

Séminaire de formation sur le marketing culturel

“ Acquérir les outils et fondamentaux de la logique marketing ”

OTEMBE-NGUEMA
Libreville/Gabon

C'est l'un des objectifs poursuivis par ce groupe de travail réunissant des professionnels gabonais de la culture, sous la direction d'un expert en économie culturelle.

DANS le cadre de la Convention cadre signée entre le Gabon et l'Organisation internationale de la francophonie (OIF), un atelier de formation sur le marketing s'est récemment tenu, au siège du Bureau gabonais des droits d'auteurs (Bugada), sis à Louis, à la Place Raponda-Walker. Ce groupe de travail s'inscrit dans le cadre d'un programme de formation. Il était animé par Adamou Banoufé, manager culturel, expert de l'Economie culturelle et fondateur d'Adamax Company). Cette personne ressource a été choisie par l'OIF et le ministère gabonais de la Culture, des Arts et de l'Éducation civique.

Il faut dire que le but précis que se propose le programme susmentionné est le renforcement des capacités de notre pays à formuler et à mettre en œuvre des politiques et mesures ayant pour objet de promouvoir la création, la production, la distribution et la diffusion des biens et services culturels, ainsi que la consolidation des entreprises culturelles dans l'intention que ces actions contribuent au développement économique et social.

Pour ce qui est de l'atelier à proprement parler, il vise l'acquisition des outils et fondamentaux de la logique marketing, l'élaboration d'une stratégie de marketing culturel et le développement des publics. L'animateur dudit atelier s'est appuyé, pendant trois jours, sur sept chapitres pour montrer aux participants comment aborder le produit culturel, la démarche à adopter pour commercialiser un produit, sachant que l'œuvre artistique et culturelle est souvent tangible.

Primo, il leur a parlé du secteur et du produit culturel. Il a défini de façon extensive la notion de secteur culturel et fourni les spécificités des biens et services dans le secteur de la culture.

MARKETING STRATEGIQUE. Deuxio, il a évoqué avec eux la question du marketing stratégique des organisations culturelles. Il leur a expliqué ce qu'est le marketing des organisations culturelles et comment déterminer la



Adamou Banoufé, le formateur, s'est réjoui...



...de l'engouement des participants au cours de l'atelier sur le marketing culturel.

stratégie marketing d'une organisation culturelle. Tertio, ils ont ensemble étudié le comportement de consommation culturelle. Il s'est appesanti sur l'étude de la consommation culturelle, les variables influençant la formation du goût et les principaux mécanismes de décision.

Quarto, il s'est étendu sur comment faire une étude de public. Il a examiné avec les participants l'identification de l'objectif de l'étude, le comment se renseigner sur l'existant et concevoir l'étude. Les trois derniers chapitres étaient consacrés aux marketings des arts du spectacle vivant, du patrimoine culturel et des industries culturelles (film, livre et musique enregistrée).

Ces enseignements, Adamou Banoufé les a voulu participatifs, à cause de ce que le public éprouve souvent d'énormes difficultés à comprendre le monde de la culture. "Je suis plus que satisfait du rendu, parce qu'il y a eu un réel engouement du côté des participants", s'est-il réjoui. Ce qu'a confirmé le public cible. "Il a su nous familiariser avec ces concepts, en créant des conditions adaptées; il nous a mis face à des cas pratiques et nous nous sommes retrouvés au sein d'une structure née de l'atelier, c'est l'association Nyangou qui nous a permis de mieux comprendre et appréhender la formation", a dit le porte-parole des participants.

Signalons que Adamou Banoufé, spécialiste de l'Economie de la culture est entré, en 2005, dans le monde des arts et de la culture, par la mode, en qualité d'intermittent de spectacle. Il a intégré, par la suite, la prestigieuse maison de couture française Jean Doucet Paris. C'est là qu'il apprend la gestion administrative et commerciale d'une entreprise culturelle, parallèlement à ses études de comptabilité et gestion. Ses activités le poussant à voyager à travers le monde, il décide alors de faire de la culture une véri-

table profession. Il crée l'entreprise Adamax, afin d'impulser une dynamique

au développement des industries culturelles en Afrique. Aujourd'hui, cette

entreprise gère de nombreux projets et plusieurs valeurs de la musique sur le

continent, notamment le virtuose du Jazz, Frédéric Gassita.



REPUBLIQUE GABONAISE
Union-Travail-Justice

COMMUNIQUÉ

RECouvreMENT PAR LA CNAMGS
DES COTISATIONS D'ASSURANCE MALADIE

Le Directeur Général de la CNAMGS informe le public que, conformément à l'article 55 du décret n°00969/PR/MTEPS du 14 novembre 2008 fixant les modalités techniques de fonctionnement du régime obligatoire d'assurance maladie et de garantie sociale, la CNAMGS procédera, à compter du troisième trimestre 2015, au recouvrement des cotisations d'assurance maladie, activité qui jusque-là était déléguée à la CNSS.

Aussi, les employeurs des secteurs public, privé et parapublic devront, à compter du 1^{er} octobre 2015, s'acquitter du paiement des cotisations d'assurance maladie obligatoire auprès de la CNAMGS.

A cet effet, tout employeur ayant au moins un salarié est tenu de fournir des informations à la CNAMGS pour la mise à jour du fichier-employeurs. La fiche d'immatriculation employeur à remplir est disponible,

sur simple demande, à l'adresse drc.info@cnamgs.ga ou auprès des services de la Direction du Recouvrement et du Contentieux de la CNAMGS (DRC) sis au 1^{er} étage de l'immeuble les Forestiers, en face du siège de la SNBG (Centre-Ville de Libreville).

Pour plus d'informations, appelez le numéro facile de la CNAMGS **8889**

CNAMGS, la solidarité a un sens.

Le Directeur Général

Pr. Michel MBOUSSOU

Appelez le numéro facile

8889
Pour toutes informations questions ou préoccupations
Côté de l'appel: 2 F de seconde
www.cnamgs.ga



La solidarité a un sens

