

REPUBLIQUE DU CAMEROUN
Paix – Travail – Patrie

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT
SUPERIEUR

UNIVERSITE DE YAOUNDE II –
SOA

ECOLE SUPERIEURE DES
SCIENCES ET TECHNIQUES DE
L'INFORMATION



REPUBLIC OF CAMEROON
Peace – Work – Fatherland

MINISTRY OF HIGHER EDUCATION

UNIVERSITY OF YAOUNDE II
SOA

ADVANCED SCHOOL OF MASS
COMMUNICATION
(ASMAC)



RAPPORT DE STAGE

Stage effectué à ASCESE Yaoundé du
04 juillet au 07 octobre 2022

Présenté en vue de l'obtention de la licence en Sciences et Techniques de
l'Information et de la Communication

Option :

Publicité

Rédigé et soutenu par :

Grégory Marcien Arthur AYISSI ENAMOLO

Sous l'encadrement professionnel de :

M. Georges EDZOA

Année académique : 2021-2022

Date de soutenance : novembre 2022

SOMMAIRE

SOMMAIRE.....	II
REMERCIEMENTS	III
ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES.....	IV
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION GENERALE DE L'AGENCE CONSEIL ASCESE	2
CHAPITRE I : PRESENTATION DE L'ENTRPRISE.....	3
CHAPITRE II : OFFRES DE L'AGENCE.....	13
DEUXIEME PARTIE : DEROULEMENT DU STAGE.....	18
CHAPITRE I : L'IMPREGNATION	19
CHAPITRE II : LES TACHES EFFECTUEES EN STAGE	22
TROISIEME PARTIE : EVALUATION DE STAGE	39
CHAPITRE I : BILAN DU STAGE	40
CONCLUSION.....	43
BIBLIOGRAPHIE	45
ANNEXES.....	B
TABLE DES MATIERES.....	B

REMERCIEMENTS

La réalisation de notre rapport de stage a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui nous voulons témoigner toute notre gratitude.

Nous adressons toute notre reconnaissance au professeur Alice NGA MINKALA ; directeur de l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication qui ne ménage aucun effort pour nous fournir les outils nécessaires pour notre formation ;

Au professeur Laurent Charles BOYOMO ASSALA ancien directeur de l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication dont le suivi et l'encadrement ont contribué grandement à notre essor ;

Ensuite nous remercions infiniment tous les enseignants de l'ESSTIC qui, de près ou de loin nous ont fourni les enseignements et outils nécessaires à la réussite de nos études universitaires.

Nous remercions également madame Mireille FOMEKONG responsable de l'Agence Conseil en Communication et Marketing ASCESE qui nous a accueilli au sein de sa structure.

Nous remercions M. Georges EDZOA, responsable de l'agence Ascèse Yaoundé qui nous a encadré pendant notre période de stage et auprès de qui nous avons beaucoup appris ;

Enfin, nous remercions infiniment notre maman TSOGO Marie Gisèle et tous les membres de notre famille qui n'ont pas hésité à nous apporter leur soutien tout au long de notre formation à l'ESSTIC.

ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

ABREVIATIONS

B2B : Business to business

Etc. : Etcétera

Com : Communication

Cf. : Confère

Créa : Création

M. : Monsieur

Mme : Madame

SIGLES

AFB : Afriland First Bank ;

AFD : Agence Française de Développement ;

AICDC : Agence italienne pour la Coopération au Développement du Cameroun

ATL : Above The Line ;

BM : Banque Mondiale

BRASAF : Brasseries Samuel FOYOU ;

BTL : Bellow The Line ;

CNUDHD-AC : Haut-commissariat des Nations Unies pour les Droits de l'Homme -

Afrique Centrale ;

Dla : Douala ;

DP : Directeur de Publication ;

FAO :

GE : Grande Entreprise ;

G4S : Geforced

HCR : Haut-Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés ;

IPD : Programme International de Développement

OIF : Organisation Internationale de la Francophonie ;

OIT : Organisation Internationale du Travail ;
PDV : Promotion de Vente ;
PPLV : Publicité et Promotion sur le lieu de Vente ;
Pub : Publicité ;
RS : Réseaux Sociaux ;
SABC : Société Anonyme des Brasseries du Cameroun ;
SEMC : Société des Eaux Minérales du Cameroun ;
TPE : Très Petites Entreprises ;
UCB : Union Camerounaise des Brasseries

ACRONYMES

ADES : Association pour le Développement Economique et Social ;
APECCAM : Association Professionnelle des Etablissements de Crédit du Cameroun ;
ASAD : Association d'Assistance au Développement ;
BDEAC : Banque de Développement des Etats de l'Afrique Centrale ;
ECOSOC : Economic and Social Council in Cameroon ;
Esstic : École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication ;
Crtv : Cameroun Radiotélévision ;
Mincommerce : Ministère du commerce ;
Minepat : Ministère de l'élevage, des pêches et de l'administration territoriale ;
Minjec : Ministère de la jeunesse et de l'éducation civique ;
Minsanté : Ministère de la santé ;
Minac : Ministère des arts et de la Culture ;
ONU femmes : Organisation des Nations Unies – Femmes ;
Pnud : Programme des Nations Unies pour le Développement ;
Saïld : Service d'Appui aux Initiatives Locales de Développement ;
Swot : Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats ;

INTRODUCTION

La formation à l'Ecole Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (Esstic) dure pendant une période de trois ans au cours de laquelle les étudiants sont formés aux différents métiers de la communication. A la fin de chaque année, les étudiants sont appelés à effectuer un stage académique pendant une période allant d'un à trois mois dans une structure où ils auront l'occasion de mettre en pratique tout ce qu'ils auront appris de façon théorique à l'école et à produire un rapport de stage. L'objectif ici est de leur procurer une formation complète qui allie à la fois théorie et pratique. C'est ainsi qu'à la fin de notre formation et en vue de l'obtention de notre licence professionnelle, nous avons effectué un stage académique au sein de l'agence conseil en communication et marketing Ascèse pendant une période de trois mois, allant du 04 juillet au 14 octobre 2022. La notoriété et les créations de l'agence ont été les éléments déclencheurs de notre souhait de l'intégrer et de notre grande admiration. Nous y sommes donc allés dans le but d'observer les méthodes de travail en agence conseil, de mettre en pratique les leçons apprises à l'école et dans le but d'acquérir de l'expérience et de nouvelles compétences. Dans le but d'établir un compte-rendu fidèle de notre période de stage, il nous semble adéquat de présenter tout d'abord l'agence conseil Ascèse, ensuite de parler du déroulement de notre stage et de ce qu'il nous a apporté, et enfin d'apporter quelques suggestions dans le but d'améliorer ses méthodes de travail.

**PREMIERE PARTIE : PRESENTATION
GENERALE DE L'AGENCE CONSEIL ASCESE**

Dans cette première partie de notre rapport de stage, nous nous attèlerons à présenter l'entreprise (chapitre 1), les services qu'elle offre et quelques travaux réalisés par elle (chapitre 2).

CHAPITRE I : PRESENTATION DE L'ENTRPRISE

Afin de se familiariser avec l'environnement de la structure, nous allons faire une présentation interne et externe de cette dernière, une présentation de ses techniques de communication et ses méthodes de travail.

SECTION 1 : CREATION ET VALEURS DE L'ENTREPRISE

1- Création de l'entreprise

L'agence ASCESE conseil est créée et dirigée d'une main de fer en 2006 par madame DJOUDA FOMEKONG Mireille, ASCESE est une agence qui promeut l'originalité dans la création publicitaire et le marketing. A travers ses stratégies de communication de haut niveau, l'agence s'est forgé un nom dans le milieu de la communication sur l'ensemble du territoire national. Avec ses 15 années d'expérience, elle maîtrise des méthodes de travail qui réunissent tous les métiers de la communication qu'elle implante à travers son agence siège à Douala et son agence de Yaoundé. ASCESE conseil accueille chaque année en son sein plusieurs étudiants soucieux de compléter leur formation acquise sur les bancs de l'école.

2- Le cadre de référence

Selon *Cairn.info*¹, le **cadre de référence** est : la mémoire des indices, des éléments, des expériences qui permettront de donner du sens à l'expérience présente et d'agir dans la situation en fonction de ce sens, de cette interprétation de la réalité. C'est l'ensemble des idées, d'opinions, de valeurs propres à un individu (ou à un groupe) et en fonction duquel cet individu donne un sens à ce qu'il dit ou reçoit – *Sophie TURPAUD*².

¹ Cairn.info est un portail web francophone fondé en 2005 à l'initiative de quatre maisons d'édition – Belin, De Boeck, La Découverte et Erès – auquel la bibliothèque nationale de France s'est associée en 2006.

² Formatrice & Community Manager : Expert Pinterest, Relation Client et Pédagogie. Créatrice et animatrice du Groupe « Veille Pinterest Francophone ».

a- Les Valeurs de l'agence

L'agence ASCESE conseil chérie telles que : **la créativité, l'honnêteté, l'abnégation au travail ou culte de l'effort, l'éthique, l'originalité et la loyauté.** Voilà les valeurs que l'agence véhicule dans ses différentes créations.

b- La Culture de l'agence

La culture de l'agence réunit à la fois **le professionnalisme, l'innovation, la créativité et la proactivité.**

c- Les Missions de l'agence

L'agence se donne pour mission d'élaborer des stratégies et de créer des contenus taillés sur mesure pour le client et pour son budget ;

Etre constamment en production d'idées nouvelles et créatives pour satisfaire le client en communication ou en marketing ;

Les membres de l'agences doivent avoir la capacité d'adaptation et des compétences dans tous les domaines du marketing et de la communication.

d- La vision de l'agence

L'agence, pour concevoir des contenus originaux, s'appuie sur la créativité, la stratégie et l'innovation. Elle fait de la rupture le socle de sa création.

e- Les atouts de l'agence

Pour mener à bien ses travaux, l'agence compte sur **son personnel qualifié, sur ses outils professionnels de haute qualité** et sur la **diversité de son personnel.**

f- Les métiers de l'agence

Les métiers qu'abrite l'agence ASCESE sont présents dans plusieurs domaines de la communication, nous avons entre autre :

- **Le Digital**
- **Les Média (ATL, BTL)**
- **La Stratégie**
- **L'évènementiel**
- **La Création publicitaire**
- **La conception et la production des supports**
- **Les relations publiques**

3- La fiche signalétique

DESIGNATION	INFORMATION
Logo	
Date de création	2006
Statut	SARL
Raison sociale	Agence Conseil
Slogan	Créateurs d'idées
Gérant	Mme Mireille FOMEKONG DJOUDA
Capital	2000 000 FCFA
Domaine d'activité	Communication, Digital, Marketing, Evènementiel
Siège social	AKWA, Douala
N° de téléphone	(237) 233 43 11 45 / 233 42 19 78
E-mail	ascesecon@yahoo.fr
Site web	www.asceseconseil.com

N° du contribuable	M010600019918C
Boite postale	BP : 15470 Dla Cameroun
Nombre d'employés	26

SECTION 2 : ORGANISATION DE L'AGENCE

I- STRUCTURE

L'agence ASCESE bénéficie d'une bonne situation géographique :

- ❖ Elle dispose d'un siège au boulevard de la liberté - Akwa – Douala, spécialisé dans le digital, la création publicitaire, les relations publiques ;
- ❖ Elle dispose d'une représentation à Yaoundé au quartier NKOLNDONGO qui excelle dans plusieurs disciplines (création publicitaire, ATL, digital...) ;
- ❖ Elle dispose d'une représentation au Gabon en cours d'ouverture officielle ;
- ❖ Elle est dotée d'une filiale BTL spécialisée dans le Trade Marketing et dans l'évènementiel ;

Elle compte environ 26 employés permanents et non permanents

1- La Direction

La direction de l'agence conseil ASCESE est assurée par Mme Mireille FOMEKONG DJOUDA qui en est aussi la fondatrice. C'est elle qui prend les décisions stratégiques adéquates pour le bon fonctionnement de l'agence, elle gère les tâches quotidiennes pour s'assurer du bon suivi des valeurs et des différentes missions de l'agence. Elle est la seule habileté à accepter ou non les contrats qui engagent l'agence.

2- Les différents départements de l'agence

L'agence compte 3 principaux départements :

- ❖ Le département administratif et financier ;
- ❖ Le département en charge du développement de la clientèle et du planning stratégique ;
- ❖ Et un département en charge de la création

a- Le département administratif et financier

Il est dirigé par un Chef de département administratif et financier

Il compte en son sein *une chargée de mission auprès de la direction générale et une assistante directe du chef de département comptable.*

b- Le département en charge du développement de la clientèle et du planning stratégique

Ce département a à sa tête un Directeur de clientèle, mais il compte aussi :

- ❖ Un Chef de publicité grands comptes
- ❖ Des chefs de publicités

- ❖ Des assistants-chef de publicité ;
- ❖ Des stagiaires professionnels.

c- Le département création

Ce département est dirigé par un chef créa, il compte en son sein :

- ❖ **Un concepteur-rédacteur**, chargé de concevoir les messages publicitaires définis par le planning stratégique ;
- ❖ **Des Directeurs artistiques 3D et 2D**, chargés de traduire visuellement les messages publicitaires conçus par le concepteur-rédacteur.
- ❖ **Enfin, des vidéastes** chargés de produire des publireportages et des spots vidéos.

3- Organigramme

L'agence ASCESE est non seulement dirigée par une grande dame, mais aussi par une superbe grande et talentueuse équipe qui l'accompagne. (Cf. Annexe n°1)

II- ORGANISATION STRUCTURELLE

1- Approche méthodologique de travail

Elle est basée sur la partition de la communication et du marketing :

- La disruption au plan créatif
- Le planning stratégique comme approche marketing

a) Le planning stratégique comme approche marketing

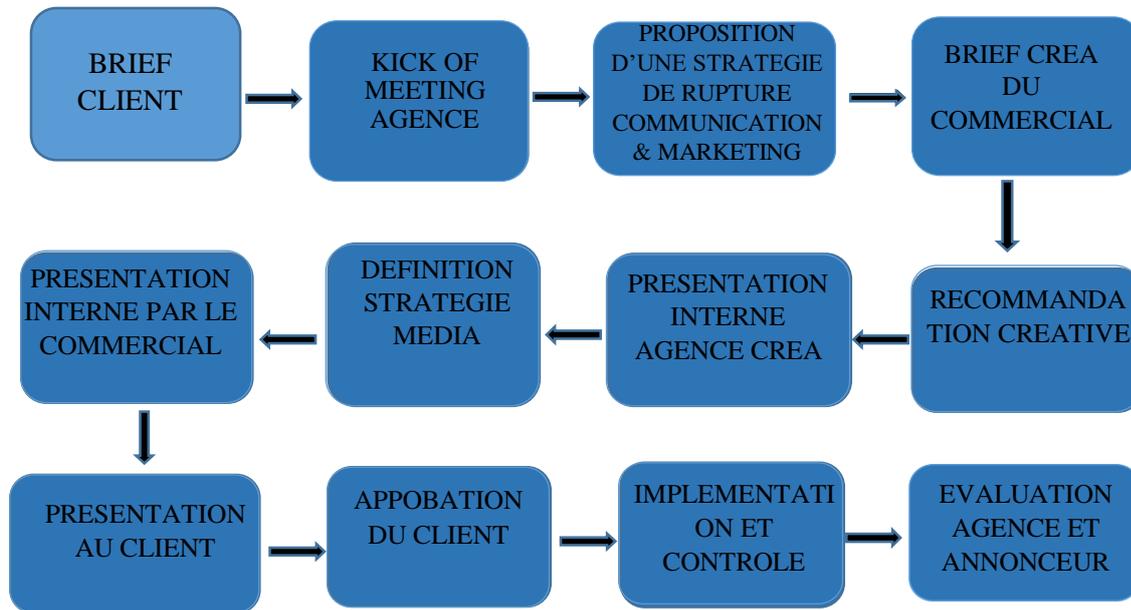
Le planning stratégique est une approche marketing qui met le consommateur au cœur de la stratégie marketing de la marque. La planification et le déploiement de la marque sont déterminés par ces derniers, la marque s'arrime à leurs habitudes de consommation, leurs déplacements, leurs cultures... Cela permet à la marque d'apprendre un peu plus sur la cible.

b) La disruption au plan créatif

ASCESSE rejette les idées déjà reçues de la création de certains contenus ou supports à l'aide d'atouts créatifs :

- L'agence remet en cause les idées et casse les codes préétablis via la *Disruption* ;
- Elle repère ce qui fige la pensée par les publics visés par les projets ;

2- Processus de travail



SECTION 3 : COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE A ASCESE

La communication institutionnelle regroupe l'ensemble des actions de communication qui visent à promouvoir l'image d'une entreprise vis-à-vis de ses clients et différents partenaires. Elle passe par la promotion publicitaire et joint toutes les actions de l'organisation, elle se subdivise en deux niveaux : la communication interne et la communication externe. ASCESE emploie de nombreux moyens de communication pour faire parvenir les messages à ses cibles internes et ses cibles externes.

I- LA COMMUNICATION INTERNE

La communication interne désigne l'ensemble des actions de communication réalisées au sein d'une entreprise ou d'une organisation à destination de ses salariés. Cette forme de communication est propre à une structure car elle définit l'ensemble des règles, des codes initiés par le Directeur. C'est un outil de mobilisation des collaborateurs.

ASCESSE utilise plusieurs technique ou plusieurs outils pour communiquer, parmi lesquels :

❖ Les réunions

Elles ont lieu généralement deux fois par semaine et sont dirigées par le Manager madame Mireille FOMEKONG DJOUDA à Douala et par le chef d'agence monsieur Georges EDZOA à Yaoundé.

- Les réunions du lundi entre 8h et 10h permettent essentiellement de faire le point sur les tâches ou travaux que nous devons effectuer pendant toute la semaine.

Elles servent aussi à faire le point sur les travaux effectués la semaine d'avant et à fixer les objectifs à atteindre à la fin de la semaine.

- Les réunions des vendredis quant à elles permettent de faire le compte-rendu ou alors le bilan de tout ce qui a été fait pendant la semaine, des difficultés rencontrées pendant l'exécution des tâches et de dire si oui ou non les objectifs fixés en début de semaine ont été atteints.

❖ Les rapports d'activités

Ces rapports permettent de faire des compte-rendu sur l'état d'avancement de certains travaux selon le degré d'urgence des résultats attendus.

❖ Le courriel électronique ou mailing

A ASCESE, le mailing occupe une place très importante. Il est utilisé par exemple pour partager des contenus, des fichiers entre employés de l'agence, cela conserve la qualité des fichiers (images, vidéos) à leur réception. Ce canal est aussi utilisé pour envoyer des messages textes de l'agence de Yaoundé à celle de Douala et inversement.

❖ Les fora WhatsApp

Il existe deux groupes WhatsApp principaux à ASCESE, le premier qui réuni tous les employés de l'agence et le manager. Dans ce groupe, le manager donne des instructions à ses employés avant, pendant et après un projet. Il est surtout mis sur pied pour faciliter la communication entre l'équipe de Yaoundé et celle de Douala.

Le second groupe WhatsApp est celui dans lequel se trouvent tous les stagiaires et l'encadreur. C'est un groupe de travail qui permet à l'encadreur de donner des instructions précises aux stagiaires, de leur envoyer des documents, des fichiers importants dans l'organisation de certains événements ; et qui nous permet de communiquer entre nous lorsque nous nous retrouvons sur le terrain lors de missions de repérage ou de missions de

veille concurrentielle. Ce groupe nous permet aussi de faire parvenir à l'encadreur les résultats de nos différentes tâches ou enquêtes pour validation.

❖ Les appels téléphoniques

Chaque service est doté d'un téléphone fixe permettant la communication entre services ou entre agences ; de plus chaque responsable a à sa disposition un smartphone/ téléphone professionnel grâce auquel il est directement joignable par la hiérarchie.

❖ Le bouche à oreille

C'est un moyen utilisé au sein de la structure pour passer des informations directement aux personnes concernées. Il assure la communication interpersonnelle.

II- LA COMMUNICATION EXTERNE

Elle se définit alors comme un ensemble d'actions de communications menées en entreprise en direction des publics externes³. Les publics visés par cette communication sont : les consommateurs, les décideurs, les partenaires, les fournisseurs, les investisseurs potentiels, la presse et autres. Elle a pour but de mettre en avant et de valoriser ses services et ainsi que son savoir- faire. Ainsi pour communiquer avec ses différents publics externes ASCESE a recours à plusieurs moyens de communication. Les outils utilisés pour la communication externe sont :

❖ Internet

- Avec plus de 1700 abonnés environ, l'agence ASCESE est présente sur le réseau le plus fréquenté au monde **Facebook** depuis 2014. Elle communique beaucoup avec des

³ www.strategies.fr consulté le 27 septembre à 03h07

contenus diversifiés, anime sa communauté d'abonnés et relaie des informations sur ses prestations et ses services ;

- Sur **Twitter**, l'agence est présente depuis à peu près 2015, ce réseau est professionnel et lui permet de parler beaucoup plus librement de ses prestations et de son actualité. Elle compte environ 756 abonnés sur Twitter ;
- Le réseau **LinkedIn** qui est exclusivement professionnel permet à l'agence de gagner des marchés par appel d'offres. C'est un moyen de communication B2B.

❖ La plaquette d'entreprise

C'est un outil utilisé principalement pour la prospection commerciale de l'agence. Il lui permet de mettre en avant l'entreprise et ses spécificités, et les services qu'elle met à disposition des clients.

❖ Le logo

Incrusté sur tous les supports papiers de l'agence, il sert de signature à cette dernière et offre beaucoup de visibilité.

Cette forme de communication est très simple mais elle est aussi très efficace, puisqu'elle permet de retenir plus rapidement le nom de l'agence.

CHAPITRE II : OFFRES DE L'AGENCE

Dans ce chapitre nous présenterons quelques réalisations de l'agence ASCESE, certains des plus gros clients et les différents services et différentes prestations qu'elle propose.

SECTION 1 : DOMAINES DE COMPETENCE

La principale activité de l'agence ASCESE est le ATL et le BTL, autrement dit, tout ce qui concerne la communication, les médias et le marketing, le hors-média.

Les services que l'agence propose sont :

❖ Le ATL :

- Création et gestion des supports médias
- Communication digitale (gestion des réseaux sociaux, veille concurrentielle, entretien de sites web, etc.) ;
- Achat d'espaces publicitaires ;
- Elaboration de plans médias pour les annonceurs ;
- Branding de marques ;
- Construction et gestion de marques.

❖ Le BTL

Ici l'agence accompagne et conseil l'annonceur sur les offres marketing pouvant mettre sur pied un évènement ou un projet réussi, nous avons :

- Les promotions (l'agence conseille l'annonceur sur les différentes promotions appropriées selon la période et la tendance du moment) ;
- Le Marketing direct (le phoning, l'e-mailing...) ;
- Le Street Marketing (le marketing de rue permet de créer une forte interaction avec la cible, de la surprendre au moment où elle ne s'y attend pas, de l'impacter davantage et il ajoute un caractère sympathique et accessible à la marque) ;
- La gestion évènementiel/signalétique ;
- L'activation des points de vente.

SECTION 2 : QUELQUES REALISATIONS DE L'AGENCE

Dans cette section, nous présenterons certaines campagnes menées par l'agence ASCESE :



ANNONCEUR : Coca-Cola

SECTEUR D'ACTIVITE : Boisson

NOM DE LA CAMPAGNE : FIFA World Cup Trophy Tour

PERIODE DE LA CAMPAGNE : novembre 2022

DETAILS DE LA CAMPAGNE : le but de la campagne est d'annoncer aux amoureux du football l'arrivée du trophée dans les prochains jours au Cameroun.



ANNONCEUR : AREA ASSURANCES

SECTEUR D'ACTIVITE : Assurances

NOM DE LA CAMPAGNE : « la confiance fait mieux vivre avec AREA Assurances »

PERIODE DE LA CAMPAGNE : novembre 2020 - janvier 2021

DETAILS SUR LA CAMPAGNE : le but de la campagne est d'augmenter la notoriété de l'annonceur AREA ASSURANCES



ANNONCEUR : *Le Groupe SABC*

SECTEUR D'ACTIVITE : *Agroalimentaire*

NOM DE LA CAMPAGNE : *« SABC, première entreprise citoyenne »*

PERIODE DE LA CAMPAGNE : *août 2022 - décembre 2022*

DETAILS SUR LA CAMPAGNE : *A travers ses réalisations, le Groupe SABC veut démontrer qu'il participe aussi bien au développement du pays, au bien-être des citoyens qu'à la commercialisation de ses différents produits.*



ANNONCEUR : BICEC

SECTEUR D'ACTIVITE : BANQUE

NOM DE LA CAMPAGNE : *« la BICEC change pour mieux vous accompagner »*

PERIODE DE LA CAMPAGNE : *janvier 2021 – mai 2021*

DETAILS SUR LA CAMPAGNE : *Le but de la campagne était de dévoiler la nouvelle identité de la marque.*

SECTION 3 : LE PORTEFEUILLE CLIENT D'ASCES

L'agence ASCESE a eu à offrir ses services à un grands nombre d'annonceurs, nous en dénombrons quelques-uns ici :



DEUXIEME PARTIE : DEROULEMENT DU STAGE

Nous présenterons dans cette seconde partie de notre travail notre imprégnation dans la structure et notre accommodation à l'environnement de travail d'une part (chapitre 1), et les tâches effectuées pendant toute la durée de notre stage d'autre part (chapitre 2).

CHAPITRE I : L'IMPREGNATION

Nous débuterons ce chapitre par notre accueil au sein de l'agence ASCESE et par la présentation des différentes règles et des différentes méthodes de travail qui nous ont été données.

SECTION 1 : L'ACCUEIL

Lundi, 04 juillet 2022, il est exactement 8h13 lorsque nous arrivons dans les locaux de l'agence ASCESE à NKOLNDONGO juste avant SIANTOU. Nous rencontrons madame Nathalie AGOUME, la directrice des affaires financières de l'agence de Yaoundé. Nous y rencontrons aussi un autre stagiaire ayant commencé sa période d'essai une semaine avant en vue d'un probable contrat. Madame AGOUME n'a que le temps de faire une brève présentation d'elle-même car elle est très préoccupée par une affaire qui doit se régler dans la semaine. Elle nous confie immédiatement les dossiers urgents qui doivent être bouclés à la fin de la semaine, ainsi nous débutons donc notre travail en grandes pompes dès le premier jour, ceci nous a bien fait comprendre à quel point nous allions être submergés de travail pendant les trois mois à venir. Pendant que madame Nathalie AGOUME nous donnait des directives sur les dossiers que nous étions appelés à traiter, monsieur Georges EDZOA est arrivé à l'agence, nous nous sommes tous présentés (nous stagiaires), par la suite il s'est présenté et nous a informé qu'il était le responsable des locaux de Yaoundé. Après nous avoir donné quelques instructions sur les affaires urgentes de l'agence et après le briefing de la directrice des finances, madame AGOUME, monsieur EDZOA nous a immédiatement envoyé sur le terrain avec pour mission de gagner des contrats pour un client de l'agence. Le Directeur nous a déclaré qu'il s'agissait d'une « bienvenue chaleureuse » selon ses propres dires. Après notre descente sur le terrain, il s'est attelé à nous expliquer les règles que nous devons respecter pendant toute la durée de notre stage.

SECTION 2 : LES REGLES DE L'AGENCE

L'agence a établi plusieurs règles à respecter aussi bien pour le personnel que pour les stagiaires. Voici quelques règles de l'agence :

I- LES HORAIRES DE TRAVAIL

- ❖ Pendant les jours ouvrables, c'est-à-dire de lundi à vendredi, les horaires de travail sont fixés de 08h00 à 18h00 (ceci ne concerne pas les consultants dont les horaires de travail dépendent des clauses de leurs différents contrats) ;
- ❖ Nous bénéficions d'une heure de pause chaque jour entre 13h00 et 14h00. Cette heure de pause est à respecter scrupuleusement sous peine de sanctions du directeur de l'agence.

II- LES ABSENCES ET LES RETARDS

Comme dit précédemment, le stage débute à 8h00 à ASCESE Conseil, avec une petite marge de 15 minutes, cela veut dire que chaque stagiaire devrait arriver à l'agence au plus tard à 8h15, passé cette heure, tout stagiaire est considéré comme retardataire. Les retardataires sont priés de rencontrer le directeur pour donner les motifs de leur retard, si motif il n'y a pas, ces derniers se verront sanctionnés à la hauteur du retard enregistré. De même, les malades devront fournir des justificatifs de maladie à la hiérarchie, à la mesure du possible prévenir de leur absence après la maladie constatée.

III- LE RESPECT DU SECRET PROFESSIONNEL

Chaque membre de l'agence est tenu au secret professionnel pendant toute la durée de son contrat, et même après, il n'aura pas le droit de divulguer une information quelconque sur l'agence ou sur sa méthode de travail.

Les salariés de l'agence sont tous priés d'observer les instructions et le règlement intérieur de l'agence.

IV- LE RESPECT DE LA DISCIPLINE

Les employés de l'agence doivent respecter les règles de sécurité et d'hygiène au travail pour améliorer et assainir l'environnement de travail.

Le refus de porter un dispositif de sécurité est considéré comme une faute lourde et sanctionné comme tel⁴.

⁴ Source : livret d'accueil de l'agence conseil ASCESE

CHAPITRE II : LES TACHES EFFECTUEES EN STAGE

Dans ce chapitre, nous présenterons toutes les activités que nous avons mené à l'agence ASCESE pendant toute la période qu'a duré notre stage académique.

En plus des domaines de la communication et du marketing, toutes nos activités touchaient d'autres domaines qui nous ont permis d'accrocher d'autres cordes à notre arc et de gagner en maturité et en expérience.

SECTION I : LES ACTIVITES DE PUBLICITE

I- LES ACTIVITES DE PLANIFICATION STRATEGIQUE

Tâche 1 : Recommandation stratégique pour l'inauguration de PLAYCE MARKET

Description de l'activité :

Le centre commercial **PLAYCE** Yaoundé, construit sur un terrain de 35000 m², abritera un hypermarché Carrefour et une galerie marchande de 50 boutiques de marques locales et internationales, dont plusieurs restaurants. Le centre commercial **PLAYCE**, conçu et opéré par le groupe **CFAO Consumer Retail**, sera inauguré le 05 juillet 2022 dans le quartier de Warda, sous le haut patronage du Président de la république, S.E. Paul BIYA, lors d'une cérémonie qui sera présidée par S.E. Ferdinand NGOH NGOH, Ministre d'Etat, secrétaire général de la présidence de la république, représentant personnel du Chef de l'Etat.

Objectif :

Mettre en place les éléments importants pour une inauguration grandiose et réussie.

Parties prenantes :

Pour mener à bien cette activité, nous étions quatre stagiaires : Loïc EDJANG, Renaud ABATE, Yannick NDONGO et Grégory AYISSI, sous la supervision et les conseils de monsieur Georges EDZOA.

Méthodologie :

Pour mener à bien ce travail, nous avons d'abord :

- Classé les invitations par secteurs
- Organisé notre descente en groupe
- Etabli des cartes pour nous repérer et des décharges pour chaque invitation livrée

Travail réalisé :

les tâches que nous avons effectuées pour la réalisation de ce travail sont :

Aspect Stratégique des tâches effectuées :

Pour simplifier nos déplacements, nous avons mis sur pied des plans de localisation. Nous avons aussi par ailleurs, recherché et mis en place un service d'hôtesse pour le compte de l'inauguration. Nous avons aussi revu dans les moindre détail le système entier qui comprend : la sécurité, les artistes, les médias, les hautes personnalité, l'attribution des places, l'ordre d'intervention, le service d'hôtesse... pour nous assurer que tout était dans les normes. A la fin de la journée, nous avons produit un document de présentation dans lequel nous avons mentionné tout ce qui a été fait pendant la journée pour l'inauguration et nous l'avons rendu à notre encadreur.

Aspect opérationnel :

Dans le but de mettre en pratique les stratégies que nous avons adoptées, nous avons effectué une descente sur le terrain pour rendre des invitations à certains médias et à certains ministères tels que :

Les médias :

- Equinoxe Tv
- CRTV
- Canal 2 International
- Investir Cameroun
- SOPECAM
- Actu Culture
- Culture Ebène

Les Ministères :

- La présidence/Premier Ministère
- Le ministère du tourisme
- Le ministère de la jeunesse
- Le ministère des transports

Evaluation :

Après avoir rédigé le document de présentation qui contenait toutes les activités liées à l'évènement, nous l'avons présenté à notre encadreur monsieur Georges EDZOA qui après plusieurs modifications, l'a validé et l'a envoyé au Senior Manager à l'agence siège.

Difficultés rencontrées :

La principale difficulté que nous avons rencontrée pendant cette journée était la pression, compte-tenu du manque de temps qui se faisait déjà ressentir étant donné que l'inauguration devait avoir lieu le lendemain seulement.

L'une des difficultés rencontrées aussi était la fatigue que nous avons ressentie et qui au bout d'un moment nous a ralenti dans notre travail après quelques allées et venues dans la ville.

Tâche 2 : Recommandation stratégique pour la recherche de nouveaux sponsors pour le quotidien MUTATIONS

Description de l'activité :

Quotidien camerounais fondé en 1996 et édité, rédigé et publié tous les jours, sauf les weekends en langue française par le groupe **SOUTH MEDIA CORPORATION**, Mutations est un journal qui se veut nationaliste, son but étant d'informer la population de tout ce qui se passe sur l'ensemble du territoire national. Sa structure hiérarchique présente comme directeur de publication Georges Alain BOYOMO. Le quotidien Mutations se trouve dans un marché hautement concurrentiel duquel il veut tirer son épingle du jeu et pour se faire, il a besoin de financements. C'est pourquoi lors de son 25^e anniversaire, il a lancé une vaste campagne de prospection clients. Le but de cette campagne était de prospecter de nouveaux partenaires et sponsors pour que le quotidien Mutations puisse financer ses prochaines publications et continuer ainsi son travail d'accès et de relais à l'information. La campagne de prospection s'étendait sur deux mois (entre fin juillet et début septembre), et à chaque entreprise ou structure prospectée, il fallait faire des relances pour s'assurer que la cible comprenne l'importance du projet et donne une réponse positive.

Objectif :

Trouver des sponsors qui apporteront leur soutien et financeront les prochaines publications du quotidien Mutations afin de permettre à ce dernier d'accomplir le travail qui l'incombe.

Parties prenantes :

Pour la réussite de cette campagne de prospection, nous étions sous la supervision de monsieur Georges EDZOA, responsable de l'activité dans la ville de Yaoundé.

Méthodologie :

Pour mener à bien ce travail, nous avons commencé par :

- Nous organiser en groupe de travail pour être beaucoup plus efficace ;
- Classer les dossiers que nous devons livrer le lendemain dans les différentes entreprises et organisations ;
- Identifier les différentes localisations des structures que avions à prospector, pour nous rendre plus facilement sur le terrain et faire notre travail en toute sérénité ;
- Répartir les différentes enveloppes par zone, afin de rendre la tâche moins pénible et d'optimiser notre prospection ;
- Et nous avons terminé par la partition de chaque zone de prospection, chaque stagiaire avait une destination précise et des structures connues à prospector.

Travail réalisé :

Pour la réalisation de ce travail, nous avons effectué de nombreuses tâches parmi lesquelles :

Aspect Stratégique des tâches effectuées :

Nous avons mis sur pied plusieurs plans de localisation pour faciliter nos déplacements, nous avons créé des groupes en fonction des aptitudes et du lieu de résidence de chacun. Nous avons conçu des affichettes dans le but de différencier les enveloppes et de les donner aux bonnes structures. En outre, nous avons rédigé des lettres de demande de sponsoring pour les enveloppes dans lesquelles il en manquait et les avons jointes aux différents dossiers de sponsoring à l'intérieur de chaque enveloppe.

Aspect opérationnel :

Dans le but d'implémenter tout ce qui a été arrêté sur le plan stratégique, nous avons effectué plusieurs descentes sur le terrain et plusieurs relances comme suit :

- Lundi, 11 juillet 2022, nous avions quatre structures à prospector, nous en avons prospecté trois. Après avoir eu les frais pour nos différents déplacements de la part de la directrice des finances de l'agence madame Nathalie AGOUME, nous nous dirigeons

d'abord vers ELIG-ESSONO pour déposer la lettre et le dossier de sponsoring au SAILD où nous avons rencontré le secrétaire avec qui nous avons longuement discuté sur la nature des documents à l'intérieur de l'enveloppe. Après quoi, nous nous sommes dirigé vers l'Union Européenne (UE) au rond-point NLONGKAK où le document était adressé à l'ancien directeur. Nous avons donc dû le modifier dans un secrétariat de la zone, ce qui nous a pris environ 45 minutes, ensuite nous sommes revenus à l'UE où nous l'avons finalement déposé en prenant le soin d'expliquer la nature du document. Nous quittons l'UE avec le contact de l'agent du courrier et nous allons vers l'UA. Cependant, notre GPS n'arrive pas à situer l'Union Africaine sur la carte du Cameroun, alors nous décidons d'aller à l'Organisation International du Travail (OIT). A l'OIT, nous déclinons notre identité et donnons le but de notre visite à la guérite et on nous permet d'entrer. A l'intérieur on nous dirige vers le bureau de la secrétaire du directeur général de l'OIT, elle nous pose quelques questions sur le quotidien Mutations, nous y répondons, puis elle vérifie le contenu de l'enveloppe, nous assure qu'elle arrivera à bon port et nous remet une décharge et son contact. Nous avons terminé par l'Agence Française de développement où on ne nous a pas permis d'entrer, mais on nous a remis une décharge. Ensuite nous sommes rentrés à l'agence où nous avons fait notre rapport de la journée par écrit ;

- Mardi, 12 juillet 2022, nous avons 4 structures à prospector dans la zone de Dragage et dans la zone de Bastos. Nous avons débuté par Dragage, nous devions déposer le document à l'Unesco. Nous avons discuté avec la secrétaire, expliqué de quoi il était question, remis le document et nous nous sommes dirigé vers le PNUD à Bastos. Là-bas, nous avons pu rentrer avec un contact, ensuite nous sommes allés au FAO où nous avons remis l'enveloppe au service courrier. Nous sommes ensuite allés au CNUDHD-AC où c'était l'heure de la pause déjeuner, nous avons donc dû patienter quelques minutes. Ensuite nous nous sommes entretenus avec le chef de la sécurité qui a vérifié l'enveloppe et nous a remis une décharge. Nous sommes rentrés à l'agence et nous avons rédigé notre rapport de la journée ;
- Mercredi, 13 juillet 2022, nous retournons sur le terrain pour achever notre travail de distribution de lettres. Nous arrivons à distribuer plus de la moitié des lettres restantes, les autres ne seront pas livrées pour faute d'informations sur les différentes destinations. Nous retournons donc à l'agence après avoir informé notre encadreur de la situation et nous occupons de notre seconde tâche que nous effectuons en parallèle. A notre arrivée,

nous rédigeons comme il est de coutume notre rapport de la descente sur le terrain et à 18H00, nous terminons notre journée et nous rentrons chez nous après avoir dit au-revoir à notre encadreur ;

- Jeudi, 21 juillet 2022, à 11h00, il nous est principalement demandé de faire le suivi des documents du quotidien Mutations déposés dans les différentes structures que nous avons prospectées. Nous faisons donc des relances à ces structures pour nous rassurer que les doléances de notre client ont bien été prises en compte. Nos relances sont essentiellement téléphoniques et via e-mail. La première structure que nous relançons est l'UE par mail, où le cabinet nous fait comprendre que notre courrier est analysé par la cellule marketing et qu'ils nous feront signes dans les semaines à venir. Nous relançons ensuite l'ONU femme qui ne nous fait malheureusement pas de retour, puis, nous contactons le Programme des Nations Unies pour le Développement par mail et ce dernier nous fait comprendre que notre document a bien été enregistré et qu'ils nous répondraient sous peu.
- Nous projetons de nous rendre à l'Unicef, à Bastos pour relancer la structure physiquement le lendemain, mais une fois sur place nous sommes confrontés à un problème majeur : on ne nous permet pas d'accéder aux locaux et de rencontrer un responsable. C'est un véritable problème parce que non seulement on n'avait pas la certitude de faire notre relance, mais en plus on allait perdre un temps considérable sur une seule tâche. Après moult discussions avec le responsable de la sécurité, nous ne sommes toujours pas prêt de nous rendre dans les locaux, il aura fallu s'armer de patience pour expliquer au responsable de la sécurité le but de notre visite. Finalement, nous avons pu accéder aux locaux de l'Unicef et nous avons discuté avec le responsable de la cellule marketing de la section de Yaoundé qui nous a rassuré que notre doléance sera étudiée avec une grande attention. Nous avons ensuite rejoint l'agence pour effectuer notre prochaine tâche.

Evaluation :

A la fin de chaque journée, nous notions toutes nos activités de prospections et de relances dans notre rapport que nous présentions à notre encadreur pour un regard professionnel avant de l'envoyer à l'agence siège à Douala.

Difficultés rencontrées :

Les principales difficultés que nous avons rencontrées lorsque nous accomplissions cette tâche sont :

- L'absence de localisation exacte de certaines entreprises ;
- L'absence de connexion internet pour mener nos recherches dans des conditions idoines ;
- Le refus par certaines structures de nous laisser accéder à leurs locaux ;
- L'absence de moyens de transport qui nous ralentissait beaucoup dans notre travail.

Tâche 3 : Recommandation stratégique pour la mise en place de l'évènement Coca-cola Fifa World Cup Trophy Tour Cameroun

Description de l'activité :

Organisé après chaque 4 ans par la Fifa peu avant la coupe du monde, le **Coca-cola Fifa World Cup Trophy Tour** est un évènement d'une très grande ampleur et d'une très grande importance qui permet aux différents pays qualifiés pour la phase finale de la coupe du monde dans le monde d'accueillir le trophée sur leur sol et de le présenter aux amoureux du football pendant un temps bien déterminé. C'est dans cette logique que le Cameroun, qualifié in extremis contre l'Algérie aux barrages le 29 mars à Blida en Algérie accueillera sur son sol le trophée du mondial Qatari du 8 au 9 septembre. Afin de préparer cet évènement et d'en faire un succès retentissant sur le sol camerounais, Coca-cola, par le biais de l'ambassadeur du trophée David TREZEGUET a confié son organisation à l'agence Ascèse qui se chargera de faire une bonne communication sur l'évènement.

Objectif :

Attirer le plus de personnes à l'évènement pour faire de ce dernier une réussite et pour faire gagner encore plus le sponsor, Coca-Cola, en visibilité.

Parties prenantes :

Pour la réussite de cet évènement, nous étions sous la supervision de monsieur Georges EDZOA et de madame Nathalie AGOUME, respectivement responsable de l'agence ASCESE Yaoundé et responsable des finances de l'agence ASCESE conseil.

Méthodologie :

Nous avons été briefé sur les articulations majeures de l'évènement et sur la méthode de travail de l'agence. Par la suite, nous avons relevé les éléments qui auraient une importance capitale pour le bon déroulement du projet. Nous avons répertorié tous les sites susceptibles de recevoir le trophée de la coupe du monde, par la suite, nous avons abordé le volet sécurité, mis en place des moyens qui permettraient de contenir la foule et d'éviter des situations désagréables.

Travail réalisé :

Pour la mise en place de l'évènement, nous avons effectué plusieurs tâches aussi bien stratégiques qu'opérationnelles parmi lesquelles :

Aspect Stratégique des tâches effectuées :

Pour préparer la mise en place de l'évènement World Cup Trophy Tour, nous avons répertorié dans un document Word les différents sites pouvant accueillir l'évènement en raison de leur capacité totale, leur facilité d'accès et la facilité de déploiement des forces de sécurité, nous les avons classifiés et nous avons établi un itinéraire de ces différents sites pour pouvoir faire notre repérage sur le terrain plus tard. Nous avons établi un document de type PowerPoint dans lequel nous avons présenté les différents éléments qui serviront au branding des sites de l'évènement

(flying banners, arches gonflables, ballons gonflables, figurines gonflables ou Sky dancer, Flashies rotatif car, stop trottoirs, car podiums...). Ensuite nous nous sommes occupé du recrutement des hôtes qui seront appelées à prester pendant l'évènement. Les critères de la sélection étaient l'expérience, la taille, la beauté physique, l'élégance et la prestance. Nous avons proposé certaines candidates à notre encadreur qui a passé des entretiens téléphoniques et physiques avec ces dernières et en a sélectionné quelques-unes pour la liste finale. Nous avons également établi une liste de sociétés de sécurité et de gardiennage qui pourraient encadrer l'évènement telles que : **la G4S, Top Security...** des entrevues avec ces différentes entreprises ont été préparées dans le but de connaître les services proposés par les uns et par les autres et surtout dans le but de déceler la structure ayant la capacité et les ressources nécessaires pour gérer ce genre d'évènement. Nous avons établi une liste de médias et de membres du gouvernement qui couvriraient l'évènement, des invitations ont été confectionnées à cet effet. Nous avons par ailleurs établi des plans de localisation des médias et des différents ministères pour livrer toutes les lettres à leurs destinataires dans les délais.

Aspect opérationnel des tâches :

Nous avons tout d'abord avec notre encadreur procédé au repérage de certains sites sélectionnés pour recevoir l'évènement. Le premier site que nous avons visité est le palais polyvalent des sports de Yaoundé (Paposy) situé au quartier Warda, à environ 200 mètres de la poste centrale. Au Paposy, nous avons rencontré la secrétaire du Directeur avec qui nous avons essentiellement discuté de la location des espaces disponibles pour World Cup Trophy Tour. Cette dernière nous a fait savoir qu'il y avait trois esplanades disponibles : l'esplanade des jets d'eau, l'esplanade mâât des drapeaux et l'esplanade principal. Nous avons également été briefés sur les modalités de la location de chaque esplanade et sur les procédures administratives pour l'acquisition des sites. Nous avons ensuite entrepris la visite des différentes salles du Paposy pour en évaluer les capacités, nous avons commencé par la grande salle de handball où se disputait un match, nous avons pu évaluer le nombre de personnes que la salle pouvait accueillir et nous avons quelques photos (**Cf. Annexe 2**) avant de nous diriger vers les esplanades.

Nous avons fait le tour de tous les esplanades et à chaque fois, nous prenions des photos (**Cf. Annexe 2**) pour le dossier de présentation qui devait être envoyé à Douala où la décision finale serait prise.

Nous nous sommes ensuite dirigé vers le stade omnisport Ahmadou AHIDJO au quartier omnisport. Là-bas, nous avons visité le stade annexe de la structure, le terrain principal et le parking. Nous avons commencé par faire le tour de l'annexe 1 où nous avons fait quelques projections de l'évènement pour nous mettre en situation réelle. Nous avons évoqué les avantages de cette partie du site, mais aussi ses inconvénients, les limites. Nous nous sommes dirigés vers le stade principal où nous avons pu discuter avec le responsable de l'entretien du stade sur les avantages de l'organisation d'un évènement de grande ampleur sur ce dernier, nous avons pris quelques photos du stade, ensuite nous avons visité le parking.

Le parking du stade présentait un problème majeur, il était ouvert de tous les côtés et semblait présenter des failles pour le déploiement des forces de sécurité. Néanmoins avec sa grande superficie qui pouvait accueillir de nombreuses personnes, il était évident que ce serait un atout. Après avoir pris quelques clichés, nous nous sommes dirigé vers le 3^e site, l'hôtel Hilton.

Au Hilton, nous avons rendez-vous avec monsieur Onana qui devait nous faire une visite guidée de la salle de cérémonie de l'hôtel et nous parler des modalités de location de cette dernière. Malheureusement monsieur Onana était indisponible pour un moment et ne se trouvait pas dans son bureau, nous avons donc, notre encadreur et nous-même choisi de commencer la visite de la salle de cérémonie sans lui. Nous avons fait le tour de la salle en prenant quelques photos, monsieur Onana nous a rejoint plus tard, nous a parler du type d'évènements qui sont souvent organisés dans la salle, des modalités de location et des procédures administratives pour l'acquisition de la salle, après quoi, nous sommes retournés au bureau pour rédiger notre rapport des tâches effectuées de la journée qui allait être envoyé au Senior Manager plus tard à Douala.

Le lendemain, nous nous sommes rendus directement à l'hôtel Mont Fébé sur ordre de notre encadreur et nous l'avons retrouvé sur place pour continuer notre mission de repérage. Là-bas, nous avons eu droit à une visite guidée de la salle de conférence et de la salle des fêtes par la secrétaire de la direction. Ensuite nous avons longuement discuté des modalités de location des deux salles et des démarches administratives. Elle nous a par exemple expliqué qu'il fallait que l'on produise une demande adressée au directeur de l'hôtel en précisant la ou les salle(s) que l'on voulait louer et le nombre de jours de location. Nous avons ensuite pris le chemin de l'agence où un rendez-vous avec un représentant de la G4S (GeForce) avait été calé.

Finalement, notre encadreur a dû nous envoyé au siège de la G4S, à la rencontre du représentant de la société de sécurité parce que ce dernier n'était pas très disponible et qu'il était beaucoup

plus simple de se rendre sur les différents sites à partir de là. Nous avons donc fait la rencontre de monsieur KOUM, qui s'occupe de la stratégie de déploiement des forces de sécurité et nous nous sommes dirigés vers le stade omnisport. Notre travail consistait à conduire monsieur KOUM sur certains sites afin qu'il puisse mettre en place une stratégie et qu'il puisse déterminer le nombre de forces de sécurité dont on aura besoin en fonction des sites que nous aurons choisis. Après avoir fait le tour du stade omnisport, nous sommes allés vers le musée national sur la demande de monsieur Georges EDZOA, sur place, nous avons été accompagné par madame NOUBISSIE qui s'occupe de la guérite. Mme NOUBISSIE montrait principalement les zones auxquelles nous n'aurions pas accès si jamais le site était retenu. Il s'agissait des zones comme l'intérieur du musée et les différents jardins que compte le musée. M. KOUM trouvait qu'il serait très délicat de déployer les forces de sécurité à cet endroit et avait du mal à élaborer une bonne stratégie. Il prit quelques notes pour faire un rapport à sa hiérarchie, nous prîmes quelques photos et nous nous dirigeâmes vers le stade militaire de NGOA-EKELE.

Nous devions y rencontrer monsieur Jordan MFEGUE pour avoir accès au stade militaire, malheureusement il se trouve que monsieur MFEGUE n'était pas présent. Monsieur KOUM a donc fait un rappel et une mise au point de nos activités et nous avons calé une date de meeting avant de nous quitter. M. KOUM étant rentré au siège de la G4S, nous sommes retournés à l'agence et nous avons fait un rapport de la journée à notre encadreur.

Le 19 août 2022, nous avons eu une réunion avec monsieur Koum et monsieur Edzoa à la G4S pour discuter de la mise sur pied des éléments de sécurité pendant l'évènement de la présentation du trophée du mondial. Le site qui a été finalement choisi pour l'exposition du trophée est le palais des sports, toutes les esplanades ont été perquisitionnées. Pendant la réunion il y a eu un désaccord entre monsieur Koum et notre encadreur. Monsieur Koum voulait qu'il y ait dix maitres-chiens pendant l'évènement pour s'assurer qu'il n'y ait aucune intrusion clandestine dans le site mais monsieur Edzoa voulait qu'il y ait le moins possible de maitres-chiens et avoir le plus possible de commandos. Nous avons aussi déterminé le nombre d'hommes armés qui encadreraient le trophée pendant son séjour et ses déplacements. Après la réunion, notre encadreur nous a demandé d'établir un rapport de la réunion pour qu'il soit envoyé à Douala pour informer le Senior Manager de l'avancée de la préparation.

Nous avons eu une rencontre instructive avec monsieur Kader Koulibali, responsable de la sécurité à *The Coca-Cola Company*, envoyé par la société pour s'assurer que l'évènement se

déroulera sans accro et que la marque sera très bien représentée en tant que sponsor du tour de la coupe. Nous avons discuté avec monsieur Kader sur l'organisation de l'évènement dans son grand ensemble et sur la question de la sécurité en particulier. C'est ainsi qu'une seconde réunion a été programmé avec la G4S parce que monsieur Koulibali voulait comprendre comment monsieur Koum et ses associés comptaient gérer le volet sécurité.

Après la mise au point de la question de la sécurité, nous nous sommes occupés des personnes et de tout ce qui devait intervenir pendant la durée de l'évènement (artistes, hôtesse, stewards, décorations...). Nous avons tout d'abord sélectionné les différents artistes qui allaient prêter pendant l'exposition du trophée de coupe du monde au Paposy. Le choix des artistes a été effectué selon les tendances du moment, nous avons sélectionné les artistes les plus suivis sur les réseaux sociaux par les jeunes internautes, dans le but que ces derniers fassent une communication sur leurs différentes pages pour que leurs jeunes abonnés se sentent concernés et assistent à l'évènement. Nous avons ensuite procédé à la sélection de stewards qui épauleraient les hôtesse dans leur campagne de communication et dans leur travail de guides. La taille et l'expérience étaient les critères principaux de la sélection.

Le 08 septembre 2022 à 08h00, jour de l'arrivée du trophée du mondial Qatar 2022 sur le sol camerounais, nous avons accueilli la délégation conduite par David TREZEGUET, ambassadeur de l'évènement, à l'aéroport international de Nsimalen. Nous avons ensuite rejoint la délégation, à bord du véhicule d'Ascèse Conseil, pour l'hôtel Hilton de Yaoundé où nous nous sommes déployés avec les hôtesse pour guider les membres du gouvernement, les illustres invités présents et bien entendu les médias. Vers 12h environ, le trophée s'est dirigé vers le Paposy à bord d'un convoi hautement protégé, où il a été exposé jusqu'à 18h avant de retourner à l'hôtel pour être gardé et puis être de nouveau exposé aux camerounais le lendemain 09 septembre.

Evaluation :

Après l'évènement, nous avons été félicités et remerciés par notre encadreur pour notre apport dans sa mise en place et sa concrétisation. Nous avons produit un rapport de l'évènement et nous l'avons envoyé comme de coutume au Senior Manager.

Difficultés rencontrées :

Plusieurs difficultés ont été rencontrées pendant la conception de l'évènement :

- Tout d'abord le manque de communication. Notre encadreur ne nous communiquait pas toutes nos tâches au début, ce qui nous ralentissait dans notre travail, quand on sait que plus les informations étaient précises, plus notre travail bon ;
- Ensuite la pression. Nous travaillions sous pression pendant la dernière semaine avant l'évènement, la pression nous empêchait de travailler normalement et d'être productifs ;
- La mésentente avec certains de nos associés sur la question de la sécurité qui nous a fait perdre au deux jours pendant lesquels nous nous serions activés ;
- L'absence partielle de la localisation des invités ne nous a pas permis de distribuer toutes les invitations ;
- L'absence d'une connexion internet de bonne qualité ne nous pas permis de faire des recherches sur les différents branding.

Tâche 4 : veille concurrentielle pour le compte du Groupe Sabc (Société Anonyme des Brasseries du Cameroun)

Description de l'activité :

La veille concurrentielle est un ensemble de méthodes mises en place par une entreprise pour surveiller de manière permanente les actions et produits de la concurrence actuelle ou potentielle. C'est l'activité continue et en grande partie itérative qui vise à une surveillance active de l'environnement, qu'il soit technologique ou commercial, des acteurs ou nouveaux entrants, pour en anticiper les évolutions de façon stratégique. Cette stratégie marketing permettra aux décideurs de l'entreprise d'adapter leurs stratégies de communication.

Prenant appui sur cette définition, toutes grandes entreprises évoluant dans un milieu concurrentiel sont appelées à faire usage de cet outil stratégique du marketing. C'est sans doute la raison pour laquelle le Groupe SABC, en confiant le volet institutionnel de sa communication

à l'agence ASCESE, a également souhaité que la veille soit une activité majeure dans l'exécution de cette tâche.

Objectifs :

Poser un diagnostic sur l'environnement concurrentiel du client afin de lui permettre de prendre des décisions stratégiques y afférentes.

Parties prenantes :

Pour cette tâche, nous étions au nombre de quatre à savoir : NDONGO Yannick, ABATE Renaud, Loïc EDJANG, tous sous la supervision de monsieur Georges EDZOA, chef de l'agence Ascèse Conseil Yaoundé.

Méthodologie :

Nous avons été briefé sur les articulations majeures et de la méthode de travail de l'agence. Par la suite nous avons procédé à l'identification de tous les concurrents du client à savoir : Sofavinc (société de fabrication de vins du Cameroun), UCB, BVS, Source du pays, Diageo, SANO etc. Cette étape passée, il a été attribué à chacun de nous un concurrent du client. De ce fait nous avons comme objet d'étude l'entreprise UCB. Afin de recueillir les informations nous avons deux méthodes. La première consistait à faire le tour des plateformes digitales afin d'avoir l'actualité de UCB ainsi que celle de ses marques. La seconde méthode quant à elle consistait à se rendre dans les différents points de ventes et de communication des produits UCB (Grandes et Moyennes surfaces, Bars restaurants, les médias affichages, presse écrite et TV). C'est ainsi que nous allions dans les supermarchés tels que MAHIMA, Casino ou à l'hypermarché Carrefour de PLAYCE MARKET pour être à l'affût des stratégies de UCB.

Travail réalisé :

Nous avons rédigé un rapport général dans lequel nous nous sommes particulièrement investi : le focus, des recommandations, rendre compte de l'activité des concurrents (Out door etc....) et nous avons posé un regard panoramique sur l'actualité du Groupe SABC.

Évaluation :

À l'issu de toutes ces démarches, le rapport rédigé à fréquence mensuellement après relecture, modifications éventuelles et validation par M. Georges était envoyé à l'annonceur.

Difficultés rencontrées :

Nous notons en termes de difficulté, le manque récurrent de connexion internet pour certaines recherches. Absence d'un budget alloué pour les différentes descentes sur le terrain.

SECTION 2 : LES AUTRES ACTIVITES

1- Rédaction des rapports

Dans l'objectif de rendre compte d'une activité, nous rédigeons régulièrement des rapports sur différentes activités notamment :

- Rapport hebdomadaire sur la prospection et les relances du quotidien Mutations :

Il était de faire un rapport de l'avancée de la prospection et des différentes relances effectuées pour le compte du quotidien Mutations pendant deux mois.

- Rapport de déploiement des hôtesse sur le terrain (inauguration de Playce Market) :

La supervision du déploiement des Brands Girls sur le terrain étant sous notre responsabilité, après la descente des hôtesse sur le terrain, nous avons rédigé un rapport ;

- Rapport d'activités sur le déroulement de l'évènement Coca-Cola World Cup Trophy Tour :

Après la mise en place des activités qui devaient meubler l'évènement, nous avons produit un rapport pour l'agence de Douala et un rapport pour notre encadreur. Après l'évènement, nous avons rédigé un rapport final.

- Rapport de veille concurrentielle :

Dans l'optique de mener des analyses et de faire un compte-rendu pour le compte du groupe Sabc sur les différentes stratégies de ses concurrents, nous avons produit plusieurs rapports de veille concurrentielle, dont un chaque semaine pendant trois mois (**Cf. Annexe 6**).

2- Rédaction des correspondances

Nous nous sommes également impliqués dans la rédaction des correspondances notamment : une correspondance adressée à Santa Lucia en vue de l'autorisation pour déployer les hôtesse Top.

3- Réunion de négociations

Nous avons l'habitude d'accompagner monsieur Georges EDZOA, chef d'agence Ascèse Yaoundé à des réunions de négociation telles que :

La réunion entre Ascèse et le CEO de la SAILD pour une campagne d'entretien sur les différents services que la société propose.

La réunion entre Ascèse et le directeur de publication du quotidien Mutations pour la recherche de nouveaux sponsors.

TROISIEME PARTIE : EVALUATION DE STAGE

Il sera question dans cette partie de présenter ce que nous avons appris au cours de ce stage. Il sera également question de relever les éléments n'ayant pas facilité notre déploiement durant ces trois mois passés au sein d'Ascèse Conseil. Enfin, nous ferons quelques suggestions.

CHAPITRE I : BILAN DU STAGE

Notre stage à l'agence Ascèse nous a été bénéfique à plusieurs niveaux :

SECTION 1 : LES APPORTS DU STAGE

I- Sur le plan personnel

Sur le plan personnel, le stage à Ascèse campagne nous a appris beaucoup de choses, notamment :

- ❖ A mieux comprendre le travail en agence conseil ;
- ❖ A adopter le comportement adéquat vis-à-vis de ses collègues et vis-à-vis de sa hiérarchie ;
- ❖ A être ponctuel au travail et aux livraisons des travaux vis-à-vis des clients ;
- ❖ A être dynamique, objectif et laisser libre court à son imagination et à sa créativité dans le processus de création ;
- ❖ A développer la confiance aux autres (collègues de travail)
- ❖ A travailler en tandem
- ❖ A développer notre capacité d'écoute

II- Sur le plan académique et professionnel

Le stage à Ascèse nous a apporté beaucoup, tant sur le plan académique que sur le plan professionnel.

1- Sur le plan académique

Notre stage académique nous a été d'un très grand apport sur le plan académique. En effet, il nous aura permis de remplir la condition de l'école d'effectuer un stage de participation dans une agence conseil pour l'obtention d'une licence en communication option publicité.

De plus, le stage nous a mis dans des situations favorables à la mise en pratique de certains enseignements théoriques reçus durant notre formation. Sans toutefois omettre qu'il a, à coup sûr, contribué à l'amélioration de nos connaissances, en particulier sur le travail en agence qui jusque-là étaient très limitées.

2- Sur le plan professionnel

Sur le plan professionnel, ce stage est une expérience de plus que nous avons acquise et qui nous permettra de mieux nous déployer sur les projets à venir grâce aux nouvelles compétences. Par la même occasion, nous avons pu agrandir notre carnet d'adresses et améliorer notre capacité à travailler sous une grande pression et dans les délais.

SECTION 2 : LES DIFFICULTES RENCONTREES

Les difficultés que nous avons rencontrées en stage sont légion :

- ❖ Le manque de matériel adéquat pour mener à bien certaines tâches ;
- ❖ Le manque d'informations et de données sur certaines structures qui nous empêchait de réaliser de bonnes performances ;
- ❖ Notre encadreur ne nous donnait pas assez de responsabilités au début car il n'en trouvait pas la nécessité ;
- ❖ Pas de frais de transport pour effectuer certaines courses pour le compte de l'agence, nous devons très souvent abandonner ;
- ❖ La mésentente entre nous et nos partenaires sur la question de sécurité lors de la mise en place de la campagne de présentation du trophée de coupe du monde par Coca-Cola nous a particulièrement affecté, et même si nous avons pu trouver une solution à la fin, cela nous a beaucoup ralenti et fait perdre de l'argent ;
- ❖ L'absence d'un accès à Internet stable et continu nous a fait prendre des mesures draconiennes.

CHAPITRE 2 : REMARQUES ET SUGGESTIONS

SECTION 1 : REMARQUES

1- Remarques positives

Tout au long de notre stage à ASCESE conseil, nous avons pu relever quelques aspects qui ont suscité notre admiration notamment :

❖ L'évaluation permanente des activités

L'évaluation permanente de l'équipe qui permet de détecter ce qui ne fonctionne pas et d'y apporter des améliorations. Nous étions constamment suivis quand besoin se sentait dans le but de pouvoir être plus productif dans les activités qui nous étaient assignées.

❖ Le travail en tandem :

Nous travaillions en équipe de deux généralement et nous étions tutorés par notre encadreur pour maximiser notre productivité, car comme il le disait, deux cerveaux valent mieux qu'un.

2- Remarques négatives

Parvenus au terme de notre stage, nous ne pouvons pas dire que nous n'avons pas rencontré des difficultés durant notre séjour dans cette agence. Nous avons connu quelques petites difficultés. Parmi elles, nous pouvons citer :

❖ L'absence de matériel :

Le manque de matériel nous empêchait souvent d'agir et d'accomplir nos tâches. En effet il n'y avait pas de Wifi à notre disposition de manière permanente pour les tâches de recherches qu'on avait à faire, il fallait de ce fait prévoir un budget quotidien pour les frais de connexion à internet. Il nous manquait également au sein de l'agence, une imprimante et ou une photocopieuse pour des travaux qui nécessitaient des impressions. De plus certains appareils nécessitaient une maintenance.

❖ Le manque de coopération des collaborateurs :

Très souvent les collaborateurs nous des consignes différentes, ce qui nous déstabilisait. Nous ne savions pas vraiment quoi faire dans cette situation. Pour ne pas être réprimandés, parfois nous effectuions les travaux en doublons pour satisfaire tout le monde.

❖ Le non-respect des heures de travail et de réunion :

Les réunions qui parfois étaient programmées à 09h débutaient très souvent à 11h, cela nous rajoutait beaucoup de travail, parfois nous n'avions pas de pause. Lorsque nous avons un travail à faire le matin, nous nous retrouvions entrain de le faire dans l'après-midi, résultat des courses nous travaillions sous pression.

SECTION 2 : SUGGESTIONS

Au vue de toutes les remarques négatives soulignées plus haut, nous apportons maintenant quelques suggestions qui pourraient améliorer le travail et la productivité en agence :

❖ Plus de collaboration dans le personnel

Nous proposons que le personnel, les collaborateurs arrivent à travailler ensemble pour maximiser la rentabilité et éviter aux stagiaires ou aux autres membres de l'agence de travailler sous pression.

❖ Acheter du matériel technique pour les différents travaux à effectuer

Avoir un matériel professionnel en agence faciliterait beaucoup de choses et permettrait de travailler beaucoup plus aisément et efficacement en un temps relativement court.

❖ Etablir un planning de réunions et le respecter

Le respect des heures réunion serait bénéfique pour l'entreprise. Il permettra une communication interne à temps et la planification des échéances dans le strict respect des délais. Les écourter permettra de s'appesantir sur les activités et tâches d'entreprise car certaines réunions étaient très longues.

CONCLUSION

En résumé, il était question pour nous à travers le présent rapport, de présenter un récapitulatif de notre stage de participation effectué au sein de l'agence conseil Ascèse. Un stage dont l'objectif était de s'impliquer et de participer aux différentes activités de l'entreprise. La présentation de la structure d'accueil à travers son historique, son cadre de référence, sa présentation physique et administrative a été faite. Ensuite nous avons retracé le déroulement de notre séjour professionnel en entreprise.

Au sortir de cette phase d'apprentissage, nous constatons que notre expérience professionnelle s'en sort grandie et notre connaissance des réalités du métier enrichi. De plus, notre stage nous a permis d'acquérir une meilleure connaissance du fonctionnement d'une agence conseil. Nous avons également fait quelques remarques au sein de la structure ; des suggestions ont été faites à cet effet. En outre, nous avons pu être édifiés sur les règles qui régissent la vie en milieu professionnel. Ainsi, assiduité, disponibilité, respect de la hiérarchie, travail sous pression, recherche permanente pour ne citer que celles-là sont autant de valeurs à cultiver pour un service de qualité. Enfin, nous tenons à exprimer notre grande satisfaction d'avoir travaillé et d'être encadré par des personnes qui n'ont pas hésitées à nous confier des tâches très importantes (l'organisation de l'évènement Coca-Cola World Cup Trophy Tour Cameroun, l'inauguration de Playce Market) malgré notre statut de stagiaire et dans des conditions favorables à l'apprentissage.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

- Henri Joannis, Virginie de BARNIER, De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire, Dunod, Paris 2005 ;
- Henri SUHAMY, Les figures de style, coll. « Que sais-je ? », PUF, 2004.
- ARNAUD DE BAYNAST, JACQUES LENDREVIE, PUBLICITOR – Publicité Online & Offline, 8ème édition Dunod, Paris 2014.

Sites web

- www.asceseconseil.com consultés le 9 aout 2022 à 9h
- <https://www.legicam.cm> consulté le 24 juillet 2021 à 22h 30 minutes

Rapports de stage

- NGON Donald Landry, stage académique effectué à Ascèse Conseil du 03 aout au 03 novembre 2020
- BILOA ESSOMBA Thècle Sandrine, stage académique effectué à ASCOM du 03 août au 03 octobre 2020, et soutenu en Novembre 2020 à l'ESSTIC
- OHANDZA Buchard, stage académique effectué à Ascèse Conseil du 03 août au 03 novembre 2020

ANNEXES

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : organigramme de l'entreprise

Annexe 2 : Repérage des différents sites pour l'évènement du Coca-Cola World Cup Trophy Tour

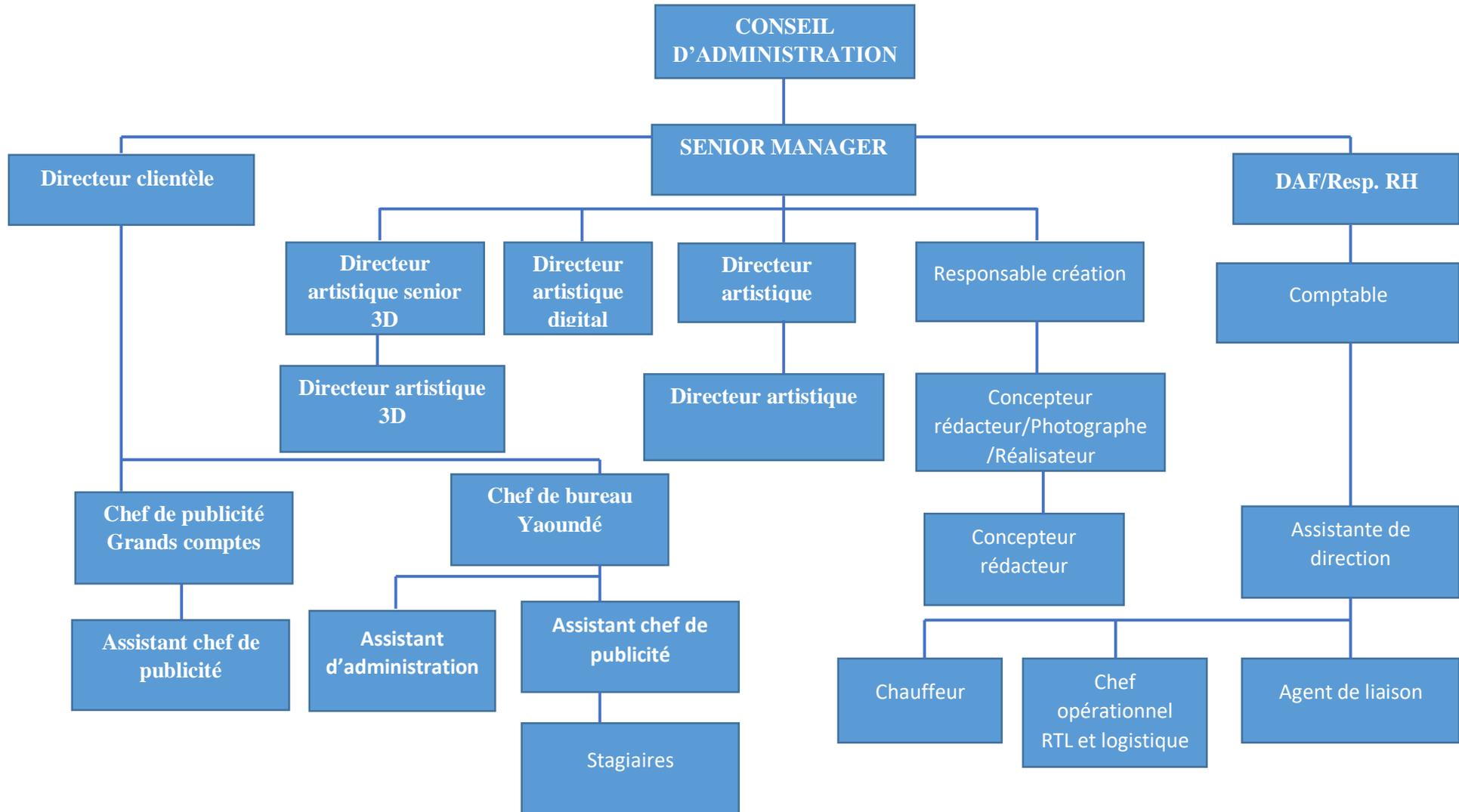
Annexe 3 : Repérage des différents sites pour l'évènement du ballon d'or

Annexe 4 : déploiement du Coca-Cola World Cup Trophy Tour

Annexe 5 : veille Sabc

Annexe 6 : prospection du quotidien Mutations

Annexe 1 : Organigramme d'Ascèse Conseil



**Annexe 2 : Repérage des différents sites pour l'évènement du Coca-Cola
World Cup Trophy Tour**



Repérage de la grande salle du palais des sports de Yaoundé



Repérage du site esplanade Mât des drapeaux du palais des sports

Annexe 3 : Repérage des différents sites pour l'évènement du ballon d'or



Repérage de la grande salle du palais des congrès



Repérage de la salle VIP du palais des congrès

Annexe 4 : déploiement du Coca-Cola World Cup Trophy Tour



Nous après avoir livré la lettre d'invitation à la presse "Défis Actuel"



Nous sur le site de l'évènement peu avant son lancement pour les derniers réglages



Nous posant pour le trophée de coupe du monde



Nous au palais des sports guidant les fans vers le trophée

Annexe 5 : veille Sabc



Nous au supermarché Mahima

Dans le cadre de la veille concurrentielle

Du mois de juillet pour le compte

Du groupe Sabc



Veille concurrentielle du mois d'août à

Playce Warda sur le concurrent direct

American Cola



Veille concurrentielle du mois

De septembre sur le concurrent Brasaf



Nous à Casino pour espionner l'impact des promotions des produits Sabc

Annexe 6 : prospection du quotidien Mutations

Logo	Noms des structures
	1- UNION AFRICAINE (UA)
	2- UNION EUROPEENNE (UE)
	3- PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR LE DEVELOPPEMENT (PNUD)
	4- AGENCE D'AIDE A LA COOPERATION TECHNIQUE ET AU DEVELOPPEMENT (ACTED)
	5- ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL (OIT)
	6- ONU FEMMES
	7- BANQUE AFRICAINE DE DEVELOPPEMENT (BAD)
	8- UNICEF

Logo	Noms des structures
	9- UNESCO
	10- ACTION POUR LA PAIX ET LE DEVELOPPEMENT (APA)
	11- ACTION FOR PEACE AND DEVELOPMENT (APA)
	12- CELLULE D'APPUI AU DEVELOPPEMENT PARTICIPATIF ET INTEGRE (CADEP)
	13- ACTION LOCALE POUR LE DEVELOPPEMENT PARTICIPATIF ET AUTOGERE (ALDEPA)
	14- ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA FRANCOPHONIE (OIF)

Logo	Noms des structures
	15- BANQUE DE DEVELOPPEMENT DES ETATS DE L'AFRIQUE CENTRALE (BDEAC)
	16- ASSOCIATION POUR LE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE ET SOCIAL (ADES)
	17- SERVICE D'APPUI AUX INITIATIVES LOCALES DE DEVELOPPEMENT (SAID)
	18- AGENCE FRANCAISE DE DEVELOPPEMENT (AFD)

Liste des structures prospectées et relancées pour le compte du quotidien Mutations



Notre rapport final de prospection pour célébrer les 25 ans du quotidien Mutations

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE.....	II
REMERCIEMENTS	III
ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES.....	IV
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION GENERALE DE L'AGENCE CONSEIL ASCESE	2
CHAPITRE I : PRESENTATION DE L'ENTRPRISE.....	3
SECTION 1 : CREATION ET VALEURS DE L'ENTREPRISE	3
1- Création de l'entreprise.....	3
2- Le cadre de référence.....	3
3- La fiche signalétique.....	5
SECTION 2 : ORGANISATION DE L'AGENCE	7
I- STRUCTURE.....	7
1- La Direction	7
2- Les différents départements de l'agence	7
3- Organigramme.....	8
II- ORGANISATION STRUCTURELLE.....	9
1- Approche méthodologique de travail	9
2- PROCESSUS DE TRAVAIL	10
SECTION 3 : COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE A ASCESE.....	10
I- LA COMMUNICATION INTERNE	10
II- LA COMMUNICATION EXTERNE.....	12
CHAPITRE II : OFFRES DE L'AGENCE.....	13
SECTION 1 : DOMAINES DE COMPETENCE	13
SECTION 2 : QUELQUES REALISATIONS DE L'AGENCE	14
SECTION 3 : LE PORTEFEUILLE CLIENT D'ASCSE	17
DEUXIEME PARTIE : DEROULEMENT DU STAGE.....	18
CHAPITRE I : L'IMPREGNATION	19
SECTION 1 : L'ACCUEIL	19
SECTION 2 : LES REGLES DE L'AGENCE	20
I- LES HORAIRES DE TRAVAIL	20
II- LES ABSENCES ET LES RETARDS	20
III- LE RESPECT DU SECRET PROFESSIONNEL.....	20
IV- LE RESPECT DE LA DISCIPLINE	21
CHAPITRE II : LES TACHES EFFECTUEES EN STAGE	22
SECTION I : LES ACTIVITES DE PUBLICITE.....	22
I- LES ACTIVITES DE PLANIFICATION STRATEGIQUE	22
SECTION 2 : LES AUTRES ACTIVITES	37
1- Rédaction des rapports	37
2- Rédaction des correspondances.....	38
3- Réunion de négociations	38
TROISIEME PARTIE : EVALUATION DE STAGE	39

CHAPITRE I : BILAN DU STAGE	40
SECTION 1 : LES APPORTS DU STAGE	40
I- SUR LE PLAN PERSONNEL.....	40
II- SUR LE PLAN ACADEMIQUE ET PROFESSIONNEL	40
1- Sur le plan académique	40
2- Sur le plan professionnel.....	41
SECTION 2 : LES DIFFICULTES RENCONTREES	41
CHAPITRE 2 : REMARQUES ET SUGGESTIONS	41
SECTION 1 : REMARQUES.....	42
1- Remarques positives	42
2- Remarques négatives	42
SECTION 2 : SUGGESTIONS	43
CONCLUSION	43
BIBLIOGRAPHIE	45
ANNEXES.....	B
LISTE DES ANNEXES	C
TABLE DES MATIERES.....	B