

Communication publicitaire et gouvernance d'entreprise

DOSSIERS ET REPERES

Page 4

Quid de la commercialisation

Potentiel

"Ne vous demandez pas ce que votre pays peut faire pour vous, mais demandez vous ce que vous pouvez faire pour votre pays"

(John Fitzgerald Kennedy)

Agenda des affaires

N°0035 du jeudi 23 avril 2015

5 000 exemplaires

JOURNAL DE PROMOTION ECONOMIQUE, SOCIALE ET COMMERCIALE

500 F CFA

ACTUALITÉ

Journée nationale de la femme



Page 2

Dans ce numéro :

FOCUS

Le Groupe IHEM, Ecole de référence en Afrique



Page 6 & 7

LES DÉFIS DE L'ÉMERGENCE

Le CENAREST et la recherche scientifique au Gabon



Page 9

EDITORIAL

LE MARKETING ET L'ENTREPRISE



Fonction organisationnelle et "ensemble de processus pour la création, la communication et la délivrance de valeur aux consommateurs et pour la gestion de la relation client de telle manière qu'ils puissent bénéficier à l'organisation ainsi qu'à ses parties prenantes", "le marketing" comme le définit l'Américain Marketing Association, "est au sein de l'entreprise, la fonction qui consiste à concevoir l'offre d'un produit ou d'un service en fonction de l'analyse des attentes de consommateurs précisément identifiés et ciblés, en tenant compte des capacités de l'entreprise, des différents coûts, ainsi que de toutes les contraintes de l'environnement dans lequel l'entreprise évolue".

Schématiquement, nous pouvons dire que le marketing s'appuie sur dix piliers que sont :

- **l'étude de marché** : démarche consistant à collecter méthodiquement et systématiquement toutes les informations - historique, nature et volume de la demande, caractéristiques de la concurrence, barrières à l'entrée, conditions politiques et légales, opportunité conjoncturelle, lobbies - concernant un marché, de manière à appréhender le plus précisément possible son potentiel ainsi que les risques éventuels qu'il comporte ;

- **le besoin** : expression d'une nécessité, est caractéristique d'une insatisfaction de degré variable, ressentie par un consommateur ;

- **la cible** : fraction de la population répondant à certains critères - démographiques, économiques, sociodémographiques, géographiques, situationnels ou psychographiques et à laquelle on destine un bien, un service ou une information ;

- **le consumérisme** : action collective des consommateurs ayant pour objectif de s'informer sur les produits offerts à la consommation, de défendre leurs

droits en tant que consommateurs et de favoriser le respect de l'environnement ;

- **la segmentation** : découpage du marché en sous-ensembles homogènes d'individus, selon un ou plusieurs critères ad hoc ;

- **le positionnement** : ensemble des caractéristiques données à une entreprise, une marque ou un produit afin de le différencier de ses concurrents et lui offrir ainsi une place plus distincte dans l'esprit des éléments de la cible ;

- **le marketing mix** : combinaison et dosage des différentes variables marketing - produit, prix, force de vente, services, marque, circuit de distribution, communication, lobbying, ... - à la disposition du décideur pour atteindre ses objectifs, en maîtrisant au maximum les contraintes humaines, techniques, financières, temporelles et géographiques, et en composant au mieux avec l'environnement sociodémographique, économique, concurrentiel, politique, légal, culturel, consumériste et écologique ;

- **l'image** : jugement de valeur porté par un individu sur une entreprise, un produit ou une marque, c'est un élément à part entière de la valeur ajoutée perçue ;

- **la publicité** : technique de communication dont l'objectif est de modifier l'attitude ou le comportement des consommateurs à l'égard d'un produit ou d'une marque ;

- **et le packaging** : utilisé en français, ce terme anglo-saxon regroupe avantageusement trois notions désormais intimement complémentaires : **le conditionnement** - contenant représentant la définition commerciale de l'unité de vente, **l'emballage** - protection mécanique du produit et **le design intérieur ou extérieur** - forme, matériaux, ergonomie et esthétique - d'un produit.

En somme, tous ces ingrédients exploités adroitement permettent de construire la **puissance d'une marque** et le **Customer Relationship Management** - CRM - qui désigne la conception, le développement, la mise en place et l'administration d'une stratégie optimisant la relation qu'une entreprise développe avec ses clients.

Constant Oyono

POTENTIEL

HEURES D'OUVERTURE : Matinée : 8h 00 - 13h 00 / Après midi : 14h 00 - 17h 00 Fermeture de dépôt des annonces le mardi après-midi auprès du service commercial sis derrière les eaux et forêts entrée face Promo Gabon. Tél. : 04 41 83 49

Site web de Potentiel : www.ihem-gb.org

POTENTIEL

ACTUALITE

POLITIQUE

Journée nationale de la femme

Le président de la république gabonaise son excellence Ali BONGO ONDIMBA a reçu deux cent cinquante femmes le jeudi 16 Avril 2015 au palais présidentiel en vue de rendre hommage à la femme Gabonaise et mondiale. Parmi les 250 invitées nous avons eu la présence de toutes les femmes et épouses des membres du gouvernement.

Suite à cela, le président n'a pas manqué de décréter la journée de vendredi 17 fériée chômée payée et irrécupérable dans l'intention de gâter la femme en annonçant la célébration à la date du vendredi de la 18ème édition de la journée nationale de la femme au stade sino-gabonais de l'amitié à Agondjé. La manifestation a été l'occasion pour le chef de l'Etat de remettre le Grand Prix du Président de la République à l'association « Angounou Omanidjala » de la province du Haut Ogooué, vainqueur.

Les femmes de l'association « Angounou Omanidjala », ont reçu des



maines du chef de l'Etat gabonais Ali Bongo, un chèque de 25 millions de F CFA. Les lauréates de l'édition 2015 du Grand Prix du Président de la République dans la catégorie « Agriculture » ont totalisé 1187 points. Leur projet a séduit le jury sur

les 29 dossiers de candidatures en lice.

Dans son intervention, le président de la République a indiqué qu'une nouvelle catégorie sera ajoutée aux deux autres déjà existantes (Agriculture et Transformation agricole) lors des prochaines éditions.

ture et Transformation agricole) lors des prochaines éditions.

« Le Grand Prix du Président de la République sera élargi, et j'ai décidé de créer en plus, le prix Rose Francine Rogombe qui récompensera toute personne qui s'illustrera dans la promotion et la protection des droits de la femme. Parce que toutes nos mamans comptent », a déclaré le président Bongo qui a saisi l'occasion pour rappeler la nécessité d'investir dans la femme.

« Travaillons ensemble pour améliorer les droits des femmes. Car lorsque nous travaillons pour leurs droits, nous travaillons pour l'équilibre de la Nation. Afin que toutes les femmes puissent participer à l'amélioration de ces droits, j'ai décidé d'organiser une consultation nationale ouverte sur le droit des femmes, qui permettra d'identifier les maux auxquelles elles sont confrontées et de proposer des solutions », a lancé le président gabonais lors de son allocution devant ces hôtes.

Roukyia Ntsame Mba



Ma terre, ma richesse



GESTION D'ENTREPRISE

Communication publicitaire et gouvernance d'entreprise

"Communication publicitaire et gouvernance d'entreprise". Tel est le thème que nous nous proposons de développer aujourd'hui dans le cadre de notre rubrique. Ce thème nous permettra d'aborder des compétences liées à la planification, l'organisation, l'évaluation et le contrôle en gestion de la communication publicitaire. Nous présentons ici les étapes et les décisions impliquées dans le processus d'élaboration de la communication publicitaire, de la détermination des objectifs jusqu'à l'évolution de l'impact d'une stratégie donnée sur les cibles. Parallèlement, nous faisons valoir des acquis d'une vision objective du phénomène de communication publicitaire et de la gouvernance d'une entreprise, lieu par excellence des communications et de la transmission des valeurs éthiques montrant à quel point, il est nécessaire de développer un sens plus éthique de la profession et des affaires.

EN PREAMBULE

Il est utile de s'inspirer, dans le cadre d'une pédagogie active, de l'approche par compétence, pour favoriser les apprentissages (savoirs), les compétences (savoir-faire), ainsi qu'une réflexion à caractère éthique (savoir-être) sous des angles qui sont couverts dans le cadre de notre article, jumelés aux compétences suivantes :

- Le développement d'une pensée éthique à partir des fondements de l'éthique et de leur application dans le domaine des affaires ;
- La maîtrise du vocabulaire et des concepts de base de la philosophie morale pour pouvoir exprimer et défendre efficacement ses choix moraux ;
- Le sens de la responsabilité ;
- Les grands enjeux éthiques de notre temps ;
- L'éthique comme outil de performance ;
- Se donner des règles éthiques ;
- La sensibilisation à l'importance de l'éthique dans le management d'une entreprise et dans la vie professionnelle ;
- L'identification et la sélection des marchés cibles pour une campagne de publicité donnée ;
- La planification stratégique en communication ;
- La définition des objectifs de publicité et leurs reflets dans les stratégies de publicité qui sont mises en place ;
- Le segment et le positionnement ;
- Les principales décisions entourant la réalisation d'un programme de communication marketing intégrée ;
- L'élaboration en équipe, d'une campagne de communication pour un organisme ou une entreprise ;
- Développer des habilités de persuasion ainsi que de communication orale et écrite.
- Le développement des habilités dans le domaine de la gestion des communications, tout en favorisant l'autonomie ;
- La sensibilisation aux défis des communications marketing et aux nouvelles formes du paysage publicitaire.

L'ETHIQUE ET L'ENTREPRISE

L'éthique est une philosophie pratique (action) et normative (règles) dans un milieu naturel et humain ; elle se donne pour but d'indiquer comment les êtres humains doivent se comporter, agir selon des valeurs (respect, honnêteté...) et se comporter entre eux et envers ceux qui les entourent.

L'éthique impacte toute l'entreprise : sa culture, son image publique, le travail de ses équipes, sa productivité. Ces notions ont leur impact aussi à l'école, dont les missions sont de préparer les apprenants à la vie, à leur vie sociale, à leur vie personnelle ; elle les conduit d'une part, vers leurs futurs métiers dont elle assume, le moment venu, l'apprentissage, d'autre part, vers leur accomplissement individuel, en essayant de les révéler chacun à soi.

cation publicitaire « croît sans cesse dans la société moderne », et amène très souvent les établissements supérieurs à recourir à cette stratégie dans leur mode de gestion pour être visible sur le terrain et/ou vulgariser ses activités...

Certains praticiens de la publicité font remarquer avec plein de regrets, que l'éthique tient peu de place dans les pratiques professionnelles des publicités des responsables d'entreprise véreux et, en amont dans leur formation. Cela nous paraît préjudiciable, tant au regard du respect des principes de conduite auxquels tout être humain responsable, soucieux du bien et des droits d'autrui, devrait être attentif, que des bonnes méthodes de la publicité conditionnant la reconnaissance de ces activités et de ceux qui les exercent à titre de véritable « profession ».

à la mise en place de nouveaux modes de pilotage ou de régulation plus souples et éthiques, fondés sur un partenariat ouvert et éclairé entre différents acteurs et parties prenantes.

Le présent article vise à nous rendre aptes tant soit peu à nous situer par rapport à la notion d'éthique dans le milieu des affaires et de la publicité face au développement du commerce et de la mondialisation de la gestion des instituts supérieurs de formation, etc. Il nous apprend à distinguer les différents systèmes de communication publicitaire et à approfondir les codes d'éthique et de déontologie, applicables à la gouvernance des instituts.

GOUVERNANCE D'UNE ENTREPRISE DE FORMATION



Pour l'Administration de l'IHEM, responsabilité morale rime avec atteinte des objectifs.

En milieu scolaire et universitaire, lieu par excellence du développement des connaissances, de la moralité et de la responsabilité des futurs responsables et gouvernants, les différents aspects de cette organisation garantissent à l'apprenant, un savoir, un savoir-être et un savoir-faire. Mais il n'est pas rare de constater quelque égarement dans la pratique professionnelle qui bafoue quelques principes essentiels (conflits d'intérêts, discrimination et harcèlement, pots-de-vin, non loyauté, dénonciation, luttes de pouvoir, manque d'équité et de bien commun et l'environnement économique marqué par un marché exigeant, une course effrénée vers le profit, une occupation du terrain via les voies de communication qui prennent le pas sur la compétition juste, la publicité vraie des informations privilégiées, les droits des employés, des clients et des actionnaires, les responsabilités sociales).

L'importance de la communi-

Il ne faut pas confondre publicité et commercialisation. La publicité ne s'identifie pas non plus aux relations publiques. Dans bien des cas, cependant, ces deux pratiques ont recouru à l'instrument ou à la technique publicitaire. La publicité est parfois un très simple phénomène local ou, au contraire, très complexe, comportant des enquêtes poussées et des campagnes multimédia à travers le monde. Elle se différencie selon le public qu'elle vise. En conséquence, la publicité qui s'adresse par exemple aux enfants, pose des problèmes techniques et moraux substantiellement différents de celle conçue pour des adultes bien informés.

La gouvernance des entreprises, autrement dit « aspect éthique de la gestion » est l'ensemble des mesures, des règles, des organes de décision, d'information et de surveillance qui permettent d'assurer le bon fonctionnement et le contrôle d'une organisation, qu'elle soit publique ou privée. Elle renvoie

● L'éthique des affaires

Par « éthique », il s'agit de définir les dispositions individuelles et collectives à agir selon des valeurs de respect, d'honnêteté... Elle ne fonctionne que si l'impulsion et l'exemplarité viennent des dirigeants. Cela suppose une véritable volonté stratégique, au-delà d'une simple réponse à une obligation légale des moyens de sa mise en œuvre par l'entreprise pour agir de façon responsable, et, de son importance dans les actions de communication menées par l'institut.

● L'entreprise et son fonctionnement.

L'entreprise est une unité institutionnelle, mue par un projet décliné en stratégie et/ou en politiques et plans d'action, dont le but est de produire et de fournir des biens ou des services à destination d'un ensemble de clients ou usagers. Pour ce faire :

(Suite en page 5)

Potentiel brèves

SIAT GABON
SUSPECTÉE D'UTILISER
DES PRODUITS PÉRIMÉS



C'est lors d'une inspection menée par la brigade provinciale des contrôles phytosanitaires du Moyen-Ogooué qu'a été découvert dans l'usine de Lambaréné, près de 3.000 sacs de sel industriel utilisé dans le processus de fabrication de savon Pursavon. Tout se passa le lundi 11 février 2015, lorsqu'une équipe effectua une inspection inopinée au complexe industrielle de SIAT GABON, à Lambaréné. Le laboratoire, le magasin de stockage et le service du personnel intéressent particulièrement les agents du ministère de l'Agriculture. En effet, lors de la visite de la première pièce, ils découvrent trois kits d'analyse d'eau périmés. Ensuite, dans les locaux du service du personnel, ils se heurtent à la non-présentation des certificats médicaux des employés. Ce qui sous-entend qu'à SIAT GABON, la santé des travailleurs n'est qu'un souci secondaire. Mais c'est véritablement au niveau du magasin de stockage que le scandale est constaté : plus de 69.000kg de sel industriel (soit 2.777 sacs de 25kg chacun) servant dans le processus de fabrication du savon de marque "Pursavon", sont découverts et « reconnus impropres à la consommation humaine ou pour utilisation ». « En fin de contrôle, M. SIAT GABON s'est acquitté de la redevance d'un montant de 400.000 francs CFA à verser au Trésor public ; compte n°480125J », peut-on lire sur ce document dont l'UNION a obtenu une copie. Mais dans le document de contrôle des produits alimentaires, phytosanitaires ou cosmétiques les inspecteurs ne mentionnent que 320 sacs sur les 2.777 trouvés dans le magasin.

LE PRÉSIDENT DE
LA RÉPUBLIQUE REÇOIT LE SG
DE LA CEMAC



Le secrétaire général de la communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC), Pierre Moussa a été reçu en audience le 7 Avril 2015 par Le président de la République, Ali Bongo Ondimba avec qui il a examiné la situation économique des pays de la sous-région frappés par la crise du baril de pétrole. Ensuite, il a déjeuné avec une vingtaine de femmes dans le cadre de la déclaration de Makokou, faisant de la période 2015-2025 la décennie de la femme gabonaise. Elles ont ainsi été consultées dans le cadre de leurs compétences multiformes. Une audience suivie d'un déjeuner avec ces derniers en vue de s'entretenir au préalable sur la chute de l'économie marquée par la baisse du baril de pétrole afin d'échanger à propos des politiques mises en place par les différents Etats pour affronter cet obstacle.

LES FEMMES LEADERS
CHEZ ALI BONGO



Et, ensuite avec les femmes leaders, dans le cadre de la déclaration de Makokou, mettant la gente féminine en valeur, qui soumet leur participation dans le développement du pays en les invitant chacune, en fonction de son domaine de compétence, à participer dans l'élaboration des décisions importantes aux fonctionnements du pays. Comme nous le rapporte nos confrères de l'union, le président de la République n'a pas manqué de prévoir avec les femmes leaders une grande rencontre avec celles-ci en vue de réaffirmer cette Déclaration de Makokou qui leur donne une place de choix dans la conduite des affaires du pays et son développement.

Roukya Ntsame Mba

DOSSIERS ET REPERES

Quid de la commercialisation

Si la Commercialisation ou action de commercialiser, c'est-à-dire mettre dans le commerce, consiste dans le négoce, l'achat et la vente de marchandises, de biens ou de services, le commerce est représenté par l'ensemble des commerçants, boutiques, magasins, fonds de commerce ainsi que des relations des êtres humains les uns avec les autres. Et l'activité commerciale ayant d'abord un but lucratif avant toute autre chose, nous avons jugé utile déployer sur cette question et de la place majeure qu'elle occupe dans les enjeux sociétaux.

A- LES FONDAMENTAUX

En matière de commercialisation, certains fondamentaux nécessitent d'être connus pour aborder aisément des questions liées à la distribution et à la politique du prix, deux composantes essentielles de l'action commerciale.

• Le canal de distribution

Appelé aussi par certains auteurs, "canal marketing", le canal de distribution est composé de l'ensemble des institutions qui participent au transfert du produit ou service du producteur à l'acheteur final. Le canal de distribution comprend, outre le producteur, trois catégories principales d'agents : 1) les intermédiaires ; 2) les prestataires logistiques ; 3) les détaillants.

• Le E - business

On regroupe sous le terme "e-business", toutes les activités économiques utilisant le support d'Internet pour être réalisées. Ces activités peuvent être réalisées selon deux critères : 1) la nature des opérations réalisées ; 2) le statut des agents en interaction à travers le support électronique (business to business - B to B, business to customer - B to C et C to C).

• Le comportement du consommateur

L'analyse du comportement du consommateur permet d'expliquer et tenter de prévoir les décisions d'achat et de consommation des ménages. Trois familles de facteurs sont retenues pour ces analyses : 1) les variables caractérisant les processus internes de décision de l'individu ; 2) les variables décrivant l'environnement du consommateur (environnement social, économique et culturel) ; 3) les variables décrivant les moyens d'action mis en œuvre par les entreprises pour influencer les

choix des individus.

• Le Merchandising

On regroupe sous ce terme, l'ensemble des actions mises en œuvre par les détaillants pour organiser la présentation des produits dans les commerces de détail. Le merchandising concerne trois catégories d'activités : 1) la conception intérieure du point de vente ; 2) la répartition de la surface de vente entre les différentes catégories de produits

décision.

• Le B to B

Une entreprise peut réaliser l'essentiel de son activité en vendant des biens de grande consommation destinés au public ou, au contraire, vendre des produits ou services destinés à d'autres entreprises. Ces relations interentreprises sont familièrement désignées sous le vocable de B to B (Business to business). Des différences importantes dis-

L'entreprise est confrontée à deux problèmes distincts en matière de prévision des ventes : 1) prévoir les ventes de produits ou services existants ; 2) prévoir les ventes de nouveaux produits ou services.

• La promotion des ventes

La promotion des ventes regroupe l'ensemble des techniques mises en œuvre par un producteur ou un détaillant pour faire acheter un

lants ont donc développé des marques propres (ou marques de distributeurs, MDD), qui poursuivent deux objectifs : 1) offrir aux consommateurs une alternative aux marques nationales avec des produits dont la qualité est garantie par l'enseigne et dont le prix est significativement inférieur à celui des marques nationales ; 2) renforcer le pouvoir de négociation des détaillants face aux producteurs.

• La force de vente

La force de vente est chargée par le fournisseur d'assurer la diffusion de ses produits ou services auprès de clients, industriels ou distributeurs le plus souvent. Son rôle est aussi d'assurer la prospection de clients potentiels. La prise de conscience de l'importance du caractère relationnel de l'action marketing, notamment dans le cas de produits complexes exigeant une intégration étroite du client à la conception de l'offre du fournisseur, a renforcé l'importance de la force de vente. Et sa gestion pose des problèmes spécifiques de management : 1) Définir les modalités de rattachement de la force de vente à l'entreprise, allant de l'intégration (force de vente salariée exclusive) à des contrats d'agence (VRP) ; 2) choisir le mode de rémunération des vendeurs et l'articulation entre rémunération fixe et part promotionnelle à l'activité ; 3) définir les modalités d'évaluation de la performance de la force de vente, notamment de toutes les activités qui ne sont pas directement productrices de chiffre d'affaires.

En relevant les fondamentaux sur la commercialisation, le terrain de compréhension, nous espérons, a été déblayé. Dans notre prochaine livraison et sous le même thème, nous nous proposons de parler de "distribution" et de "politique du prix".

Constant Oyono



Un exemple de Merchandising ou présentation des produits dans un commerce de la place.

; 3) la répartition de l'espace en rayon (le linéaire) entre les marques et les références.

• Le géomarketing

On désigne par ce terme, l'ensemble de méthodes d'analyse qui prennent en compte l'influence de l'espace géographique sur les comportements d'achats. Ces méthodes partagent une même démarche générale : l'espace est découpé en cellules comme unités d'analyses élémentaires pour observer des comportements d'achat, mesurer la sensibilité à des actions publicitaires ou enregistrer les résultats des actions d'une entreprise et parfois de ses concurrents. Le géomarketing est à la fois un outil descriptif et un outil d'aide à la

tinguent ces marchés du marché grand public : 1) la décision d'achat n'est presque jamais le fait d'un individu isolé, mais plutôt d'une structure formalisée en charge des approvisionnements ; 2) les produits ou services achetés peuvent avoir un caractère éminemment stratégique pour le client dans la mesure où ils peuvent conditionner la qualité de sa production propre ; 3) les achats s'inscrivent fréquemment dans le contexte d'une relation durable que les institutions ont souvent intérêt à préserver.

• La prévision des ventes

L'anticipation du volume d'activité est primordiale pour optimiser l'utilisation des capacités de production.

produit ou service pendant une période. Elle se différencie donc de la communication publicitaire qui peut poursuivre d'autres objectifs que l'accroissement des ventes à court terme. On distingue communément les actions promotionnelles développées par le producteur et celles réalisées à l'initiative des détaillants.

• Les marques de distributeurs

La fonction principale de la marque est d'aider le consommateur à choisir un produit en le différenciant des produits concurrents. La montée en puissance des grands réseaux de distribution a conféré aux enseignes un statut désormais comparable à celui de la marque des producteurs. Les détail-

GESTION D'ENTREPRISE

Communication publicitaire et gouvernance d'entreprise

(Suite de la page 3)

- l'ensemble s'organise, fait appel, mobilise et consomme des ressources (matérielles, humaines, financières, immatérielles et informationnelles) ;

- l'entreprise exerce son activité dans le cadre d'un contexte précis auquel elle doit s'adapter : un environnement plus ou moins concurrentiel, une filière technico-économique caractérisée par un état de l'art, un cadre socio-culturel et réglementaire spécifique ;

- l'entreprise peut se donner comme objectif, de dégager un certain niveau de rentabilité, plus ou moins élevé.

● Management pour concilier bien-être et performance

Il s'agit de démontrer l'importance de l'éthique dans le management d'un institut d'enseignement supérieur qui tient à renforcer sa place, son image, sa notoriété sur le marché, par une approche globale qui consiste à :

- Mettre en œuvre des démarches et des pratiques managériales favorisant le bien être conjoint des collaborateurs et de l'organisation ;
- Construire un contexte de coopération, avec une reconnaissance réciproque salariés/entreprise.

LA POLITIQUE DE COMMUNICATION D'UNE ENTREPRISE DE FORMATION

● La communication publicitaire, ses différents aspects et la vulgarisation ?

Nous découvrons le système de communication publicitaire des instituts supérieurs privés de formation, surtout, nous saisissons l'importance des valeurs morales de la publicité dans ses dimensions institutionnelles, significatives et communicationnelles ainsi que dans ses différentes cristallisations médiatiques. Il est question d'indiquer la nécessité d'acquiescer une bonne méthodologie pour mener à bien des analyses critiques des différentes formes médiatiques de la communication publicitaire.

Nous pouvons définir la communication publicitaire comme étant "toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou services, y compris les biens immeubles, les droits et obligations". En termes généraux, bien sûr, la publicité, appelée anciennement « une réclame », est simplement une annonce publique en vue de transmettre des informa-

tions, d'attirer la clientèle ou de susciter une certaine adhésion. Cela veut dire que la publicité a deux objectifs essentiels : infor-

à se conformer à elle, est aussi influencé par une économie très exigeante.

Les établissements d'enseigne-

seignement marketing comme une démarche d'achat d'espace utilisé pour promouvoir un produit, un service ou une marque sur un des

de prise de décisions impliquées dans le processus d'élaboration d'une communication publicitaire, la détermination des objectifs jusqu'à l'évaluation de l'impact d'une stratégie sur les cibles, l'identification des principaux problèmes éthiques rencontrés et l'adoption des nouvelles attitudes et comportements en milieu professionnel. Parallèlement, l'importance de l'acquisition d'une bonne méthodologie pour mener à bien une communication publicitaire et développer une vision plus objective de la gouvernance d'un institut d'enseignement supérieur nous a amené à articuler principalement autour de quatre axes :

1) **L'éthique et la déontologie** : avec la découverte des notions d'éthique, de déontologie, de morale, la maîtrise des mécanismes et les moyens de leur mise en œuvre pour permettre à l'entreprise d'agir de façon éthique dans la pratique de la publicité ;

2) **L'entreprise** : avec la découverte de l'entreprise en général et un établissement supérieur en particulier, son environnement, son mode de fonctionnement, ses stratégies, politiques et plans d'action ;

3) **Le management** : avec la gestion des instituts supérieurs privés et l'intérêt de savoir piloter les parties prenantes, son importance, ses outils de mise en œuvre afin de véhiculer une image positive aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur, par la mise en œuvre de démarches et de pratiques managériales favorisant le bien-être conjoint des collaborateurs et de l'organisation ainsi que la construction d'un contexte de coopération, avec une reconnaissance réciproque salariés/entreprise ;

4) **La communication publicitaire** : avec la découverte du système de communication publicitaire des instituts supérieurs privés, saisisant l'importance de cet outil dans la gouvernance de l'entreprise, en tenant compte des valeurs morales dans la pratique de la publicité selon ses dimensions institutionnelles, significatives et communicationnelles ainsi que dans ses différentes cristallisations stratégiques et médiatiques.

Notre intérêt pour ces questions est simple : dans notre société, en effet, la publicité influence profondément les gens dans leur manière de comprendre la vie, le monde et leur propre existence, en particulier quant à leurs motivations, leurs critères de choix et de comportement. En notre qualité de gestionnaire d'un institut supérieur privé de formation, ce sont là des domaines qui nous interpellent de manière sincère et profonde sur la nécessité d'une prise en compte effective de la dimension éthique dans la gestion d'entreprise.

Constant Oyono



Pour les étudiants de la Junior entreprise de l'IHEM entourant le Fondateur de cette structure, l'image tient une place majeure dans la stratégie de gestion de cet Institut privé d'enseignement supérieur

mer et persuader. Et même si ces deux notions sont distinctes, elles sont très souvent associées.

Traditionnellement, la publicité est définie dans l'enseignement marketing comme une démarche d'achat d'espace utilisé pour promouvoir un produit, service ou marque sur des grands médias publicitaires (TV, Presse écrite, Radio, Affichage, Internet et Cinéma). La publicité se distingue alors des actions de marketing direct par son caractère non personnalisé (ou individualisé) et par le fait que les effets recherchés ne sont généralement pas une action immédiate. Le domaine de la publicité est extrêmement vaste et varié.

Ainsi, le développement de ces axes trouve son sens dans les objectifs ici assignés, c'est-à-dire, montrer l'importance de favoriser le développement d'une pensée éthique. Chez des futurs responsables, à partir des fondements de l'éthique et de leur application dans le domaine publicitaire, les principaux problèmes éthiques rencontrés dans la gestion de visibilité des instituts par des organisations publicitaires sont les nouvelles attitudes et comportements en milieu professionnel comme apport pour le management...

POUR CONCLURE

Aujourd'hui, plus qu'hier, l'importance de la communication publicitaire croît sans cesse dans la société moderne. Et ce phénomène, dû très souvent à un marché en perpétuelle mutation qui dicte ses règles et oblige les entreprises

ment supérieur en général et les instituts privés en particulier ne dérogeant pas à ces pratiques, celles de constamment séduire et informer l'opinion afin de matérialiser leur présence sur le terrain et, ou valoriser leurs activités, ces derniers sont souvent amenés à avoir recours aux actions publicitaires. Et la pratique de la publicité semblant assez simple et commode, celle-ci étant souvent critiquée par certains observateurs et praticiens de la publicité, qui font remarquer que « l'éthique tient peu de place dans les pratiques professionnelles depuis même la formation », ce phénomène est très souvent inspiré par des comportements commerciaux des responsables d'entreprise non soucieux des droits d'autrui et le manque de formation sur le respect des valeurs morales dans la gestion d'entreprise. Cela paraît préjudiciable à la fonction, au regard du respect des principes de bonne conduite auxquels tout être humain responsable, soucieux du bien-être d'autrui, devrait être attentif par son respect dans la conception des campagnes publicitaires. Malgré les exigences du marché, il est important de rappeler que l'éthique impacte toute l'entreprise.

La communication publicitaire étant " toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations", celle-ci demeure traditionnellement définie dans l'en-

grands médias publicitaires. Elle se distingue alors des actions de marketing direct par son caractère non personnalisé (ou individualisé) et par le fait que les effets recherchés ne sont généralement pas une action immédiate.

Et la gouvernance désignant le système formé par l'ensemble des processus, de réglementation, des organes de décision, d'information et de surveillance destinés à encadrer la manière dont l'entreprise est dirigée, administrée et contrôlée, en fonction des objectifs assignés par cette dernière qu'elle soit publique ou privée, ce mode de gestion de l'entreprise renvoie à la mise en place de nouveaux modes de pilotage ou de régulation plus souples et éthiques, fondés sur un partenariat ouvert et éclairé entre les différents acteurs impliqués ou les parties prenantes (les employés, les fournisseurs, les clients, les banques, l'Etat...).

L'institut d'enseignement supérieur qui est donc le lieu par excellence du développement des connaissances, de la moralité et de la responsabilité, a pour mission de préparer les apprenants à la vie sociale et la vie professionnelle. De telles responsabilités n'admettent pas à l'équipe dirigeante et aux publicitaires chargés de promouvoir l'entreprise, la moindre erreur dans le choix des notions ou actions à développer au cours d'une campagne publicitaire. Face à cette situation, nous sommes donc amenés à nous interroger sur « l'intérêt de la communication publicitaire et la gouvernance des instituts privés d'enseignement supérieur ». L'approche par compétences pour favoriser l'apprentissage, les compétences, ainsi qu'une réflexion à caractère éthique nous découvrent les étapes

des Hautes Etudes de référence en Afrique

des Hautes Etudes de Management est un ensemble de pôles de formation de niveau supérieur à l'Etat gabonais.

Le Groupe IYONO EBANG OBAME, le Groupe IHEM offre aux étudiants, une formation consacrée aux études économiques, commerciales, juridiques, de gestion, constituant une véritable synthèse de connaissances dans le domaine de la gestion à partir d'une unité de conception et de méthode induisant une large possibilité de filières offertes aux étudiants.

Les étudiants venant de tous les horizons, une formation reposant sur une approche à hautes responsabilités dans les administrations nationales, les entreprises industrielles, commerciales ou de service, les hôpitaux, les banques, les cabinets juridiques ou la création de leurs propres entreprises.

La politique de coopération avec un certain nombre d'universités et d'écoles, en Europe (Neoma Business school) France et en Amérique du Nord (IHEM qui croit que la formation technique et professionnelle doit être globale, entend former des professionnels capables de maîtriser les domaines de la santé, d'ingénierie et des sciences humaines et ayant une bonne formation technique.

Les deux premiers cycles sont proposés conduisant à une diplomation de niveau supérieur :

1- Cycle normal (3) années après le Baccalauréat (Cycle normal : 180 crédits) ou en une (1) année après la Maîtrise (Cycle normal : 120 crédits) ;

2- Cycle normal (1) année après la Maîtrise (Cycle normal : 60 crédits) ;

3- Cycle normal (1) année après le Master (Cycle normal : 60 crédits) ;

4- Cycle normal (3) années après le Master (Cycle normal : 180 crédits).

Le Groupe I.H.E.M, un modèle internationalement reconnu pour le Gabon repose sur deux grands principes :

1- Une formation directe avec la réalité de la vie professionnelle.

2- Une formation de BACHELOR SPECIALISE et de LICENCE PROFESSIONNELLE.

La formation professionnelle qui s'étend sur une année est d'abord recommandée aux étudiants détenteurs d'un diplôme supérieur (DUT ou l'équivalent, LP2 soit BAC+2) ou de connaissances de base appropriées dans les domaines sollicités.

Les étudiants, toutes séries confondues, peuvent y être inscrits pour une formation conduisant à la possibilité de passer le DUT ou autres en LP2.

Enfin, les rapports entre l'entreprise ou l'administration et le monde universitaire :

1- L'objet d'introduire au langage, au raisonnement et aux grandes dimensions du management ;

2- L'idée que les différentes disciplines managériales applicables à la gestion, il lie les autres disciplines proposées.

3- Une bonne formation en management dont les filières proposées

4- L'application (PSEGA)

5- La formation d'entreprise; Communication marketing.

6- La spécialisation; Marketing communication; Douane transit; Gestion des entreprises commerciales.

7- La gestion; Banque finance; Finance comptabilité; Banque assurance; Gestion des entreprises.

8- L'administration; Administration diplomatique et consulaire; Administration des entreprises et universitaires; Administration du travail; Administration des entreprises hospitalières.

9- Le personnel; Administration du personnel; Audit et contrôle de gestion; Gestion touristique et environnementale; Tourisme international.

10- (PSJP)

11- Les activités territoriales; Droit fiscal; Droit des entreprises; Droits des entreprises juridiques.

12- La culture; Sage-femme; Biologie médicale; Hygiène hospitalière.

• PÔLE DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES (PLSH)

- Options : Journalisme ; Production audiovisuelle ; Édition ; Interprétariat ; QHSE ; Psychologie du travail ; Sociologie du travail ; Environnement et développement durable ; Psychopédagogie et sciences de l'éducation.

• PÔLE DU GÉNIE INDUSTRIEL (PGI)

- Options : Génie civil ; Génie mécanique et productique ; Génie informatique industriel ; Génie électrique ; Génie télécommunication ; Génie agricole ; Génie énergie renouvelable.

• ECOLES DOCTORALES.

LE MASTER, L'EXECUTIVE MBA ET LE DOCTORAT

Le programme de Master du Groupe IHEM qui s'étend sur dix huit (18) mois est d'abord recommandé aux personnes titulaires d'un diplôme de Bachelor ou Licence professionnelle et ayant de bonnes connaissances dans les formations proposées. Il peut s'étendre également sur neuf (9) mois dont trois en stage pour les étudiants titulaires de la Maîtrise d'université.

L'Exécutive MBA - Master of Business Administration s'étend sur 12 mois de formation dont 6 mois de recherche et reçoit des étudiants titulaires d'un Master. Le Doctorat quant à lui s'étend sur deux années après l'Exécutive MBA constitue de la première année d'inscription en thèse doctorale.

Il s'agit de former des cadres spécialistes du Management, capables de mener à bien des missions de diagnostic, de planification et de conception des systèmes de gestion, d'organisation des entreprises et de maîtrise des processus décisionnels.

Cette formation en même temps généraliste et spécialisée au Management de haut niveau repose sur cinq principes :

• Stimuler les capacités intellectuelles;

• Favoriser le développement personnel;

• Produire des décideurs opérationnels capables d'assurer un haut niveau de responsabilité ;

• Renforcer l'adaptabilité et la mobilité des dirigeants de demain;

• Développer et acquérir une vision internationale.

Cette formation met donc l'accent sur le management conçu comme un processus intégré, et exige de la part des étudiants, une perception globale de l'environnement économique, technique, culturel et éthique de l'entreprise.

ORIENTATION ET PLACEMENT

Le service information et orientation du Groupe IHEM sur les options de formation et les carrières offre des prestations visant à assurer des relations optimales entre les diplômés et les entreprises :

FRAIS DE SCOLARITE

CYCLES	D.U.T.	BACHELOR / LICENCE PROFESSIONNELLE	MASTER'S 1 & 2	MBA	DOCTORAT
Frais de scolarité	Jour ou soir cycle normal	Cycle spécial	Cycle spécial / Cycle normal	Cycle normal	Cycle spécial / Cycle normal
Inscription	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000
1 ^{ère} option	540.000	720.000	900.000	1200.000	1800.000
2 ^{ème} option	270.000 x 2	360.000 x 2	450.000 x 2	600.000 x 2	900.000 x 2
3 ^{ème} option	180.000 x 3	240.000 x 3	300.000 x 3	400.000 x 3	600.000 x 3
4 ^{ème} option	90.000 x 6	120.000 x 6	150.000 x 6	200.000 x 6	300.000 x 6
5 ^{ème} option	70.000 x 8	90.000 x 8	115.000 x 8	-	-

PIECES A FOURNIR POUR L'INSCRIPTION

- 1- Lettre de motivation du candidat adressée à l'Administrateur Directeur Général du Groupe IHEM ;
- 2- Copie légalisée de l'acte de naissance ;
- 3- Copie légalisée de diplôme du Bac, du D.U.T. / B.T.S. / D.T.S, de la Licence, de la Maîtrise, du DEA, du Master 2, du MBA ou l'équivalent ;
- 4- Attestation d'expérience professionnelle pour les travailleurs ;
- 5- 4 Photos d'identité ;
- 6- Frais d'inscription + 1^{er} versement selon l'option choisie ;
- 7- Frais de mutuelle junior entreprise : 20.000f CFA (payable à l'inscription) ;
- 8- Uniforme scolaire (2 tenues + polo) : 100.000 FCFA ;
- 9- Frais d'examen de fin d'année : DUT : 60.000 FCFA ; Licence professionnelle : 80.000 FCFA ; Master 2 : 100.000 FCFA ; Exécutive MBA : 200.000 FCFA ;
- 10- Frais de soutenance : DUT : 50.000 FCFA / LP3 : 70.000 FCFA / Master : 100.000 FCFA / Exécutive MBA : 200.000 FCFA / Doctorat : 600.000 FCFA.

Ils ont dit...

"Je tiens à remercier monsieur constant Oyono pour m'avoir permis de bénéficier d'une formation de qualité au sein de l'IHEM."



Kabayi Adrien, Licence de Communication Marketing, diplômé de l'IHEM, actuellement instructeur de communication sociale au ministère de la santé.

"Tous mes encouragements à l'IHEM qui m'a permis de recevoir une formation solide à travers des enseignants et des enseignements de qualité. Je suis entièrement satisfait de ma formation et je convie tous ceux qui désirent avoir une formation supérieure de qualité à s'y inscrire."



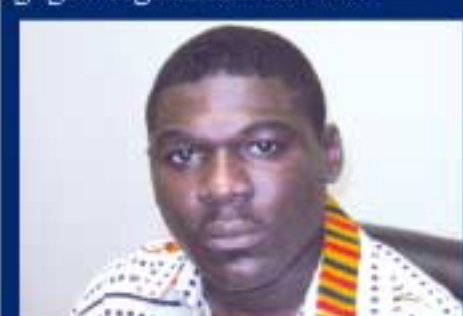
Biesnade Bibouthou, Titulaire du Master de GRH et Responsable des relations publiques au Fonds routier

"Après une très bonne formation ponctuée par l'obtention d'une licence en Communication-Marketing à l'IHEM, je suis désormais employée chez Airtel Gabon."



Vanessa Dos Reis Kowe, Agent commercial à Airtel Gabon

"Grace aux enseignements que j'ai reçus à l'IHEM, aujourd'hui je suis fonctionnaire municipal et je gagne dignement ma vie."



Jaurès Molière Nzeng, Licence de Communication Marketing, Fonctionnaire municipal

"J'ai reçu une excellente formation à l'IHEM qui me permet aujourd'hui d'assumer avec brio mes fonctions."



Hary Rakilo, Licence professionnelle, Conseiller au Conseil économique et social.

forme pour l'insertion directe des techniciens supérieurs sur le marché de l'emploi. Il n'en demeure pas moins que les étudiants du Master, puissent poursuivre leurs études en MBA et Doctorat à l'institut

● Résultats satisfaisants aux examens de DUT, Licence professionnelle et Masters. Parce que le futur se formule au présent, des professeurs d'universités et de grandes écoles vous y attendent.

POTENTIEL ANNONCES

IMMOBILIER

LOCATION

Loue 2 appartements à étage avec deux chambres, un salon, une cuisine, une douche WC et un WC visiteur au quartier apostrophe. 150.000 FCFA. NB : loyer, caution et frais. Tél : 02160618

Loue un appartement au beau séjour avec salon, cuisine, 2 douches, 2wcet une terrasse. 250000 fcf. 2 mois de caution et un mois de loyer. Tél : 07718827

Loue appartement de 3 chambres, salon avec 2 douches WC dans la barrière à 10 mètres de la route. 250000f. Tél : 06 87 06 72

Loue un appartement haut standing avec 2 chambres, salon, cuisine, 2 douches avec chauffe eau et 2 WC. Interphone plus gardien au centre ville. 400.000FCFA. Tél : 06 87 06 72

Loue un appartement de 2 chambres, salon, cuisine, terrasse, deux douches au rond point de la démocratie. Tél : 02910586

Loue une villa duplexe à Awendjé .3 chambres, salon, cuisine, 2 douches WC et terrasse. 500.000fcfa. Loyer, caution et frais. Tél : 02910586

Loue une villa de 4 chambres avec placard, 2 salons, cuisine, douche, parking. Haut de Gué-Gué. Tél : 02910586

Loue Maison de 4 chambres, salon, cuisine, 2 douches, 2WC au feu rouge d'Akébé. Barrière commune. 500.000fcfa. Loyer, caution et frais. Tél : 07718827/03248659

Loue Studio à belle-vue II, chambre, salon, cuisine, douche WC et terrasse. 150000FCFA Loyer, caution et frais. Tél : 07718827

Loue Studio à Akébé ville chambre, salon, cuisine, douche WC. 160000FCFA Loyer, caution et frais. Tél : 07718827

Loue Studio chambre, salon, cuisine, douche WC et terrasse. 180000FCFA Loyer, caution et frais. Tél : 07061480

Loue Maison de 3 chambres, salon, cuisine 2 douches WC et terrasse à SOTEGA. 250.000FCFA. Tél : 02910586

Loue Villa de 4 chambres, salon, douche, cuisine, 2WC à 400.000 FCFA. Tél : 07061480

Loue Maison en dur, 2 chambres, salon, cuisine, douche et WC interne. Prix 200.000f avec eau. Mois, caution, et frais. Tel : 06347284/03187739.

Loue Local commercial en bordure de route à sibang 3. Prix 150.000f sans charges, mois, caution et frais. Tel : 06347284/03187739

Loue Appartement clôturée à montagne sainte, 3 chambres, salon, cuisine, 2 douches et 3 WC, gardien jour/ nuit. Prix 600.000f tel : 06439103.

Loue villa à Agondjé 3 chambres, salon, cuisine, 2 douches, 2 WC dans barrière. Prix : 400.000f. Tel : 06286006

Loue appartement au PK 8 aux 2 écoles dans barrière, 3 chambres, douche, 2 WC, terrasse, salon cuisine. Prix : 280.000f avec charge. Tel : 06286006

Vend appartement grand standing, compteur d'eau et électricité, grille de sécurité. Comprant, un grand séjour, trois chambres équipées de placards, deux salle d'eau (WC), une salle de bain avec douche et WC, deux terrasses couvertes, au fin goudron. Agence prix : 300.000f, loyer, caution et frais Tel : 05137878

Vend Maison a Akébé Plaine en dur, 3 chambres, salon, cuisine, douche et WC. Prix : 9.000.000f. Tel 06439103

Vend Maison en dur derrière la pédiatrie d'owendo, 3 chambres, salon, cuisine, douche et WC. Prix : 800000f. Tel : 06439103

Vend Maison en dur à l'ENS, 3 chambres, salon, cuisine, douche, et WC. 30000000fcfa. Tél: 06347284

Vend Villa clôturée sur 800m², 3 chambres, salon, cuisine, 2 douches, 2 WC, à Sibang 3. Prix 350.000.000f à débattre. Tel : 06439103

Vend Maison en dur, 2 chambres, salon, cuisine, douche et WC interne, en bordure de la route secondaire à Sibang 3. 16000000fcfa à débattre. Tél: 06347284

Vend villa en dur, en bordure de la route à Owendo, 90000000fcfa. Tel 06347284

Vend une maison en dur à Bel air Charbonnage, 2 chambres, salon, cuisine, 15000000fcfa à débattre. Tel 06347284

Vend Maison en dur 3 chambres, salon, cuisine, douche, et WC à Nzeng Ayong. Prix : 30.000.000f. Tel : 06347284/ 03187739

Vend Un bâtiment en étage inachevée avec une superficie de 1700m² prix : 60.000.000f à débattre. Tel : 06347284/03187739

Vend Maison en dur, 3 chambres, salon cuisine douche et WC interne, grande terrasse. Prix : 15.000000f débattre. Tel : 07062375/04669583

Vend villa clôturée sur 15000m², 3 chambres, salon, cuisine, 2 douches, 2 WC habitable de suite. Prix : 45.000.000f. Tel : 06439103

Vend Un immeuble avec 6 appartements à l'intérieur chez les sœurs avec titre foncier. Prix 380.000.000f avec 4 studios dans clôturée plus un local à côté. Tel : 06347284/03187739

TERRAIN

VENTE

Vend Terrain de 400m² à Nzeng Ayong. Prix 1.250.000f tel 07062375/04669583

Vend Terrain à Nzeng-ayong de 2300m² et clôturé. Prix : 45.000.000f à débattre. Tel 06439103.

Vend Terrain de 400m² à Montalier Nzeng Ayong. 100000000fcfa à débattre. Tél: 06347284

Vend Terrain au PK 10comprenant une maison en planche, une maison en dur. Prix 8.000.000f à débattre. Tel : 03187739/06347284

Vend Terrain de 1500m² à Ntoun, 20000000fcfa à débattre. Tél: 06347284

Vend Terrain en bordure de la route à Owendo.. Tél: 06347284

Vend Terrain 1200m2 avec soubassement d'une maison de 4chambres après la cité amissa d'angondjé avec titre foncier 11000000f. Tél: 07852262.

Vend Terrain 1500, à la 2ème cité oprag d'owendo port avec titre foncier à 28.000000f. Tél: 06347284

Vend Terrain de 100m² à bel air au Charbonnage, 70000000fcfa. Tél: 06347284

Vend Terrain à Nzeng-ayong de 2300m² et clôturé. Prix : 45.000.000f à débattre. Tel 06439103.

AUTOMOBILE

VENTE

Vend 2 bus de 15 places de marque kia. Tél: 06253979.

Vend Touareg en bon état, 100000000fcfa à débattre. Tél: 06347284

Vend Toyota Prado en bon état, 60000000fcfa à débattre. Tél: 06347284

GRILLE TARIFAIRE DE POTENTIEL

	DESIGNATION	TARIF
PETITES ANNONCES (PAP)	Rubrique Potentiel Fouineur Rubrique Potentiel Immobilier + Photo toutes rubriques PAP	1 500 F 2 100 F 5 200 F
PETITES ANNONCES (PAC)	Module Potentiel avis tous les signes Module Potentiel à la une tous les 25 signes + Photo Potentiel avis + Photo Potentiel à la une	1 000 F 3 200 F 5 200 F 10 500 F
FRAIS TECHNIQUES DE CREATION DE MAQUETTE	Formats Oreille, Bandeau, 1/8, 1/6, 1/5, 1/4 et 1/3 de page Format 1/2 page de Couverture Format 2è de Couverture la page Format, Double page centrale	30 200 F 70 300 F 140 500 F 250 300 F
EMPLACEMENTS DE COUVERTURE	Oreille de couverture Première de couverture Bandeau 2ème de couverture	99 000 F 520 000 F 253 000 F 983 000 F
EMPLACEMENTS INTERIEURS	1/8 page 1/6 page 1/5 page 1/4 page 1/3 page 1/2 page 1 page Double page centrale	82 600 F 90 000 F 120 000 F 160 900 F 210 000 F 295 000 F 610 000 F 983 300 F

Numéros utiles & urgences

SERVICES PUBLICS

• Renseignements téléphoniques nationaux	12
• Renseignements téléphoniques internationaux	16
• Préfecture de police	01 72 00 43 / 17 20
• Dérangements téléphoniques	19
• Police secours	177
• SAMU et ambulances	13 00
• Infos sida	13 13
• Sapeurs pompiers	01 74 09 55 / 18
• CHU	01 74 40 80
• Gendarmerie nationale	01 73 11 58
• Permanence gendarmerie	01 73 20 36
• Police judiciaire	01 72 09 51
• Brigade anticriminelle	01 72 00 43
• SEEG dépannages	01 76 73 73
• Cabinet Préfet de police	01 72 09 00

HOPITAUX ET CLINIQUES

• Centre hospitalier de Libreville	01 74 40 80
• Hôpital de Nkembo	01 76 21 30
• Fondation Jeanne EBORI	01 73 27 71
• Hôpital d'Instructions des armées	01 79 00 00
• Cabinet de Groupe	01 74 32 32
• Cabinet médical NOMBIE	07 82 06 06
• Clinique BIYOGHE	01 74 29 62
• Clinique des Cinq Palmiers	01 74 31 40
• Polyclinique CHAMBRIER	01 76 14 68
• Clinique Sainte Alice	01 77 54 03
• Clinique de la Paix	01 72 14 69
• Polyclinique EL RAPHA	07 98 66 60
• Union médicale	01 73 70 85
• S.O.S Médecin	01 74 08 80
• Hôpital Albert SCHWEITZER	07 24 00 24

COMPAGNIES AERIENNES

• Aéroport de Libreville (ADL)	01 73 62 44
• Air France	01 79 64 64
• LUFTHANSA	01 74 08 40
• ROYAL AIR MAROC	01 73 10 25
• CAMAIR-CO	05 73 76 20
• Sénégal AIRLINES	01 72 14 45
• SOUTH AFRICAN AIRWAYS	01 72 41 91
• Air Nigéria	01 17 60 37
• AFRICA AIRWAYS BENIN	01 72 29 71
• SKY GABON S.A.	01 44 32 68
• ETHIOPIAN AIRLINES	05 93 16 60

COMPAGNIE FERROVIAIRE

• SETRAG	01 70 80 60
----------	-------------

PHARMACIES DE GARDE

• Pharmacie de garde du PK6	06 75 61 12
• Pharmacie du beau séjour	01 76 55 93
• Pharmacie du commissariat central	01 74 64 22
• Pharmacie de nzeng-ayong	05 19 02 79
• Pharmacie de la Poste	01 72 83 30
• Pharmacie les Forestiers	01 72 23 52
• Pharmacie Sainte Marie	01 74 00 52
• Pharmacie d'Oloumi	01 72 15 86

TRANSPORTS TERRESTRES

• SOGATRA	01 76 20 09
• Transport TANKES	01 74 48 99
• Bitam Express	07 53 66 42
• MAJOR Transport	07 43 54 09
• La MOLVILLOISE Transport Plus	07 40 43 54

GESTION D'ENTREPRISE

Le CENAREST et la recherche scientifique au Gabon

L'implication de l'UNESCO est une réalité dans la mise en place d'un réel système de contrôle et de la promotion de la recherche en Afrique.

LA CONFÉRENCE INTERNATIONALE DES MINISTRES DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR DE DAKAR.

Sous l'égide de l'Unesco, une conférence regroupant tous les ministres de l'enseignement supérieur des différents pays africains, fut organisée à Dakar, dans la capitale sénégalaise, plus précisément en 1976, afin d'impulser l'activité de la recherche scientifique et technologique sur le continent. L'essentiel des travaux fut articulé autour d'un certain nombre de buts à atteindre :

- La mise en place d'un véritable réseau régional d'échanges d'informations sur les politiques nationales de recherche scientifique et technologique.

- Outre la création dudit réseau, la mise en œuvre, l'application et la pérennisation de ces politiques de recherche attirent aussitôt l'attention des conférenciers, qui tiennent à tout prix à la réussite du projet, compte tenu de son importance et de son envergure.

- La redynamisation de l'exécution des activités de recherche le plus tôt possible, de telle sorte que les projets ainsi envisagés commencent à voir progressivement le jour et que les uns et les autres fassent un constat préliminaire.

Au terme de ladite conférence internationale, certaines résolutions, sous forme de recommandations et de prérogatives, vont être prises et respectées presque par la totalité des pays engagés sur cette voie des réformes et d'innovations dans le domaine de la recherche de manière générale.

L'essentiel desdites résolutions se résume aux points ci-dessous énumérés, selon Monsieur Alain Elloue-Engoune, Directeur de l'Institut de recherche en sciences humaines (IRSH) :

- La nécessité pour chaque pays d'établir au plus haut niveau un dispositif approprié chargé d'élaborer la politique scientifique nationale et de coordonner les activités scientifiques et technologiques ;

- La nécessité de mettre en place un statut des chercheurs ;

- La nécessité d'associer tant l'UNESCO que d'autres organismes spécialisés des Nations Unies, à la recherche d'une méthodologie permettant d'évaluer le Potentiel Scientifique et Technologique (PST) des Etats membres ;

- La sollicitation de leur aide pour créer les unités de recherche nationales et pour améliorer la gestion et le rendement de celles déjà existantes.

Ainsi, au Gabon, des instances d'organisation et du contrôle de la recherche sur le territoire et en partenariat avec des institutions d'autres pays vont très vite voir le jour, à l'instar des structures suivantes :

- Le Secrétariat d'Etat à la recherche scientifique ;

- Le Ministère de la Recherche Scientifique, chargé de l'Environnement et de la Protection de la Nature ;

- Le Centre National de la Recherche Scientifique et Technologique (CENAREST).

Il est à noter que de puis 1976, le Département de la recherche scientifique a été rattaché plusieurs fois à d'autres ministères, à l'exemple du ministère de la condition féminine et du commerce, alors que le CENAREST demeure l'organe d'exécution de toutes les activités scientifiques.

LES MISSIONS DEVOLUES AU CENAREST

Conformément au décret 322/PR/MRSEP du 09 avril 1977, le CENAREST a pour missions :

- L'élaboration des projets de planification de la recherche à soumettre au Conseil National de la Recherche Scientifique (CIMIR) ;

- L'exécution des programmes de recherche ;

- L'exercice du contrôle permanent de l'exécution des programmes élaborés ;

- L'Assurance de la coordination des activités de recherche ;

- L'Assurance du transfert et de l'adaptation des technologies ;

- La promotion des structures nationales de recherche ;

- La facilitation des échanges entre chercheurs dans le cadre d'une coopération scientifique tant sur le plan national qu'international ;

- L'établissement d'un réseau d'informations scientifiques et techniques.

COMMENT FONCTIONNE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNOLOGIQUE AU GABON ?

En effet, avant 1976, toutes les activités menées sur le territoire gabonais étaient l'œuvre des organismes étrangers et par conséquent leur propriété intellectuelle. Toutefois, la prise de conscience d'arrimer la recherche nationale au développement du pays dans les domaines de l'économie, du social, de la politique et de la culture a permis aux intellectuels locaux de se rendre compte que les préoccupations desdits organismes n'avaient aucun lien direct avec les intérêts des gabonais. C'est de là qu'une sorte d'impulsion de la part de nos intellectuels va orienter la réflexion des uns et des autres vers l'affirmation de la souveraineté et le souci d'un développement endogène.

La politique scientifique au Gabon va être définie de manière officielle dans un document appelé : « Le Manifeste de la recherche scientifique », dont les prérogatives s'articulent autour de quatre principaux points :

- Le principe de planification ;
- Le principe de souveraineté ;
- Le principe d'unicité ;
- Le principe d'universalité.

Les intellectuels gabonais, tels que Nzoghe Nguéma J. Pierre, Owono-Nguéma, Biffot Laurent, optent pour une nationalisation de la recherche sur le territoire national ; d'où la création d'organismes nationaux de recherche. Selon le Docteur Alain ELLOUE-ENGOUNE « Après des négociations ayant abouti à un accord général avec la partie française, suivi d'une commission paritaire, de la cession des structures de recherche, on constate aujourd'hui que la partie gabonaise n'a pas respecté les termes de ces accords et inventaires. Des difficultés vont aussi apparaître très tôt dans le fonctionnement de ces structures. » (Réf. Eureka, numéros 2 et 3, trimestre 2, année 2013, sous le thème de « Science et développement », Bulletin d'informations et de vulgarisation des activités de recherche en sciences humaines et sociales de l'Institut de recherche en sciences humaines)

- Sur le plan pratique, des modifications vont survenir au niveau

même de l'organisation des structures naissantes, par exemple l'IRAF va succéder à l'ORSTOM et CTFT, et l'IRSH reprendra, bien entendu, une partie de l'ORSTOM. Mais malheureusement, une fois entre les mains des gabonais, ces deux instituts ne bénéficieront jamais des structures de l'ORSTOM.

- Sur le plan scientifique, les axes de recherche qui constituaient la préoccupation des français vont être réorientés de manière à tenir compte des priorités et des intérêts nationaux.

- Sur le plan financier, selon les Docteurs Alain ELLOUE-ENGOUNE, TCHIVOUNDA et MBOUMBA-MOULAMBO, on constate que le départ des organismes français n'a pas conduit l'Etat gabonais non seulement à maintenir les sommes consenties à ces organismes, mais encore, n'a pas cru devoir augmenter l'enveloppe budgétaire de la recherche suite à la création d'institutions nationales. (Réf. Bilan de la recherche au Gabon et perspectives, 1987).

LES DIFFÉRENTS INSTITUTS DE RECHERCHE DU CENAREST

A l'heure actuelle le CENAREST compte précisément cinq (5) instituts de recherche se présentant comme suite.

- Institut de recherche agronomique et forestière (IRAF)

- Institut de recherche en études tropicales (IRET)

- Institut de recherches technologiques (IRT)

- Institut de recherche en sciences humaines (IRSH)

LES TEXTES LÉGAUX ET RÉGLEMENTAIRES RÉGISSANT LA GESTION D'UN INSTITUT DE RECHERCHE

- L'ordonnance n°6/76 du 22 janvier 1976, portant création du Centre National de la recherche scientifique et technologique ;

- Décret n° 322/PR/MRSEP du 09 avril 1977, portant organisation du Centre national de la recherche scientifique et technologique, du 9 avril 1977.

Le rôle du directeur d'institut

Etant sous la tutelle du CENAREST, les Instituts, les Départements et les Laboratoires de

recherche sont placés sous l'autorité d'un Directeur. Ce dernier a rang et prérogatives de Doyen de faculté. Et conformément au Décret 1181/PR, le Directeur supervise l'administration, la gestion des finances et du personnel, les activités scientifiques et de recherche.

Pour mener à bien ses missions, le Directeur de l'institut dispose des structures logistiques de recherche scientifique et des services de gestion administrative et financière.

Les collaborateurs et leurs rôles

Les collaborateurs directs du Directeur de l'institut sont essentiellement au nombre de trois (3).

- Le Directeur Adjoint
- Les Chefs de département
- Les Chefs de Laboratoire
- Les attributions des uns et des autres

- *- Le Directeur Adjoint

Le Directeur de l'institut est assisté d'un Directeur Adjoint. Il a rang et prérogatives d'Assesseur de faculté. Il coordonne les activités et les programmes de recherche de l'Institut.

- *- Le Chef de Département

Ce dernier a rang et prérogatives de Directeur d'Administration centrale. Il assure une mission d'intérêt national. Cette mission comprend les points suivants :

- La participation à la formation et au perfectionnement des chercheurs et techniciens de recherche ;

- L'Administration et la gestion de la recherche ;

- La coopération scientifique et technologique ;

- *- Le Chef de Laboratoire

Le chef de laboratoire et les autres chercheurs assurent également une mission d'intérêt national. Cette mission comprend :

- La création et le développement des connaissances ;

- Leur transfert et leur application dans les entreprises et dans tous les domaines contribuant au progrès des hommes et de la société ;

- La diffusion de l'information et de la culture scientifique et technologique.

Dr Alphonse NDINGA NZIENGUI,
Maître Assistant CAMES

MARCHES FINANCIERS ET BOURSIERS

Devises		Matières 1 ^{ères}		Bourses		Opportunités d'affaires
1 USD	487,377 FCFA		Coût de l'échange	CAC 40	17824.29	→ Un colloque mondial des télécommunications se tiendra à Libreville du 09 au 11 juin 2015. Ce colloque qui aura pour thème "Faire attention à la fracture numérique" regroupera les différents opérateurs et régulateurs du secteur.
1 EUR	655,896 FCFA	Or	1264 \$/t	DOW JONES	4691.03	
1 MAD	58.45 FCFA	Argent	16.72/USD/once			→ Le Gabon a été désigné par la CAF pour l'organisation de la 36 ^e édition de la CAN en 2017. Après la CAN 2012 qui avait vu la co-organisation de cette manifestation avec la Guinée équatoriale, le Gabon (et son peuple) se donne une fois de plus l'occasion de démontrer aux yeux du monde qu'il a une tradition de terre d'accueil et de pays organisateur habitué aux grands rendez-vous.
1 GBP	824,298 FCFA	Café	1927/USD/livre	Baril de pétrole	Prix	
100 CHF	55589,6 FCFA	Cacao	2764 USD/t	BRENT	58.33	
100 ZAR	4479,82 FCFA				Date	
1 CAD	444,001 FCFA				22/04/15	

Analyse de presse

ANDRÉ MBA OBAME N'EST PLUS

Décédé dimanche 12 avril à 57 ans, il était l'un des personnages centraux de la scène politique gabonaise. Titulaire d'un doctorat en sciences politiques, formé en France et au Canada, le natif de la province du Woleu-Ntem, un fier fang du nord du pays, fait ses armes à l'étranger. Il y milite dans l'opposition en exil, prêchant le retour au multipartisme au sein du Mouvement de redressement national (Morena) de Paul Mba Abessole, réfugié à Paris. AMO est repéré à 27 ans par Omar Bongo, en 1984. De retour au Gabon, il intègre le cabinet de la Présidence de la République. Bongo apprécie alors ce jeune homme ambitieux au point de le recommander à son fils. Le début d'une collaboration de plus de deux décennies. Au cabinet du chef de l'Etat, au secrétariat général de la présidence, puis d'un ministère à l'autre, Ali Bongo Ondimba et André Mba Obame travaillent de concert. Comme Moïse, élevé à la cour du pharaon avant de se retourner contre lui, André Mba Obame prend les choses en main, en 2009. Il entame une campagne électorale, contre Ali Bongo Ondimba, demandant à genoux l'absolution pour les fautes commises quand il était aux affaires... Mais, le 30 août 2009, il est battu et ne réunit officiellement que 25,33 % des suffrages, derrière son grand rival mais également derrière le leader de l'Union du peuple gabonais, Pierre Mamboundou (22,64 %). Résultat qu'il conteste. S'il affirme ne pas vouloir rendre les armes, Mba Obame ne pourra rien faire contre une santé défailante. On lui diagnostique en 2012, le 13 mai, une "hernie discale postéro-latérale ayant entraîné une sciatique paralysante et hyperalgique". Opéré en Afrique du Sud, il entame alors une convalescence dont il ne sortira jamais vraiment. Convaincu d'avoir été victime d'un mauvais sort vaudou ou d'"attaques mystiques", André Mba Obame court les guérisseurs traditionnels. Sa dernière apparition publique remonte à fin avril 2014. AMO avait alors effectué le voyage à Rome pour assister à la canonisation des papes Jean XXIII et Jean-Paul II à la basilique Saint-Pierre. Prise par un évêque gabonais, une photo le montre sur une chaise roulante, extrêmement amaigri, le visage émacié, à peine reconnaissable. Un choc pour ses anciennes troupes et pour les Gabonais qui découvrent le cliché dans un quotidien privé du nord du pays.

ROSE FRANCINE ROGOMBE : L'HISTOIRE RETIENDRA

C'est dans la matinée du vendredi 10 avril 2015 que la nouvelle du décès de Rose Francine Rogombe née Etomba Alela est tombée à Libreville telle un couperet. Décédée à Paris des suites d'un arrêt cardiaque à l'âge de 72 ans, madame Rogombe aura eu une longue carrière au service de l'Etat gabonais. D'Ethnie Galoa, Rose Francine Rogombe est née à Lambaréné en 1942. Magistrat de formation, Rose Francine Rogombe intègre l'institution et devient en 1967 la première femme magistrat du pays. Après son intégration à la magistrature, Rose Francine Rogombe gravit les échelons en devenant tour à tour substitut du procureur de la République, juge d'instruction, vice président du tribunal de grande instance de Libreville, procureur de la république et conseiller à la chambre juridique de la Cour suprême. Ensuite, nommée secrétaire d'Etat à la promotion féminine en 1983, elle prend en charge les droits de l'homme en 1988. En 1990, la dame de fer quitte le gouvernement mais regagne les troupes de son mentor, Georges Rawiri, mort en 2006. Deux ans plus tard, elle devient conseiller municipal du 2ème arrondissement de Lambaréné, puis sénatrice. Un an plus tard, en date du 16 février 2009, Rose Francine Rogombe prend la direction de la Chambre Haute du parlement gabonais. De là, et selon l'article 13 de la Constitution, comme présidente du Sénat, elle assura l'intérim de Président de la République à la mort d'Omar Bongo en 2009. Madame Rose Francine ROGOMBE s'en est allée, laissant derrière elle un pays qui gardera d'elle l'exemple d'une femme de caractère.

LE SALON INTERNATIONAL DU LIVRE ET DES ARTS DE LIBREVILLE

C'est durant quatre jours que s'est tenue dans l'enceinte de Gabon Télévision, la troisième édition du Salon international du livre et des arts de Libreville (S.I.L.A.L.). Une exposition basée sur l'écriture gabonaise et accentuée sur la culture. Ouvert par le premier ministre, chef du gouvernement, Professeur Daniel ONA ONDO, le SILAL, organisé en partenariat par le ministère de la culture, des arts et de l'éducation civique, les éditions Ntsame et l'association pour la promotion du livre et des arts, s'est articulé du mercredi 1er au samedi 4 avril 2015. Au programme, des conférences et des débats sur la publication et la promotion des auteurs gabonais, avec l'exposition et la vente de certaines sculptures

et objets artisanaux, mais encore des animations culturelles et folkloriques de certains groupes traditionnels. Dans son discours d'ouverture, le premier ministre s'est dit satisfait de prendre la parole devant l'auguste assemblée ainsi réunie pour parler de culture, « l'âme d'un pays », le fondement de toute nation. Il a fait savoir qu'il s'agissait-là, d'une occasion de fierté et de bonheur partagés qu'offre le SILAL dans sa troisième édition. Aussi, Le chef du gouvernement a précisé le symbole de l'écriture en soulignant que l'homme y recourait pour graver de façon indélébile et simultanée sur la matière, dans la mémoire et donc, dans le temps et dans l'espace, son expérience d'homme. En somme, il a laissé dire que le livre serait la chose culturelle par excellence, les œuvres littéraires constituant le miroir de la société sont également secteur pourvoyeur d'emplois et contributeur à la diversification de l'économie nationale. Le samedi 4 avril 2015, le ministre en charge de la culture, Rufin Mousavou, a prit la parole en déclarant dans son discours de clôture que cette rencontre était un carrefour d'échange de toute la chaîne du livre et des arts largement ouverte sur le monde.

L'AMBASSADE DU BÉNIN EN FEU

Comme nous le rapporte le JEUNE AFRIQUE l'annonce de la disparition du leader de l'opposition a provoqué des heurts dans différents quartiers de la capitale Libreville, où des manifestants ont laissé éclater leur colère avant d'être dispersés par un important dispositif policier. Ils accusent notamment le pouvoir d'avoir jeté des sorts à l'opposant numéro un d'Ali Bongo Ondimba, lesquels seraient à l'origine de ses problèmes de santé. Près du siège de l'UN, les opposants ont érigé des barricades et incendié plusieurs voitures. Selon les témoignages d'habitants et de syndicalistes, ils ont également mis le feu à l'ambassade du Bénin, dont le bâtiment était en flamme aux environs de 20h30 locales (19h30 GMT) dans le quartier Ancienne Sobranga. L'opposition est en effet très critique à l'égard du directeur de cabinet de la présidence, Maïxent Acrombessi, d'origine béninoise et naturalisé gabonais. Une forte pluie, ainsi qu'un important dispositif de sécurité, ont finalement contribué à disperser les manifestants en milieu de soirée. Ancien baron du régime passé dans l'opposition il s'était autoproclamé président de la République en 2011. Son parti avait alors été dissous, et n'a été réhabilité que le 4 février dernier.

TRAVAUX ROUTIERS : AXE NDENDÉ-TCHIBANGA

La Montagne Nyali pour avoir été ramenée à des proportions proches de la norme en matière de circulation, constitue un élément à prendre en compte dans la volonté de faire évoluer le chantier, en dépit des éventuelles entraves de parcours. Car, si à partir de Ndendé, ces sociétés n'ont pas rencontré de redoutables récifs jusqu'à l'intersection de Nyali, il n'en est pas de même pour le tronçon reliant ce carrefour au chef-lieu de la province de la Nyanga. Ici, le relief du terrain, très complexe, demeure une sérieuse source d'inquiétude. Mais depuis le démarrage du chantier, les sociétés Covec et Séricom Santullo ont déjà apporté plusieurs raisons d'espérer aux populations en général, et aux usagers de cette route en particulier. En s'attaquant avec beaucoup de hardiesse et de résolution à la montagne Nyali, les sociétés adjudicataires du marché de construction de la route Ndendé/Tchibanga, Covec et le groupe Santullo Séricom, voulaient sans doute en faire, à défaut d'un symbole, un bon étalon dans la poursuite des travaux comme nous le rapporte nos confrères de l'UNION.

L'HISTOIRE DU GABON RACONTÉE À NOS ENFANTS

Illustré par des dessins, gravures anciennes et photographies, l'ouvrage retrace les épisodes marquants du pays. Les textes sont courts et précis. Pour le président de la fondation, Henri Claude Oyima, "ce livre d'éveil et d'ouverture aidera nos écoliers et lycéens à construire un imaginaire et des savoirs au-delà de leur quotidien". Se référant au philosophe allemand Schopenhauer : « De la même façon qu'on ne peut concevoir un individu sans passé, on ne peut concevoir un peuple sans histoire. » Dans le cadre de sa "politique de responsabilité sociétale" la Fondation a déjà plusieurs réalisations à son actif. On note au Gabon, la formation à l'entrepreneuriat social au profit des ONG et associations, la formation des éco-guides des parcs nationaux, l'octroi de bourses aux étudiants de BBS, issus de familles défavorisées. Elle intervient aussi au Bénin pour l'éducation des enfants de la rue.

PREMIÈRES ASSISES NATIONALES DE LA FISCALITÉ

Suite aux premières assises nationales de la fiscalité qui se sont tenues du 25 au 27 mars derniers à Agondjé, le principal défi pour le Gabon est d'obtenir un équilibre entre, d'une part, un système fiscal lucratif à l'investissement privé et générateur de recettes suffisantes et, d'autre part, un modèle d'attractivité de l'économie. De ce fait, l'investissement direct étranger a été au centre des travaux des premières assises nationales de la fiscalité du Gabon. Une révolution de la conjoncture économique imposée par la chute vertigineuse du prix du baril de pétrole sur le plan international. Ainsi, les pays en voie de développement étant aujourd'hui conscients des gains potentiels que les investisseurs directs étrangers peuvent apporter à leur économie, décident de rivaliser afin de proposer un environnement juridique, des politiques économiques et des conditions de production plus attractives. L'un des instruments utilisés est donc la fiscalité. Comme nous l'ont si bien relaté nos confrères de MATIN EQUATORIAL, la politique fiscale n'est plus qu'un moyen simplificateur pour l'installation des IDE. Entre autre, il s'agirait de réviser le code minier gabonais pour le rendre plus attractif pour les investisseurs étrangers et éviter d'écorner l'image du Gabon.

LA MARCHÉ POUR LA PAIX

C'est le samedi 11 avril dès 9h que les gabonais et gabonaises, de tous rangs sociaux, se sont retrouvés en vue d'une marche avec pour point de départ l'école publique Martine Oulabou et pour point d'arrivée la place de la tolérance sis au quartier Rio. Les pro Ali Bongo se sont manifestés dans les rues de la ville en défenseurs de la paix. La marche pour la paix qui a été annoncée quelques jours plutôt à donc été une réponse des partisans de la majorité à ceux du Front Uni de l'Opposition pour l'Alternance (FUOPA). L'on a constaté également que ces dernières années, nous, peuple gabonais, n'avons plus jamais assisté à une telle mobilisation. Comme nous le rapporte nos confrères de la TRIBUNE DU SUD, se sont plus de 30.000 personnes qui ont marché pour la paix sous un soleil de plomb. En tête de la marche, plusieurs autorités telle que le Premier ministre, la présidente du SENAT ou encore la mairesse de la municipalité de Libreville.

LE PREMIER MINISTRE VISITE LE PALAIS ROYAL DE BATOUFAM

Le Pr ONA ONDO, chef du gouvernement gabonais a séjourné dans l'ouest pour visiter le Palais Royal, sur invitation de sa majesté NAYANG TOUK Innocent 14ème Roi de BATOUFAM. Accompagné du secrétaire général de la région ouest, M. MOOH Simon Émile, Daniel ONA ONDO, a été sensibilisé sur l'importance de la chefferie traditionnelle dans la société camerounaise, particulièrement en pays Bamileké où la dynastie, fondée par NANKAP 1er, règne depuis 1752 sur une population estimée à plus de 15000 âmes répartie sur 16 villages comme nous le mentionne nos confrères de la LOUPE.

SETRAG A LA RECHERCHE DE 200 MILLIARDS

La société d'exploitation du transgabonais est une filiale de la comilog. SETRAG assure tant bien que mal l'exploitation ferroviaire du Gabon depuis 2005. Tandis que la société bat de l'aile, elle tente sa réhabilitation en cherchant auprès de la société financière internationale (SFI), qui est une filiale de la banque mondiale, un financement de plus de 200 milliards. On parlerait alors d'une éventuelle liquidation. Le transgabonais est l'un des derniers chemins de fer construits sur le continent noir et se retrouve confronté aux problèmes de fonctionnement et de gestion. Comme nous le communique nos confrères de NKU'U LE MESSENGER, la société SETRAG travaillerait depuis 2005 avec des motrices hors d'âge et ces employés exerceraient dans des conditions exécrables. Société vieillissante n'ayant perçu aucun regard de la part de l'Etat gabonais vire à la faillite.

Rouky Ntsame Mba

Le saviez-vous ?

- 16 : c'est le nombre de masques traditionnels gabonais ;
 - 44 : c'est le nombre d'ethnies au Gabon ;
 - 18 : C'est le nombre de danses traditionnelles que regroupe le Gabon ;
 - 11: c'est le nombre d'instruments traditionnels de musique du pays.
- La rédaction

Potentiel agenda

● CAN 2017 AU GABON

Le Gabon a été désigné par la CAF pour l'organisation de la 36e édition de la CAN en 2017. Après la CAN 2012 qui avait vu la co-organisation de cette manifestation avec la Guinée équatoriale, le Gabon (et son peuple) se donne une fois de plus l'occasion de démontrer aux yeux du monde qu'il a une tradition de terre d'accueil et de pays organisateur habitué aux grands rendez-vous.

● COLLOQUE MONDIAL DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

Un colloque mondial des télécommunications se tiendra à Libreville du 09 au 11 juin 2015. Ce colloque qui aura pour thème "Faire attention à la fracture numérique" regroupera sur les différents opérateurs et régulateurs du secteur.

● 4e EDITION DU NYFA À LIBREVILLE

La 4e édition du New York Forum Africa (NYFA), premier rassemblement économique panafricain, se tiendra cette année du 29 au 31 août 2015 à Libreville au Gabon, sous le haut patronage d'Ali Bongo Ondimba, Président de la République. Selon un communiqué de la direction de la communication présidentielle, les dates ont été modifiées, afin de faire coïncider cette plate-forme économique avec le 14e forum sur l'African growth opportunity act (AGOA) qui sera organisé, pour la première fois, en Afrique centrale. Le Gabon a été choisi pour accueillir ledit forum.

Plus de 1500 décideurs économiques et politiques sont attendus au Nyfa 2015, autour du thème "Investir dans l'énergie du continent". Les échanges porteront ainsi sur le nouveau dynamisme du continent, de ses entrepreneurs aux investissements étrangers avec des sujets clés tels que le dynamisme économique, les opportunités dans le secteur de l'énergie, l'entrepreneuriat, la création d'emplois et la diversification économique, l'éducation et l'innovation. Le New York Forum Africa est le seul sommet économique panafricain à se tenir en Afrique en 2015.

● L'AGOA À LIBREVILLE

L'AGOA est une initiative du gouvernement américain visant à développer les échanges commerciaux avec l'Afrique subsaharienne. Elle sera organisée en même temps que le Nyfa, afin de maximiser l'impact sur l'économie gabonaise, tout en optimisant les dépenses budgétaires. Dans le contexte actuel de baisse du prix du pétrole, le gouvernement gabonais a décidé de combiner ces deux rencontres internationales, afin d'accroître les chances d'un retour sur investissement et de capitaliser la présence des centaines de décideurs économiques et politiques qui se retrouveront à Libreville pour plusieurs jours de discussions et de débats.

● 2005 - 2015 JUBILE DES 10 ANS D'EXISTENCE DE L'IHEM

PROGRAMME
ANNIVERSAIRE :
DU LUNDI 1^{er} AU SAMEDI 07
JUIN 2015

► REMISE DE DONS DANS LES DIFFÉRENTS ORPHELINATS DE LIBREVILLE ;

► GRANDE KERMESE FESTIVE, JEUX, KARAOKÉ, TOURNOI DE FOOTBALL DU LEADERSHIP ;

► CONFÉRENCES DÉBATS, CONSULTATIONS ET DÉPISTAGES GRATUITS DE L'HYPERTENSION ET DU DIABÈTE ;

► REMISE DE DIPLÔMES AUX 2000 LAURÉATS DES PROMOTIONS 2005 À 2015 ;

► SOIRÉE SPÉCIALE IHEM AVEC CONCERT GÉANT. La rédaction



Pôle des sciences de la santé

IHEM/PSSA

2015 - 2016

PREPARATION AUX DIPLOMES D'ETAT
EN SCIENCES DE LA SANTE :

- DUT en soins infirmiers
- DUT en soins de santé pédiatrique et infantile
- DUT en puériculture
- Licence professionnelle en soins infirmiers
- Licence professionnelle en biologie médicale
- Licence professionnelle en diététique
- Licence professionnelle en hygiène hospitalière
- Licence professionnelle de sage femme
- Licence professionnelle en sciences paramédicales
- Licence professionnelle en techniques pharmaceutiques
- Licence professionnelle en stomatologie

Date de la rentrée académique : 1^{er} septembre 2015

Campus B sis aux feux tricolores de la Peyrie

BP: 26704 Tél 07 14 27 84 / 07 83 83 53 / 07 96 32 92 / 05 09 06 77

LBV/GABON

Site web www.ihem-gb.org

A. PRESENTATION GENERALE

La nécessité d'introduire le programme de Sciences de la santé s'est faite sentir depuis la fermeture des frontières des pays européens aux ressortissants africains en général et gabonais en particulier, et ce depuis 2010.

C'est pour répondre désormais à la demande sans cesse croissante de cadres moyens et cadres supérieurs en personnel de santé et paramédical dont le Gabon aura toujours besoin, que le Fondateur de l'IHEM a décidé d'ajouter à son offre de formation, en mettant en place un programme spécial IHEM Pôle des Sciences de la Santé en abrégé IHEM/PSSA qui est logé au campus B sis aux feux tricolores de la Peyrie.

IHEM/PSSA est un programme complet d'enseignements de 1^{er} et 2^e cycles supérieurs consacrés notamment aux problèmes de :

- Epidémiologie et statistiques
- Biologie médicale
- Génie sanitaire
- Laboratoire médical
- Puériculture
- O.R.L.
- Ingénierie biomédicale
- Science dentaire
- Radiologie médicale
- Maintenance biomédicale
- Techniques pharmaceutiques
- Santé familiale
- Santé communautaire
- Planification de santé
- Services et soins infirmiers
- Santé de l'habitat et de l'environnement
- Santé reproductive
- Santé sexuelle
- Hygiène alimentaire et nutrition

Ce programme offre deux options :

- 1- Profil sciences infirmières et hospitalières
- 2- Profil Pédagogie des sciences de la Santé.

B. CONDITIONS D'ADMISSION

- Pour les élèves, être titulaire du Bac ou l'équivalent du Bac et adresser une lettre de motivation à l'Administrateur Directeur Général de l'IHEM.
- Pour les infirmiers, les praticiens médicaux en exercice, être titulaire d'un Bac en techniques infirmières d'école, d'hôpital ou l'équivalent et être aussi autorisé à exercer la profession et en fournir la preuve.

C. FRAIS DE SCOLARITE

Cycles	DES/DUT	LICENCE PRO	MASTER
Frais de scolarité	Jour ou soir	Cycle spécial	Cycle spécial/ cycle normal
Inscription	90.000	90.000	90.000
1 ^{ère} option	540.000	720.000	900.000
2 ^{ème} option	270.000x2	360.000x2	450.000x2
3 ^{ème} option	180.000x3	375.000x3	300.000x3
4 ^{ème} option	90.000x6	187.500x6	150.000x6
5 ^{ème} option	70.000x8	90.000x8	115.000x8

D. PARTENARIATS AVEC L'ETAT

Notre partenariat avec l'Etat gabonais nous permet de placer nos étudiants en stage dans les centres hospitaliers universitaires sans oublier nos centres hospitaliers provinciaux et les dispensaires de santé scolaire et universitaire sur toute l'étendue du territoire national.

E. PARTENARIAT PRIVE / PRIVE

Les stages constituent une partie importante de la formation. C'est pourquoi l'IHEM/PSSA est soucieux de vous proposer des lieux de stages très diversifiés tels que des laboratoires privés, les cliniques et les cabinets privés de soins de santé avec lesquels nous signons des conventions de stage.

AFRICA BTP Engineering

GENIE CIVIL & TRAVAUX PUBLICS TOUS CORPS D'ETAT



Résidence privée



Amenagement de chaussées



Grue



Bétonnière de chantier

CONSTRUCTION ET ENTRETIEN BATIMENT

- Maçonnerie:
- Electricité:
- Plomberie:
- Etanchéité:
- Carrelages:
- Menuiserie aluminium:
- Menuiserie bois:
- Peinture:
- Toiture et Couverture:
- Climatisation:
- Voiries:
- Réseaux divers.

CONSTRUCTION INDUSTRIELLE

- Construction métallique:
- Hangars:
- Usines:
- Complexes industriels.

CONSTRUCTION D'OUVRAGES D'ART

- Ponts et Chaussées:
- Monuments...

CONSTRUCTION D'AERODROMES.

CONSTRUCTION, AMENAGEMENT,
RENOVATION ET ENTRETIEN DES ROUTES

*Le développement de l'Afrique
avec AFRICA BTP Engineering.*

Rond point pavés de MINDOUBE 2

Tél.: 0341 9975 / 0441 8349 / 0454 3473 Libreville

Email: africabtpengineering@yahoo.fr - Site web : www.ihem-gb.org