Elle consiste à rendre un hommage aux légendes qui ont fait les lettres de noblesse de la musique camerounaise. Il peut s'agir des figures

comme : Afana Ebogo Dieudonné (Jean Miché Kankan), Nkotti François, Anne Marie Nzie, Essindi Mindja, Epeme Théodore...etc. L'idée est d'amener la jeunesse camerounaise à se reconnecter aux items culturels de chez soi car, ce qui se vend le mieux est le plus original ; et le plus original est ce qui vient de chez nous ;

- **Le Yamo** : Dans le jargon camerounais, précisément celui des jeunes, l'expression *Yamo* renvoie à ce qui procure du plaisir. La rubrique Le Yamo consiste à faire parler un téléspectateur camerounais sur sa préférence musicale. Elle est calibrée à 06 minutes.

Il faut rappeler que tout comme l'émission Travelling, Yayato a également une édition exceptionnelle produite en fin d'année qui recense quelques séquences des éditions précédentes. L'équipe l'a baptisée *Best Of Yayato*. Cela permet de vendre la qualité du contenu et aussi d'attirer les sponsors. Les synthés d'habillage du programme sont composés du nom et du titre du sujet, sous un fond de peinture noire, dessiné artistiquement par un graphiste.



Logo de l'émission Yayato

**Source** : Marie Patrick Boris Nkoa

### Synthé d'habillage

**Source** : Marie Patrick Boris Nkoa



## À la maison

L'émission *À la maison* est consacrée à l'immersion dans la vie sociale d'une figure emblématique camerounaise, précisément dans son domicile. Il vient répondre à un souci de faire voir aux téléspectateurs la vie des personnalités publiques en dehors de leur cadre de travail. C'est pourquoi dans le processus de production et de réalisation de l'émission, l'équipe enregistre une personnalité politique, d'un acteur de cinéma, d'un artiste musicien, d'un homme de média, afin de rendre le concept aussi naturel que son appellation. D'où le slogan du programme « *on se lâche* ». Le décor de tournage est alors le domicile de l'invité où il s'investit dans ses activités (principalement la cuisson) tout en répondant aux questions que lui pose le journaliste dont on entend que la voix. Il dure vingt-six minutes (26) minutes et se produit sous un format magazine décontracté. L'émission est diffusée le jeudi à 20h30, puis rediffusée le samedi à 15h et le dimanche à 14h30 sur les antennes de Vision 4 Télévision.

L'équipe de production est la suivante :

<b>Production</b>	Créativ Com 237/ Kate Awanda
<b>Conception</b>	Kate Awanda
<b>Réalisation 1</b>	Lionel Nname
<b>Réalisation 2</b>	Jacques Ekwa Ekoko
<b>Cadreurs</b>	Christian Boidje, Yves Kouam, Jacques Ekwa Ekoko
<b>Monteurs</b>	Alain Bell Singon, Richard Bitete Nama, Miguel Ngoli
<b>Technicien son</b>	Guillaume Metsanoua
<b>Collaboration</b>	Patrice Minko'o Minko'o, Aicha Kérole, Serge Tenga, Marc Arthur Simo, Francis Moukam, Ulrich Takam, Ivo



Logo de l'émission *À La Maison*

## En Promenade Avec

Comme l'indique le concept, il est question de proposer aux téléspectateurs une ballade avec une personnalité publique. L'idée est de ressortir l'autre côté de la vie quotidienne de cette personnalité. Cette ballade est opérée dans des coins symboliques et propres à la personnalité publique. Cela permet aux téléspectateurs d'en savoir plus sur elle. En Promenade Avec est une co-production entre Créativ Com 237 et Platinum Productions dont le promoteur est le présentateur de l'émission qui se nomme *José Vicky De Ngeng Sona*. C'est un magazine produit au format 52 et qui est diffusé tous les derniers mercredis du mois sur Canal 2 international, ainsi que sur des antennes radio de *ABK Radio* et *Peña Mundi* à Douala. Les renseignements techniques sont indiqués dans la fiche suivante :

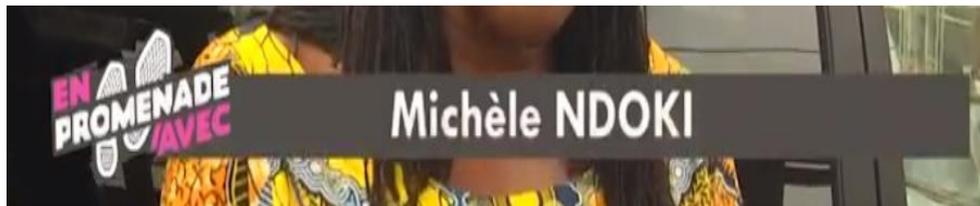
<b>Production</b>	Platinum Productions
<b>Conception</b>	José Vicky De Ngeng Sona
<b>Réalisation</b>	Lionel Nname
<b>Réalisation 2</b>	Jacques Ekwa Ekoko
<b>Cadreurs</b>	Christian Boidje, Yves Kouam, Jacques Ekwa Ekoko
<b>Monteurs</b>	Richard Bitete Nama, Alain Bell Singon
<b>Présentation</b>	José Vicky De Ngeng Sona
<b>Technicien son</b>	Guillaume Metsanoua
<b>Collaboration</b>	Kate Awanda, Aicha Kérole, Serge Tenga, Marc Arthur Simo, Francis Moukam, Alain Nagui Essono, Billy Flow



Logo de l'émission *En Promenade Avec*

Source : Marie Patrick Boris Nkoa

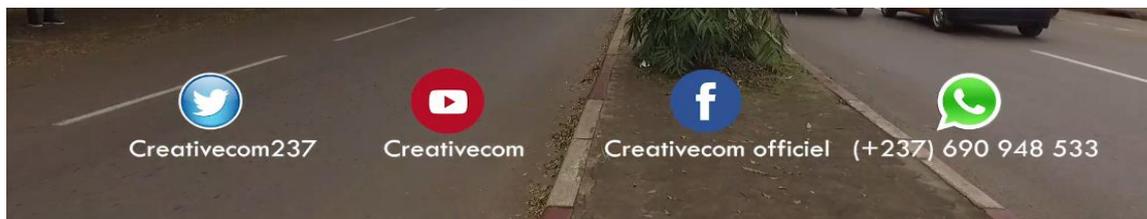
Le programme dispose aussi de son synthé d’habillage qui s’illustre dans la capture suivante :



Synthé d’habillage

**Source** : Marie Patrick Boris Nkoa

Il faut noter que toutes les émissions produites par Créativ Com 237 sont diffusées avec les synthés de promotion de la maison de production qui sont insérés intermittemment. Ce sont des synthés des réseaux sociaux à partir desquels, l’on peut contacter l’équipe pour solliciter leurs services. Ces différents réseaux sociaux sont : Facebook, WhatsApp, YouTube et Twitter. Nous les présentons en guise d’illustration dans l’image suivante :



Synthé de promotion de la maison de production

**Source** : Marie Patrick Boris Nkoa

## **OBJECTIFS, MISSIONS ET PRIORITÉS**

### **Objectifs**

En tant que société de production audiovisuelle, Créativ Com 237 a comme objectifs de :

- mettre à la disposition des camerounais, des contenus audiovisuels novateurs à travers des diffuseurs partenaires ;
- créer de l’emploi auprès des jeunes talents ;
- faire de l’audiovisuel, un moyen de promotion de la culture camerounaise ;
- promouvoir la communication audiovisuelle ;
- offrir un service de qualité auprès des entreprises et/ ou des particuliers.

### **Missions**

Les principales missions de Créativ Com 237 sont :

- être une référence dans l’univers audiovisuel camerounais et africain en termes de création et de production de contenus ;

- contribuer à la dynamique de la communication audiovisuelle au Cameroun ;
- amener le public camerounais à aimer davantage la télévision.
- favoriser l'auto-emploi.

### **Priorités**

Les priorités de Créativ Com sont les suivantes :

- s'adapter aux standards internationaux de l'audiovisuel ;
- s'offrir un matériel de pointe ;
- nouer des contrats de diffusion avec les télévisions locales.

## **DEUXIÈME PARTIE : DÉROULEMENT DU STAGE**

Nous allons décrire dans cette partie le déroulement de notre stage de participation au sein de Créativ Com 237 en deux volets, notamment l'accueil et l'imprégnation auprès du personnel d'une part, et les différentes tâches effectuées tout au long du stage d'autre part.

## **ACCUEIL ET IMPRÉGNATION**

### **Accueil**

C'est au cours d'une réunion de préproduction au domicile du réalisateur Lionel Nname le 30 juin 2022, au quartier Mendong dans l'arrondissement de Yaoundé 6, que nous avons été accueilli auprès de l'équipe de Créativ Com 237. Bien avant, nous lui avons confié notre dossier de stage et par la suite, le second réalisateur, Jacques Ekwa Ekoko nous a inséré dans les différents foras WhatsApp afin que nous nous imprégnions des habitudes de travail. Le premier point de la réunion était la présentation du stagiaire que nous sommes. C'est ainsi que le responsable de l'équipe, Lionel Nname, nous a longuement briefé sur les méthodes de travail et comment nous allons concrètement prendre la main au sein de l'entreprise durant notre séjour. Il n'a pas manqué également d'insister sur les compétences extra-professionnelles comme : la discipline, la ponctualité, la rigueur et l'adaptation à l'environnement de travail.

Chacun des collaborateurs s'est également présenté en indiquant sa fonction. Certains n'ont pas manqué de nous dire que nous allons apprendre quelques techniques relativement à leurs aptitudes ; dans l'optique d'acquérir une capacité supplémentaire durant notre stage, en plus de ce que nous sommes véritablement venus acquérir. Lors de cet entretien, nous avons également été informé des heures d'ouverture et de clôture, des heures de pause, des opportunités de marché à venir dont l'organisation va nécessiter l'implication et la participation de tous.

### **Imprégnation**

La particularité de notre stage de participation est que nous étions le seul étudiant du département d'Édition et Arts graphiques, également de l'Esstic à effectuer notre stage au sein de cette structure. Il nous revenait donc tout d'abord de clarifier auprès de nos collaborateurs et surtout auprès de notre encadreur quelle est la place d'un éditeur au sein d'une maison de production audiovisuelle, les tâches qu'il est appelé à faire. Ceci a permis que nous ne nous fondions pas dans les tâches des autres collaborateurs, sans réellement situer notre place. Dans une société de production audiovisuelle, nous avons beaucoup plus : des réalisateurs, des cadresurs, des monteurs, des journalistes, des présentateurs, des opérateurs de sons, des infographes, mais rarement des éditeurs.

Il nous fallait nous imprégner de l'environnement de travail aussi vite que possible, afin d'acquérir les compétences nécessaires et de situer notre rôle au sein de la chaîne de production audiovisuelle. Les tâches que nous avons effectuées tout au long de notre séjour se déclinent comme suit :

## **LES TÂCHES EFFECTUÉES**

### **La réalisation**

Relativement au travail de la conception et de la réalisation d'une œuvre éditoriale, nous avons participé à la production entière d'un film d'entreprise du groupe SABC. Concrètement, il s'est agi de : concevoir différents protocoles d'interview à adresser à chacun des intervenants de la production, écrire le synopsis, définir les valeurs de plan et les mouvements de la caméra en collaboration avec le réalisateur en chef et le cadreur, coordonner le tournage sur le terrain et superviser le montage jusqu'à l'aboutissement du produit fini.

Bien entendu, ces différentes étapes de la chaîne de production étaient encadrées par les réalisateurs Lionel Nname et Jacques Ekwa. Les responsables du groupe SABC proposaient des corrections à intégrer dans la vidéo. Corrections que nous prenions en compte. En plus, nous avons été appelé à participer à la réalisation d'une édition entière de l'Émission Travelling et aussi de Yayato. La réalisation consistait également à proposer des images que le public doit voir au niveau du montage. Il est souvent difficile de sélectionner les extraits de tournage que le public doit voir. Cela nécessite assez de rigueur. C'est similaire au travail de l'édition du livre où il importe pour le comité éditorial de corriger et de fabriquer un livre afin que cela soit clairement accessible aux lecteurs.

### **L'édition vidéo**

Auprès des monteurs, nous avons fait des pré-montages de quelques émissions, en fonction de notre capacité d'adaptation. Concrètement, nous avons observé comment le monteur s'y prend pour aligner et monter les différents rushs. Au service du montage, nous avons effectué le dérushage, le bout à bout, le pré-montage et le montage.

- Le dérushage : à ce niveau, nous avons visionné et classé les rushs des plus importants aux moins importants. Cela a permis au chef monteur de prendre une avance sur le montage de l'émission. Étant donné que la tâche se faisait sur un ordinateur de marque I Macintosh Pro 12, le travail était plutôt rapide et digeste. La carte mémoire que nous confiait le réalisateur ou le cadreur contenait plus de deux cents (200) rushs à visionner, puis à séparer les bons des moins bons afin d'en exploiter. Les rushs en question résultaient des différents tournages : soit des invités de Yayato ou de l'invité principal, soit des invités de Travelling ou de la

présentatrice. Par rubrique, les rushs sont estimés à 50 éléments en moyenne, vidéo ou audio. Ce travail de tri nous prenait parfois deux jours ou plus selon la teneur du travail. Il nous arrivait de quitter les lieux à 20h, surtout lorsque le travail relevait d'une commande de client car, il fallait être expéditif. À mesure que l'on dérushait, nous classions dans des dossiers créés dans le poste de travail, afin de faciliter la tâche aux autres monteurs. Un monteur est une personne ordonnée dans le rangement. Il se doit donc d'être lucide et rigoureux dans ce travail de tri.

- Le bout à bout : après que les éléments vidéos et audios soient rangés dans des dossiers, nous sommes passés à l'étape du bout à bout. Ce travail se fait dans le logiciel de montage vidéo Adobe Première Pro. La première est d'importer les dossiers contenant les rushs dans le tableau de dossier qui se situe au bas et à gauche de l'interface. Puis, en collaboration avec le monteur chargé de nous former, Richard Bitete Nama, nous avons calé les *in* et les *outs* de chaque clip à traiter pour les aligner ensuite sur les pistes de traitement. C'était à la fois les sons et les vidéos. Durant ce travail, il nous fallait en fonction du besoin, caler soit la vidéo uniquement, soit l'audio uniquement, soit les deux éléments à la fois.
- Le pré-montage : toujours sous l'encadrement technique de notre collaborateur, nous avons pré-monté deux émissions notamment, une édition de *Travelling* et une édition de *En Promenade Avec*. Durant le processus, il nous fallait être imaginatif, c'est-à-dire : savoir varier les plans sur le banc de montage. Chaque tournage fait au moins appel à trois cadres ; ce qui veut dire que nous avons plusieurs rushs associés aux sons du technicien son. Durant la variation des plans, il nous fallait couper et enlever certains plans jugés inutiles. Et puis raccorder les plans restants sur le banc de montage. Cette partie du travail demande que l'on soit vif, posé et prévisible parce que ce sont des émissions dont la plus courte est au format 26. Nous étions plus associé aux émissions de format 52 et 90. Cela nous permet d'apprendre patiemment les techniques de montage et de maîtriser les difficultés auxquelles sont confrontés les monteurs. Cet atelier nous a permis de connaître la majorité des raccourcis clavier que l'on peut utiliser durant un montage soit pour couper une vidéo, soit copier un élément, coller un élément, agrandir un élément...etc.
- Le montage : à la suite du pré-montage, nous sommes entrés dans le processus d'effets artistiques. En effet, nous avons participé à insérer les effets comme les transitions vidéos, les transitions audios, les effets de couleurs sur les plans (images

vidéos ou photos), l'insertion des textes. En effet, l'édition vidéo est un travail d'artiste ; il faut savoir mettre les effets qui vont donner un résultat qui touche à la perfection. L'éditeur de par son côté méticuleux et artistique, il nous revenait de faire des propositions aux collaborateurs et d'en accepter aussi pour une retouche parfaite de la vidéo.

Cet atelier a occupé tout notre séjour car, il nous fallait savoir naviguer sur le panneau montage, celui consacré au traitement de la vidéo et de l'audio. Cela nous a pris le temps qu'il fallait pour maîtriser les techniques liées au pré-montage et au montage. Conjointement à ce travail, nous avons fait des retranscriptions, du sous-titrage et de la réécriture.

### **La retranscription des programmes**

La retranscription est l'activité d'écrire ou de réécrire un programme dans son entièreté. Pour apporter notre contribution à la postproduction, nous avons transcrit et sous-titré un programme.

- La transcription : la première chose à faire était de réécouter l'émission entièrement, une fois l'exportation faite. Ensuite, nous avons réécrit tout ce que nous avons écouté. Pendant le processus et en collaboration avec le réalisateur, nous avons retenu certains morceaux de texte accrocheur pour la communication digitale. Étant donné que les émissions sont rediffusées sur les plateformes, la vidéo est accompagnée de quelques extraits servant de citations des intervenants, dans l'optique de pousser les internautes à regarder la vidéo. Durant la réécriture, nous avons appliqué au détail près la relecture/correction, l'application de la typographie et une ponctuation soignée. En fonction de notre rythme de saisie, il nous arrivait de transcrire en trois (03) jours maximum. Parfois, nous terminions le reste de la transcription à la maison et pendant la nuit car, c'est un travail de repli et de silence.
- Le sous-titrage : une fois les textes saisis, lus et corrigés, nous avons travaillé avec l'un des monteurs pour insérer les fragments de texte selon les interventions de chacun. Le sous-titrage a pour fonction de renforcer et de démontrer ce que dit l'intervenant. Il a aussi une fonction pédagogique en ceci qu'il permet au téléspectateur de mieux comprendre la thèse véhiculée par celui qui parle. Durant le sous-titrage, nous avons pris le soin de réécrire certaines phrases sans modifier le sens de ce que dit la personne. Nous avons pris le soin de garder le fond et la forme des textes ; et bien entendu, ce n'était pas à tous les niveaux que nous réécrivions. Techniquement, pour sous-titrer, nous avons travaillé sur Microsoft Word pour la saisie, et sur Adobe Première Pro avec l'outil texte. En réécoutant le projet, l'on

copiait les fragments de texte sur Word pour les coller sur l'interface de travail d'Adobe Première Pro. Le sous-titrage peut-être fatiguant si l'on n'est pas motivé et surtout si nous ne sommes pas imprégnés des règles d'écriture de base.

- La réécriture : il s'agissait tout simplement d'appliquer les règles syntaxiques, orthographiques, grammaticales et typographiques à nos différentes transcriptions, sans trahir la pensée de l'auteur. Avec la rigueur que ce travail nécessitait, nous avons parfois fait recours à notre Bescherelle et au dictionnaire lorsque nous étions habité par le doute.

### **La relecture/correction des synopsis et scénarii**

Lorsque des clients sollicitaient les services de l'entreprise, la plupart envoyaient des synopsis et scénarios qu'il fallait relire et corriger. Cette responsabilité nous revenait. Comme dans la retranscription, nous avons convoqué des outils de correction comme le dictionnaire et le Bescherelle. Lorsque le scénario était long, nous faisons souvent recours au logiciel « BonPatron » car, nous n'avions pas la licence d'achat du logiciel Antidote pour l'édition des textes. L'exigence variait d'un client à un autre : chez certains, nous avons plus insisté sur les règles grammaticales, orthographiques et de ponctuation, chez d'autres, c'était plus de la typographie. Surtout lorsqu'il s'agissait des clients occidentaux.

La particularité des scénarii est qu'ils contiennent non seulement les séquences et les scènes du film d'entreprise ou du spot, mais également les valeurs de plan à adopter par les cadresurs. Ce qui nécessitait plus de rigueur dans la relecture/correction. Il nous fallait en plus de rendre le texte lisible, faire des suggestions des valeurs de plan avec le réalisateur. Parfois, nous faisons ce travail en réunion de préproduction durant laquelle, nous travaillions à la fois sur la machine pour relire et corriger le scénario ou le synopsis ; et nous faisons la communication en temps réel dans le forum WhatsApp de l'état d'avancement de la réunion.

### **La réécriture de certains papiers**

Nous avons aussi fait la réécriture des papiers avec certains journalistes. Ce travail particulièrement se faisait en fonction de notre disponibilité car, nous étions plus occupé au banc de montage et à la retranscription. Lorsque le journaliste terminait son papier, nous faisons la relecture, la correction et la réécriture du papier. Puisque c'était le papier du journaliste, nous avons fait une réécriture provisoire que le journaliste en question prenait à moitié. La réécriture se faisait aussi avec l'étape du bout à bout au montage car, c'est ce qui fournit les idées d'écriture au journaliste.

## **L'édition en ligne**

Nous avons eu la responsabilité d'animer le compte Twitter de Créativ Com 237. Cette tâche consistait à sélectionner des fragments de texte préalablement écrits à la transcription, puis les publier sur le compte Twitter, avec des captures d'images à l'appui. Les textes en question étaient soigneusement relus et corrigés par une petite équipe créée par le réalisateur, dans laquelle nous étions inclus. Il faut noter que ces mêmes textes étaient publiés sur les autres plateformes, en occurrence YouTube, Facebook et WhatsApp. L'animation du compte se faisait à des heures de diffusion de l'émission. Cela permettait à ceux qui n'avaient pas ou qui n'étaient pas devant leur téléviseur de suivre l'émission en direct sur le compte Twitter et possiblement de réagir sur le compte par un commentaire. La diffusion de ces textes et images se faisait à la minute près de la séquence que nous avons visionnée au préalable ; afin que l'internaute ait l'impression que l'émission était diffusée en direct sur le compte Twitter.

La publication de ces fragments de texte ainsi que l'animation du compte Twitter se faisait aussi à des heures stratégiques afin de fidéliser l'audience. Ces heures sont : 8heures du matin, 11heures du matin, 02heures du soir (14 heures), 05 heures du soir (17 heures) et 8heures du soir (20 heures). En plus de la fidélisation, ces heures contribuaient aussi au marketing de l'émission en question.

## AUTRES TÂCHES EFFECTUÉES

Parallèlement aux tâches que nous avons faites au quotidien, nous avons également :

- ✓ participé au tournage Plateau de deux éditions de *Travelling* comme assistant réalisateur ;
- ✓ participé à la production d'un film d'entreprise comme assistant réalisateur ;
- ✓ participé au tournage des coulisses de tournage d'une Web-série avec le groupe les Rigolards de Mbalmayo, comme preneur de son ;
- ✓ participé à la couverture médiatique de la cérémonie des Awards des médias ;
- ✓ participé à la production d'une édition de *Yayato*, précisément au service de la rédaction ;
- ✓ participé à la production d'un spot publicitaire d'une entreprise cosmétique, en tant qu'assistant réalisateur ;
- ✓ participé à la production d'un spot publicitaire d'un champagne de luxe (*Elixir*) comme assistant monteur ;
- ✓ effectué une commission pour le dossier de sponsoring de l'émission *Yayato* par l'entreprise Camtel ;
- ✓ fait des propositions de techniques de production à l'équipe de production lors des réunions de préproduction et de recyclage de l'équipe ;
- ✓ rédigé notre dossier technique et notre rapport de stage à des heures libres ;
- ✓ payé les factures d'électricité de l'entreprise ;
- ✓ proposé un projet d'émission au réalisateur en vue d'évaluer la faisabilité ;
- ✓ discuté avec le réalisateur sur notre projet de fin de formation ;
- ✓ relayé de façon régulière les visuels de communication autour de chaque émission à chacun de nos contacts WhatsApp et dans nos différents foras, selon les heures stratégiques et bien entendu avant le jour et l'heure du rendez-vous ;
- ✓ proposé des invités à l'équipe de production pour les futures productions ;
- ✓ travaillé avec les cadreurs sur les mouvements de caméra ;
- ✓ participé à la production du film documentaire sur le cinquantenaire de l'Esstic ;
- ✓ assaini le matériel et le lieu de travail.

## **RAPPORT DOCUMENTÉ DE QUELQUES TÂCHES EFFECTUÉES**

**Retranscription Travelling, édition du 17 aout 2022.**

***Rubrique : Médias les mort-nés***

[01'57] *Ces médias ne vivent pas, ces radios survivent.* Francis Libéral Ex de NEW TV /

[02'23''] *A BNEWS 1, trois mois à peine qu'on avait commencé, on n'avait plus de salaires...* Ambroise Awono (Journaliste)

[02'30''] *Le journalisme m'a perdu quatorze années...* Auréole Tchoumi (Journaliste)

[03'43] *Au Cameroun, il n'y a pas des études d'audiences organisées qui existent ; les annonceurs sont obligés de jouer sur cette faiblesse pour baisser les coûts.* Rostand Tané (CEO de Média Intelligence)

[05'09''] *A TBC radio, j'allais tous les matins à pieds, je rentrais tous les soirs à pieds.* Richard B. ONANENA (Journaliste)

[05'17''] *J'ai dû m'évanouir à l'antenne en pleine émission parce que j'avais faim ; je ne*

*L'ai jamais dit publiquement mais c'est la vérité. ...* Richard B. ONANENA (Journaliste)

[06'43] *Afrik 2 radio, c'est le plus beau projet éditorial que le Cameroun ait connu.* Auréole Tchoumi (Journaliste)

[06'53] *Afrik 2 radio, c'est la plus grosse erreur de ma vie. Je suis resté pendant huit mois sans salaire. Mon jeune frère qui m'hébergeait était mort ; il dormait dans la chambre avec sa femme, et moi je dormais au salon.* Auréole Tchoumi (Journaliste)

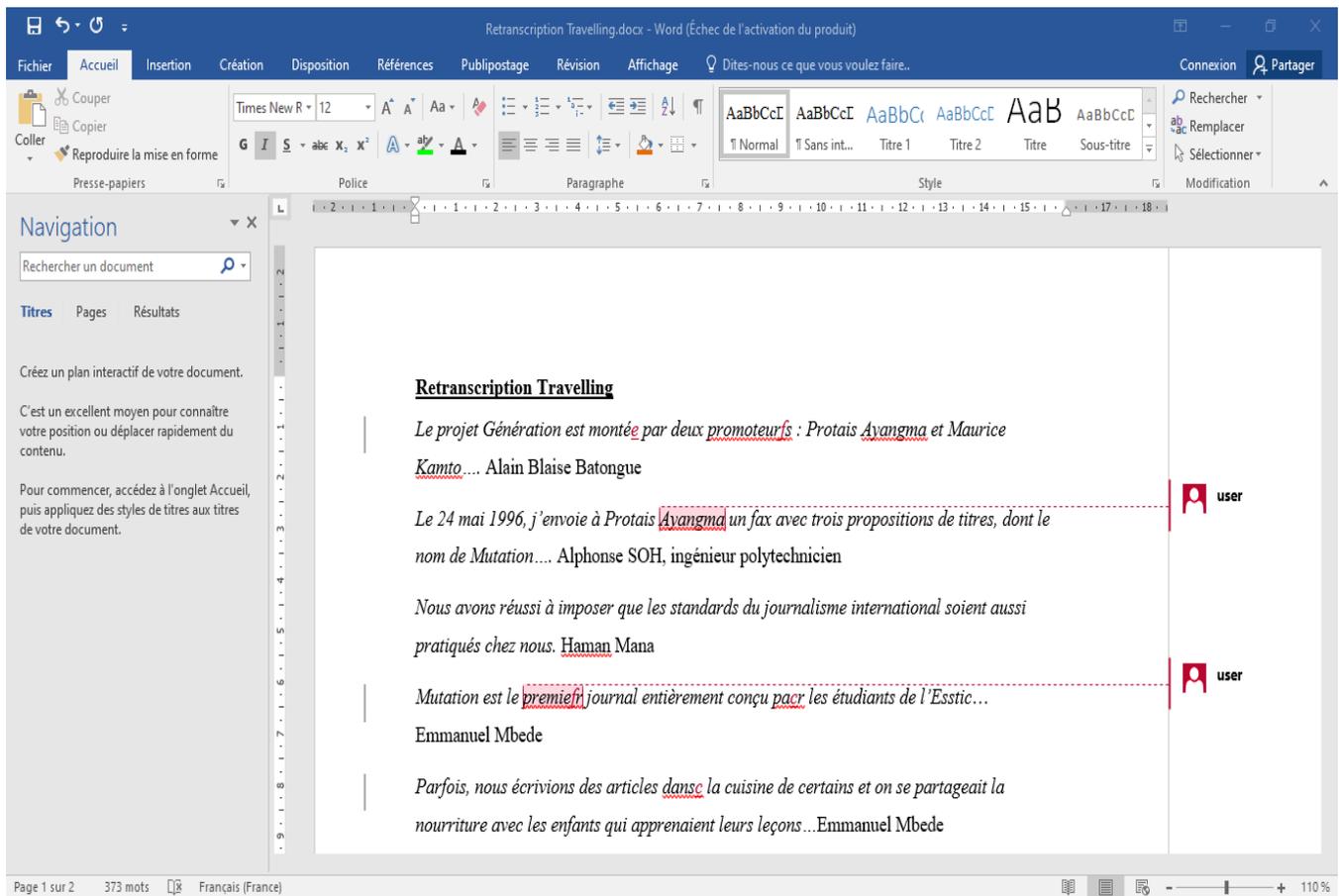
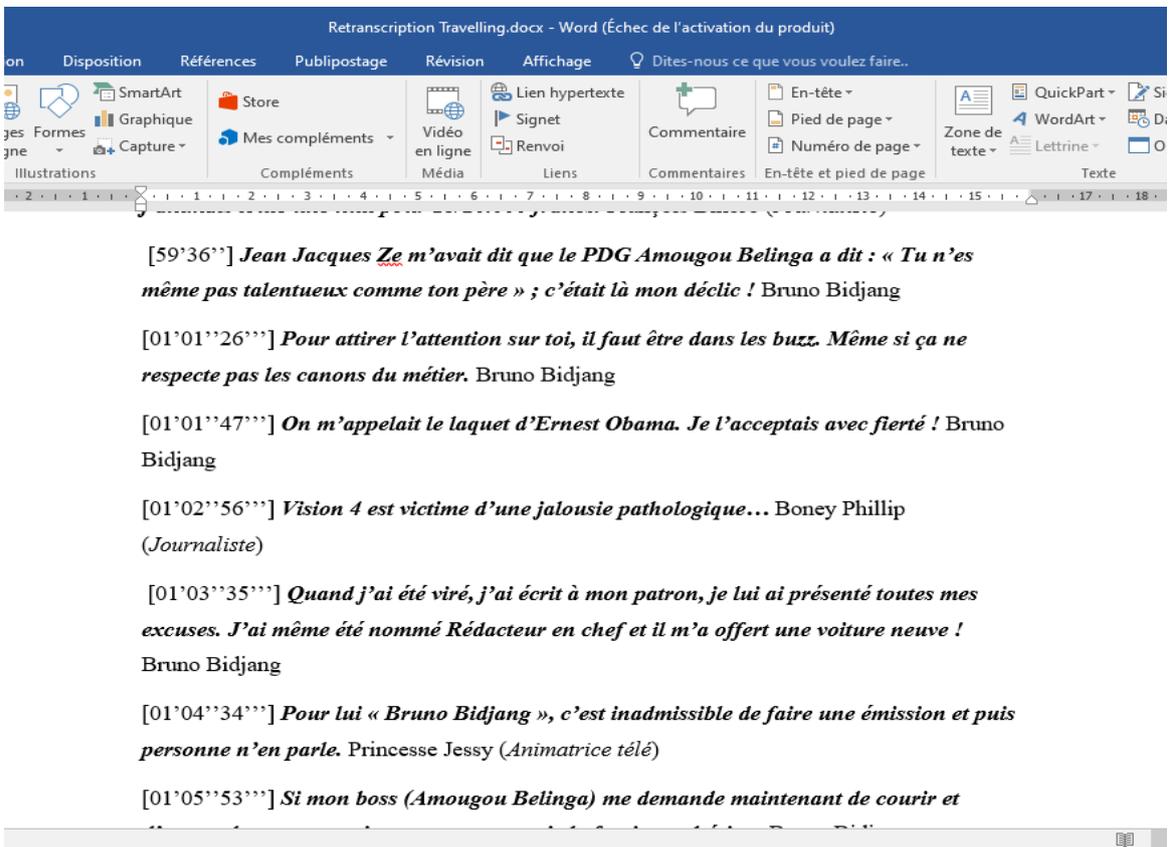
[07'24] *L'échec à Afrik 2 radio, la faute est à Polycarpe Essomba, parce qu'il a trop fait confiance à ses potes qui refusaient de lui dire la vérité.* Lionel Messi (Journaliste)

[08'27] *Je n'ai jamais perçu le moindre radis à Afrik 2 radio.* Auréole Tchoumi (Journaliste)

[09'00''] *Il y a eu des moments où j'ai dormi dans une carcasse de voiture à Yaoundé. Il y a eu des moments où j'ai dormi dans une maison abandonnée à Yaoundé.* Auréole Tchoumi (Journaliste)

[09'38''] *Le projet (Afrik 2 radio) va renaître avec moi à la tête.* Auréole Tchoumi







Dérushage des éléments relatifs à l'émission Travelling



Réduction et peaufinage du PAD de la bande annonce de l'émission « En Promenade Avec », en tant qu'assistant monteur.



Montage de la rubrique « le Zoom » de l'émission Travelling



Pré-montage du Plateau Yayato

changemntchangement climatique. J'ai comme l'impression que nous n'avançons pas!  
(Expression du mécontentementmécontentement) --mécontentement) ... (Plan d'ensemble  
des deux et des plans contre champs)\*cas de l'option2.

**ProFE** : Qu'est ce qui n'avance pas au justeconcrètement? (Plan rapproché poitrine)

**ProCisa** : les approches sont mises en œuvres, mais je ne vois pas toujours le changement  
opéré sur les techniques et procédés de transformation, de structuration et d'organisation des  
groupes/coopératives ; et l'application de l'adaptation aux changements climatiques par  
moyens de subsistance...(plan rapproché taille, plan rapproché poitrine, insert main, gros  
plan : pendant que ProCisa parle, un gros plan en Zoom nous permet d'entrer dans ses  
pensées pour illustrer ce qu'il est en train de dire)

**ProFE** : Tu sais, il y'a plusieurs approches existantes, mais il faut toujours qu'elles soient  
en adéquationcadrent avec les objectifs visés. Je ne sais pas quelle approche vous avez mis en  
avant mais dans le projet ...Dans notre projet par exemple, avec l'appui du programme e  
Agribusiness BFacility for Africa, nous avions-avons adopté une approche appelée le  
Processor Business School qu'on appelle encore PBS pour accompagner les transformatrices  
des produits forestiers non ligneux comme le riz étuvé, le beurre de karité, les jus de fruits,  
l'alcool, les huiles comestibles et bien d'autres PFNL—sur les bonnes pratiques de  
transformation, l'entreprenariatentreprenariat et même la lutte contre le s-changement  
climatique... (Plan rapproché taille, plan rapproché poitrine, insert main, gros plan ;  
pendant que ProFe parle, un gros plan en Zoom nous permet d'entrer dans

**Aurore Balep**  
Mis en forme : Interligne : Multiple 1,15 li

**Aurore Balep**  
Il faut expliquer aussi comment sera la mine ou l'expression  
de celui qui parle ; je propose avec beaucoup d'assurance, de  
satisfaction et de motivation

**Aurore Balep**  
Mis en forme : Interligne : Multiple 1,15 li

**Aurore Balep**  
Au lieu de dire projet ProFE il faut donner le nom du projet  
en entier et pour cela vous poserez la question lors de la  
réunion ou des échanges

**Aurore Balep**  
Mis en forme : Police : (Par défaut) Arial, 12 pt

**Aurore Balep**  
Mis en forme : Police : (Par défaut) Arial

**Aurore Balep**  
Mis en forme : Police : (Par défaut) Arial, 12 pt

**Aurore Balep**  
Mis en forme : Police : (Par défaut) Arial

**Aurore Balep**  
Justement ceci est une belle transition pour entrer dans le film  
et présenter les activités du PBS et les succès et tout le reste.  
Je propose ici que la transition ou le fait d'entrée dans ses  
pensées emmène le spectateur sur le terrain en pleine activité  
avec un bénéficiaire une manière d'introduire la scène 2 qui  
va parler des activités menées dans ce projet

**Aurore Balep**  
Mis en forme : Police : (Par défaut) Arial, 12 pt

**Aurore Balep**  
Mis en forme : Police : (Par défaut) Arial

**Aurore Balep**  
Mis en forme : Interligne : Multiple 1,15 li

**Aurore Balep**  
Je propose d'enlever ceci. Vous reviendrez au bureau plus  
tard vers la fin du film

## Relecture/correction du script de la GIZ

commerciales des petit(e)s transformateurs/trices des matières premières agricoles, animales et des produits forestiers non ligneux. L'approche est fondée sur l'apprentissage par l'expérience et a pour objectif de faire en sorte que les petit(e)s transformateurs/trices se considèrent comme des entrepreneurs et des investisseurs. Cela est la condition essentielle à l'adoption des nouvelles techniques, à la mise à profit des possibilités commerciales et aux investissements dans la transformation afin d'améliorer la productivité et la qualité de la production, la diversification des revenus familiaux et la nutrition.

**Bénéficiaire :** Je suis Mme .... j'ai suivi avec beaucoup d'intérêt les formations que nous ont faites les formateurs du projet PBS. Au départ j'étais un peu réticente car mon activité... (illustré en image tous les propos du bénéficiaire si possible faire des simulation de ce qui ne pourra pas être tourné en temps réel)

**Voix off :-** ( pour la présentation de l'école on débute sur un plan de drone des bâtiments concernés) L'Ecole d'Entrepreneuriat de Transformation en abrégé EET et en anglais entendez Processor Business School a donc été conçue par la GIZ ( image ou vidéo d'un panneau indicatif ) pour la promotion et la valorisation des produits agricoles transformés en se fondant sur les principes méthodologiques de l'approche Farmer business school ou Ecole d'Entrepreneuriat Agricole. A cet effet, ses objectifs sont de renforcer les transformateurs, homme ou femme comme entrepreneur qui : valorise les technologies et opportunités de marchés pour plus de revenus, planifie ses revenus pour financer son besoin en fonds de roulement ; mène des négociations professionnelles avec les acheteurs, les fournisseurs d'intrants. les institutions financières : gère ses moyens financiers et le crédit : renouvelle

Aurore Balep

Mis en forme : Police : (Par défaut) Arial, 12 pt



Aurore Balep

Ici vous allez briefier la bénéficiaire afin qu'elle s'exprime sur son activité comment elle a entendu parler du projet, comment s'est passé les formations, qu'est ce qu'elle a appris concrètement, quelle différence elle fait entre avant et maintenant ? est-elle satisfaite de ses rendements ? pourquoi ? etc posez autant de questions

Aurore Balep

Mis en forme : Interligne : Multiple 1,15 li



Aurore Balep

Pendant que la voix off parle indiquez quelles sont les images qui peuvent illustrer ces propos et les prévoir ou les insérer dans le plan de tournage si ce n'est pas le cas

Aurore Balep

Mis en forme : Police : (Par défaut) Times New Roman, Gras

Aurore Balep

Mis en forme : Espace Après : 0 pt

Aurore Balep

Mis en forme : Police : (Par défaut) Times New Roman, Non Gras

Aurore Balep

Mis en forme : Police : (Par défaut) Times New Roman, Non Gras



Aurore Balep

Vous noterez le moment venu le titre et le nom exact

**Retranscription Travelling**

*Le projet Génération est montée par deux promoteurs : Protais Ayangma et Maurice Kamto... Alain Blaise Batongue*

*Le 24 mai 1996, j'envoie à Protais Ayangma un fax avec trois propositions de titres, dont le nom de Mutation... Alphonse SOH, ingénieur polytechnicien*

*Nous avons réussi à imposer que les standards du journalisme international soient aussi pratiqués chez nous. Haman Mana*

*Mutation est le premier journal entièrement conçu par les étudiants de l'Esstic... Emmanuel Mbede*

*Parfois, nous écrivions des articles dans la cuisine de certains et on se partageait la nourriture avec les enfants qui apprenaient leurs leçons... Emmanuel Mbede*



**Créative Com** @CreativeCom2... · 8 m :  
Charlotte Dipanda @Charlotte\_DPA: son  
parcours, ses amours, son passé, son  
présent, son futur 🍷

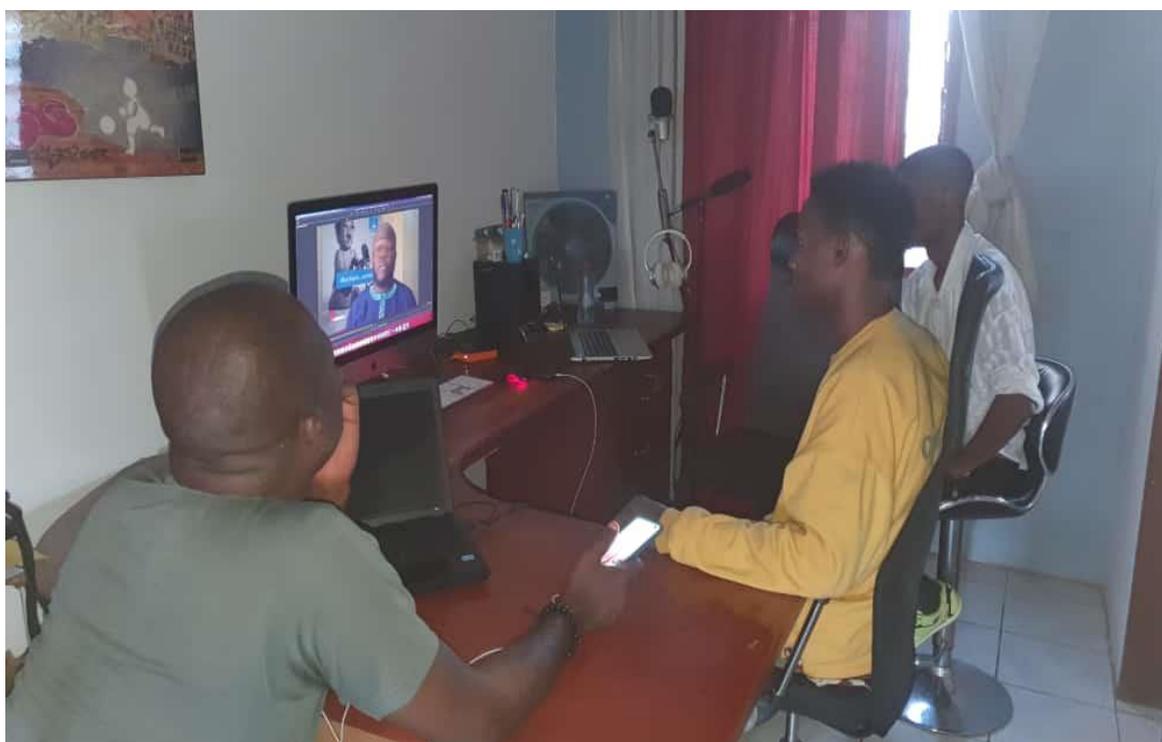
YAYATO ce jeudi 1er septembre 21h29  
heure d'Eboné CANAL 2 International 🍷

Bande annonce à (re) voir ici [youtu.be/  
BoFQIBKwCFM](https://youtu.be/BoFQIBKwCFM)

On s'voit à la télé 📺



Un exemple de publication en ligne sur le Compte Twitter de Créativ Com 237



Dernier visionnage avant exportation du clip de l'émission Travelling avec l'un des monteurs et le journaliste.



Pré-montage du PAD de l'émission A La Maison



Réduction et peaufinage du PAD de l'émission En Promenade Avec.



Dérushage des éléments du tournage d'un client (*Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH* en abrégé *GIZ*)

Transcription GIZ

Bonjour Gilbert

Bonjour

Pourquoi tu as l'air soucieux comme ça ? C'est quoi cette mine ?

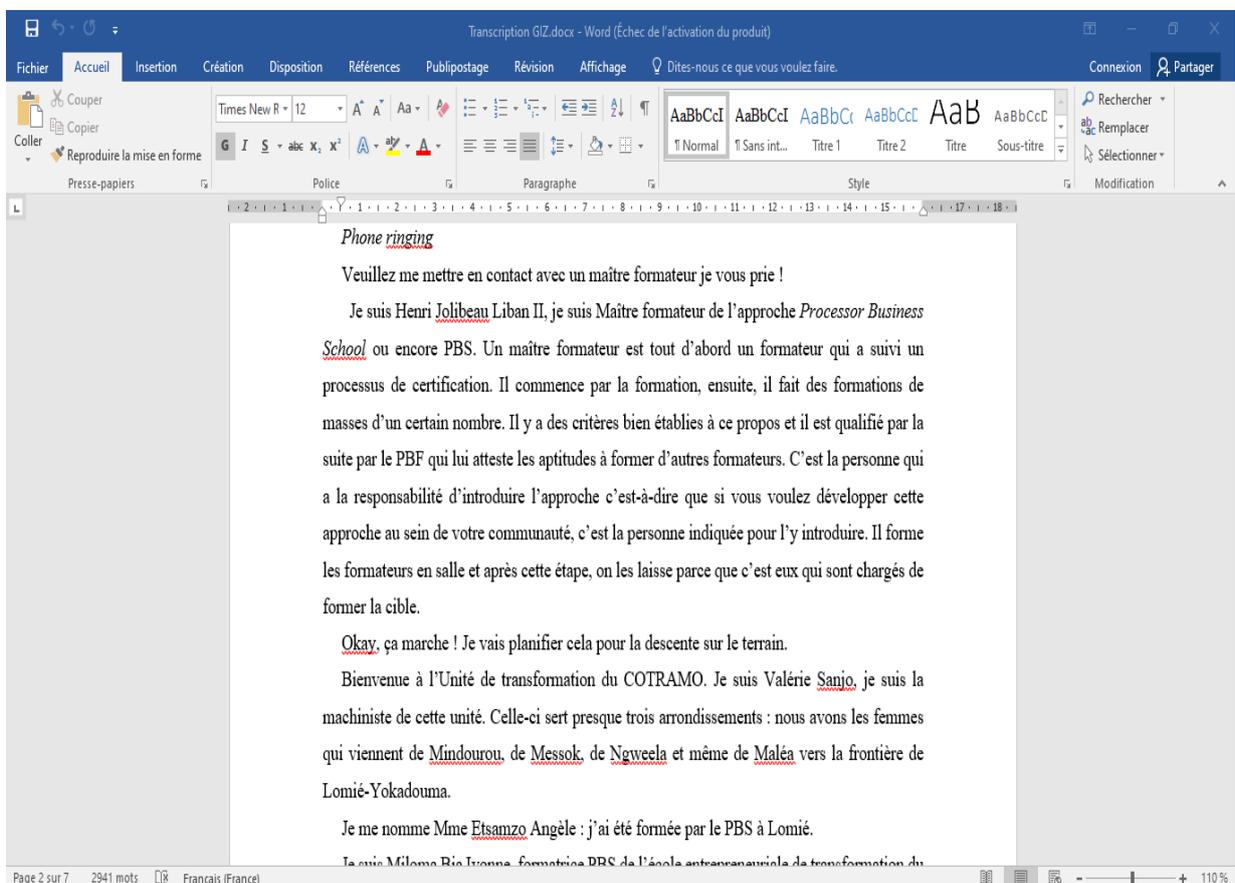
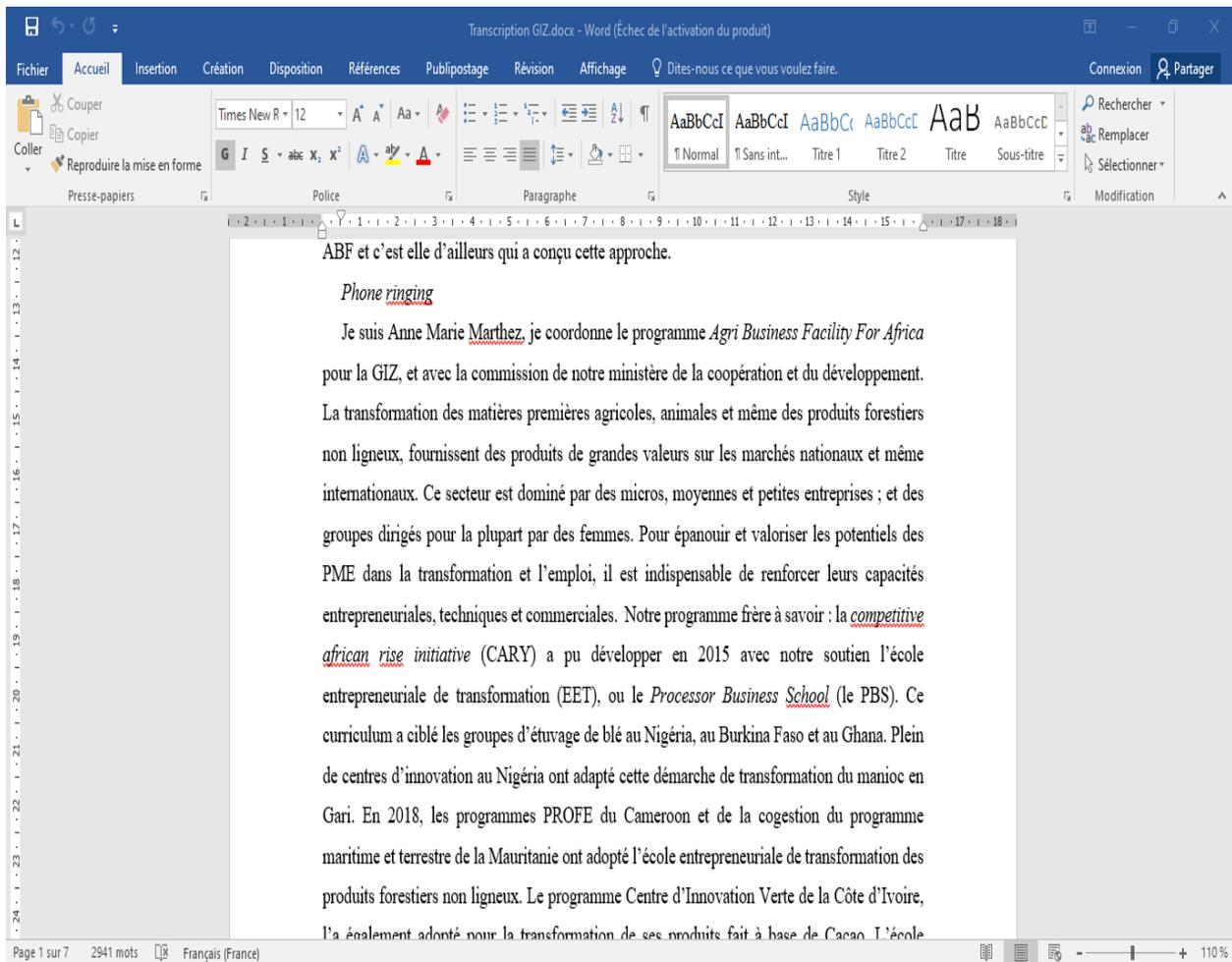
J'ai eu des problèmes de formation avec les producteurs ; de transformation. Je ne sais quoi faire en ce moment.

C'est quoi le problème au juste ?

En fait c'est des formations de transformateurs, mais ils sont aussi des producteurs ; qui n'ont pas donné des résultats comme prévu, qui n'ont pas eu des changements qu'on voulait. Et leurs structures et coopérations ne sont pas bonnes. Je crois que c'est un problème d'approche.

Nous également au sein du programme ProFe on avait le même souci, mais en collaboration avec le programme ABF (*Agri Business Facility*), on a adopté l'approche *Business School*. Et cela a vraiment aidé les transformatrices dans les bonnes de transformation, de l'entreprenariat et même des notions de base sur le changement climatique.

J'ai besoin de plus d'informations à ce propos

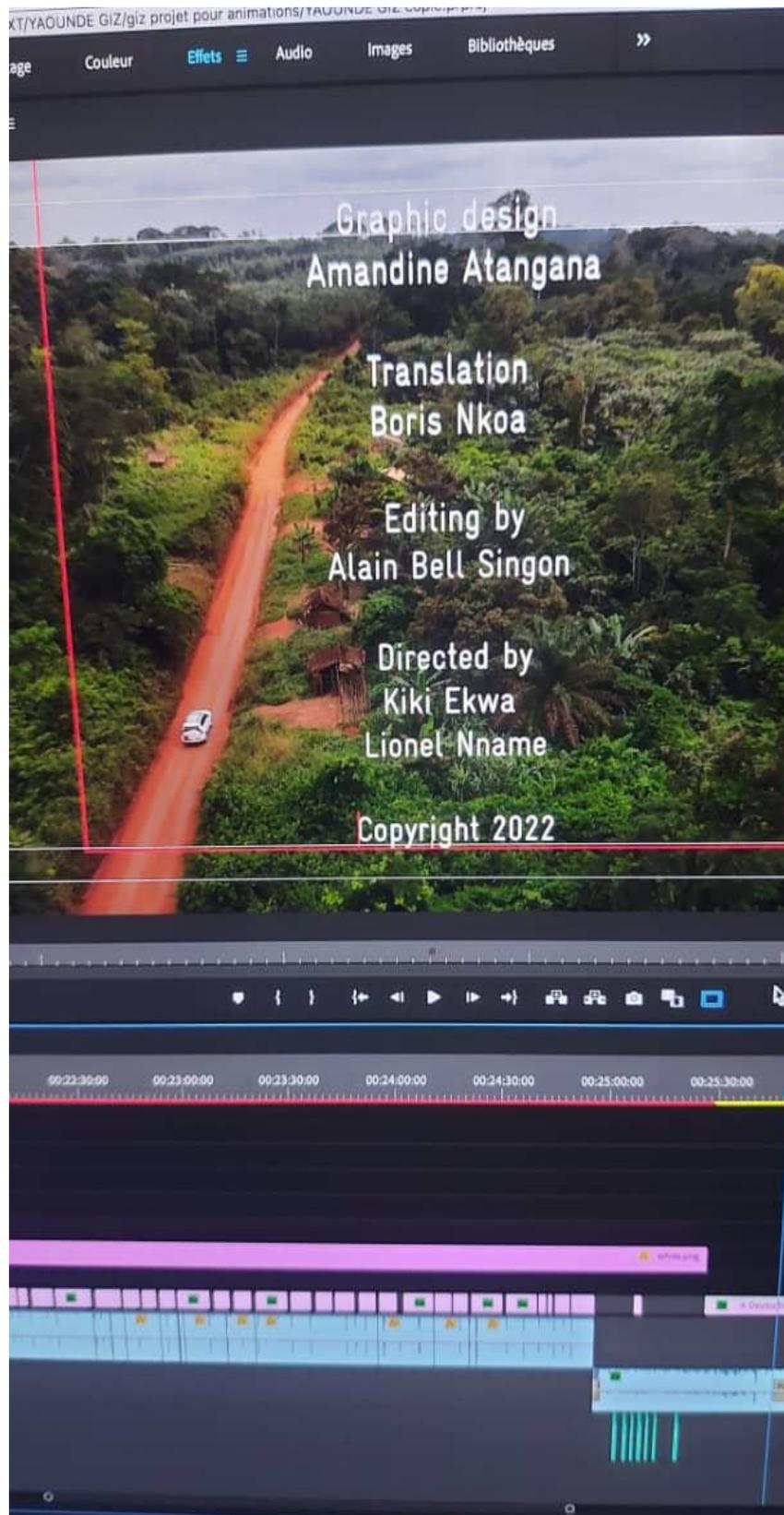




Sous-titrage d'un film d'entreprise



Proposition de titrage de la rubrique *Le Zoom* de l'émission *Travelling*



Montage d'un synthé de fin



Pré-Montage de l'émission À La Maison



Autre tâche effectuée : tournage de l'émission Yayato

Autre tâche effectuée : tournage de l'émission Travelling





Autre tâche effectuée : entretien avec l'ancien directeur général du groupe SABC, Emmanuel De Taily.

## FACTURE PROFORMAT DE CAMEL



CLIENT : CAMEROON TELECOMUNICATION

BP : 1571 YAOUNDÉ-CAMEROON

TEL :( 237) 222 230 303

FACTURE N° : 002

DATE : 07/07/ 2022

**OBJET : SPONSORING EMISSION YAYATO**

Désignation	Unité	Quantité	PU /EDITION	MONTANT TOTAL
SPONSORING DE L'ÉMISSION « YAYATO »	EDITION	12	500 000	6 000 000
<b>MONTANT BRUT</b>				<b>6 000 000</b>
<b>TVA (19,25 %)</b>				<b>1 155 000</b>
<b>MONTANT TTC</b>				<b>7 155 000</b>
<b>AIR/BNC(5,5%)</b>				<b>330 000</b>
<b>TSP (3%)</b>				<b>180 000</b>

LA DIRECTION

**ARRETE LA PRESENTE FACTURE A LA SOMME DE SEPT MILLIONS CENT CINQUANTE CINQ MILLE (7.155.000 XAF)**

**CREATIVCOM237** capital 100 000 FCFA –N RC : YA0/2022/B/831-  
NIU : MO42217272630U **Siège** : MELEN –POLYTECHNIQUE tel :  
+237 677 25 88 11 /690 948 533 **SERVICE MARKETING**+237 696  
878854 /**SERVICE COMMERCIAL** : +237 690 948 533/677 268 246  
**E-MAIL** : CREATIVECOM237@gmail.com

**SYNOPSIS**

## **Nom de votre programme : À LA MAISON**

Une personnalité est invitée par Kate AWANDA à évoquer son actualité, à parler de sa vie, de sa carrière. Elle est également conviée à nous faire découvrir une recette culinaire qu'elle aime déguster et surtout qu'elle sait cuisiner. L'entretien se déroule dans un appartement où l'invité est seul et répond aux questions de son hôte dont on entend que la voix.

**Type de programme** : magazine informatif, décontracté et rythmé

**Durée de l'émission** : 26 minutes

**Périodicité** : Bimensuel

**Proposition diffusion du programme** : Samedi, 10h/11h/13h/14h/ et dimanche, 15h/16h.

## **LE CONTENU**

### **Les séquences**

- La préparation du repas
- Des images et des objets évocateurs
- Dégustation du repas et fin

**Type d'invités** : Des personnalités publiques issues de domaine d'activités divers.

**Public visé** : tout public

### **Contact de la personne référent**

NOM ET PRÉNOM :

CréativCom

TEL : 690-94-85-33

Autre tâche effectuée : Évaluation de l'audience touchée par le post de l'émission sur la page Facebook



Installation du logiciel Adobe Première Pro



## **TROISIÈME PARTIE : ÉVALUATION DU STAGE**

## **ACQUIS PROFESSIONNELS**

Ce stage de participation a été très bénéfique pour nous sur le plan académique, professionnel et personnel.

### **Sur le plan académique**

Ce stage nous a permis de :

- mettre en pratique les connaissances théoriques des métiers de l'édition depuis la première année à l'Esstic ;
- mettre en pratique certains cours notamment : chaîne de production audiovisuelle, introduction au web, introduction au secrétariat d'édition, production et post-production télé, préparation de la copie, atelier de l'audiovisuel, atelier du numérique, conception et réalisation d'une œuvre éditoriale. En ajout à ces cours, nous avons pu également mettre en application nos cours portant sur l'anthropologie de la communication, reçu lors de notre parcours au département d'anthropologie de l'Université de Yaoundé I ;
- renforcer notre connaissance des logiciels d'édition comme : Adobe Première Pro, Adobe Illustrator, ainsi que les logiciels de traitement de textes ;
- acquérir les aptitudes éditoriales nous permettant de nous acquitter efficacement et effectivement de toutes les tâches que l'on pourrait nous confier au sein d'une maison de production audiovisuelle ;
- à renforcer la compréhension de nos cours reçus depuis notre entrée à l'Esstic.

### **Sur le plan professionnel**

Ayant participé au sein de la maison de production comme réalisateur et monteur, nous avons acquis certaines compétences. Ceci nous a permis de :

- se frotter aux réalités de l'éditeur sur le terrain ;
- mieux connaître les éléments constitutifs d'un dossier de sponsoring et d'une facture pro forma à déposer respectivement auprès d'un potentiel sponsor et d'un client ;
- de connaître l'utilisation des logiciels de traitement de texte et de montage vidéo ;
- de manager une équipe de production ;
- de connaître les techniques de réalisation ;
- d'animer les plateformes digitales ;
- renseigner l'équipe de production sur le rôle d'un éditeur dans une maison de production audiovisuelle.

## Sur le plan personnel

Durant notre stage de participation, nous avons pu acquérir et intérioriser certaines valeurs ou compétences extra-professionnelles (*softskills*) qui guident le travail en équipe sur le terrain en occurrence :

- la ponctualité ;
- l'assiduité ;
- la discipline dans le travail ;
- la collaboration ;
- l'adaptation ;
- l'esprit d'ouverture ;
- la patience ;
- le respect de la hiérarchie et du cadre professionnel ;
- la salubrité et ;
- le partage d'expériences et de savoir-faire.

## DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Nous avons été confronté à plusieurs difficultés durant l'exercice de certaines tâches, entre-autres :

- Au niveau du montage vidéo : nous avons eu beaucoup de mal à nous imprégner de certaines techniques, précisément au niveau de l'insertion des effets. C'est une étape assez fine qui nécessite un niveau avancé de la manipulation du logiciel Adobe Première Pro. Bien que nous sachions utiliser certains outils, il nous arrivait d'appliquer difficilement cela faute de n'avoir pas l'habitude de le faire. Ce qui retardait parfois le planning de travail initié par notre encadreur professionnel.
- Au niveau de la transcription : transcrire une émission de plus d'une heure de temps relève d'un travail fortement colossal ; étant donné qu'il fallait tout réécrire et ensuite corriger (mise en forme, réécriture...etc.) Ce qui fait que les délais n'étaient pas toujours respectés dans la livraison des textes aux monteurs afin qu'ils les insèrent.
- Au niveau de l'écriture du synopsis : certains clients envoyaient des synopsis relativement volumineux. Il nous fallait employer des techniques de correction sans trahir le fond du synopsis. C'était parfois difficile car, il nous arrivait de faire face aux clients qui ne voulaient pas qu'un seul des mots qu'ils ont écrits ne soit enlevé.
- Au niveau du management : certains membres de l'équipe étaient moins collaboratifs que d'autres ; et cela ne facilitait pas souvent l'avancement du planning à suivre.

Hors mis les difficultés sus-évoquées, nous avons pu relever quelques aspects qui ont plus ou moins constitué un obstacle à ce stage, notamment : l'ouverture tardive des locaux qui nous poussait parfois à entamer le travail avec beaucoup de retard, les délestages récurrents qui nous empêchaient de finaliser les travaux et de les soumettre à temps et quelques défaillances techniques de l'ordinateur. Sans oublier l'ordinateur laptop que nous n'avions pas tout le temps pour la transcription car, nous ne transcrivions pas sur le Macintosh, mais sur le Windows qui avait le logiciel Word.

## **REMARQUES ET SUGGESTIONS**

### **Remarques**

Les aspects suivants ont particulièrement marqué notre séjour à Créativ Com 237 :

- la qualification, le professionnalisme et le dynamisme du personnel ;
- le matériel de pointe de l'équipe : qu'il s'agisse des ordinateurs, des caméras et autres matériels de production ;
- l'implication de toute l'équipe dans la prise de décision et du travail à faire ;
- la disponibilité d'une connexion internet pour les travaux nécessitant les recherches en ligne ;
- le paramètre jeunesse qui compose plus de 80% du personnel ;
- la livraison des PAD aux clients dans les délais et parfois avant ;
- le bon encadrement du stagiaire que nous étions tant sur le plan professionnel que personnel.

En revanche, nous avons aussi relevé :

- le cumul de fonctions de certains responsables qui pourrait ralentir l'évolution des activités et/ou des projets en situation de crise ;
- le manque de communication hors-média sur les services proposés par l'entreprise ;
- l'absence d'un site internet.

### **Suggestions**

Pour améliorer les conditions de stage des apprenants au sein de Créativ Com 237, nous suggérons :

- de monter une affiche ou un panneau qui puisse renseigner sur le lieu du local ;
- de recruter davantage afin d'alléger certaines tâches et résoudre le problème de cumul ;
- de créer un site internet pour le moins statique, qui puisse renseigner davantage les internautes sur les services proposés ;
- de créer un journal d'entreprise : cela va donner davantage de la valeur au travail, au personnel et à l'entreprise ;
- donner la possibilité aux prochains stagiaires de se frotter aux réalités du terrain s'agissant d'une chaîne de production audiovisuelle ;
- de monter une charte graphique pour la reconnaissance visuelle de l'entreprise ;

## CONCLUSION

Parvenu au terme de notre stage de participation à Créativ Com 237, nous pouvons dire que nous sommes satisfait d'avoir acquis de nouvelles compétences professionnelles. Au cours de ces trois mois, nous avons eu l'occasion d'apprendre des choses concrètes en occurrence : relire et corriger des scripts, monter des vidéos, proposer des valeurs de plan au tournage, concevoir et réaliser une œuvre éditoriale, particulièrement un projet audiovisuel, apprendre des autres corps de métier de l'audiovisuel, pratiquer l'édition digitale, contribuer à la promotion des émissions produites par la société en question...etc. Au milieu des réalisateurs, monteurs, journalistes, infographes et cadreurs, nous avons eu un aperçu de la place de notre métier, dans lequel nous souhaitons exercer. Notre parcours au sein de l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication, nous a donné la possibilité de côtoyer le milieu de l'édition et d'en apprendre les rouages pour nous y lancer après notre formation.

## SOURCES

### ➤ Support de cours :

- Cours de chaîne de production audiovisuelle, édition 1, 2019-2020, M. Alain Mouangue & M. Thomas Essono ;
- Cours d'introduction au secrétariat d'édition, édition 1, 2019-2020, Pr. Nta À Bitang ;
- Cours d'introduction au web, édition 1, 2019-2020, M. Théophile Abéga Moussa ;
- Cours de production et postproduction télé, édition 2, 2020-2021, M. Hubert Atangana ;
- Cours d'édition en télévision numérique, édition 2, 2020-2021, M. Alain Mouangue ;
- Cours d'atelier de l'audiovisuel, édition 3, 2021-2022, M. Alain Mouangue, M. Samyong & M. Akamba ;
- Cours d'atelier du numérique, édition 3, 2021-2022, M. Théophile Abéga Moussa ;
- Cours de conception, élaboration et réalisation d'un projet éditorial, édition 3, 2021-2022, M. Vincent Lélé.

## **ANNEXES**

- Attestation de fin de stage à Créativ Com 237 ;
- Lettre d'acceptation ;
- Registre du commerce
- Fiche d'évaluation du stagiaire.

## TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS .....	3
LISTE DES ABRÉVIATIONS .....	4
INTRODUCTION .....	5
PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE CRÉATIV COM 237.....	6
HISTORIQUE ET LIGNE ÉDITORIALE.....	7
Historique .....	7
Ligne éditoriale.....	7
SITUATION GÉOGRAPHIQUE ET IDENTIFICATION VISUELLE.....	8
Situation géographique .....	8
Identification visuelle .....	10
ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT .....	11
Organisation .....	11
La direction.....	11
Le service de la production.....	11
Le service marketing et commercial.....	11
Le service éditorial .....	12
ORGANIGRAMME DE CREATIVE COM 237 .....	13
Fonctionnement de Créativ Com 237.....	13
QUELQUES VISUELS DE COMMUNICATION DES ÉMISSIONS.....	28
EMISSIONS PRODUITES PAR CREATIV COM 237.....	33
Travelling .....	33
Yayato.....	36
À la maison.....	39
En Promenade Avec .....	40
OBJECTIFS, MISSIONS ET PRIORITÉS .....	41
Objectifs .....	41

Missions.....	41
Priorités.....	42
DEUXIÈME PARTIE : DÉROULEMENT DU STAGE.....	43
ACCUEIL ET IMPRÉGNATION .....	44
Accueil.....	44
Imprégnation.....	44
LES TÂCHES EFFECTUÉES .....	45
La réalisation .....	45
L'édition vidéo .....	45
La retranscription des programmes .....	47
La relecture/correction des synopsis et scénarii .....	48
La réécriture de certains papiers.....	48
L'édition en ligne .....	49
AUTRES TÂCHES EFFECTUÉES.....	50
RAPPORT DOCUMENTÉ DE QUELQUES TÂCHES EFFECTUÉES.....	51
TROISIÈME PARTIE : ÉVALUATION DU STAGE .....	71
ACQUIS PROFESSIONNELS .....	72
Sur le plan académique.....	72
Sur le plan professionnel .....	72
Sur le plan personnel .....	73
DIFFICULTÉS RENCONTRÉES .....	73
REMARQUES ET SUGGESTIONS .....	75
Remarques .....	75
Suggestions.....	75
CONCLUSION .....	76
SOURCES .....	77
ANNEXES .....	78
TABLE DES MATIÈRES.....	79

