



REPUBLIQUE DU BENIN

\*\*\*\*\*

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE  
SCIENTIFIQUE

\*\*\*\*\*

UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI

\*\*\*\*\*

ECOLE NATIONALE D'ADMINISTRATION ET DE MAGISTRATURE  
(E.N.A.M)

\*\*\*\*\*

DEPARTEMENT DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION ET DU  
SECRETARIAT (DSTIS)

\*\*\*\*\*

MEMOIRE DE FIN DE FORMATION AU CYCLE I POUR L'OBTENTION DU  
DIPLOME DE TECHNICIEN SUPERIEUR (DTS)

Option

Sciences et Techniques de l'Information  
Documentaire (STID)

Filière

Documentation

Année Académique : 2011-2012

STRATEGIES POUR UNE MEILLEURE PROMOTION DU CENTRE  
D'INFORMATION ET DE DOCUMENTATION SUR L'ENVIRONNEMENT  
(CIDE) DU MINISTERE DE L'ENVIRONNEMENT DE L'HABITAT ET DE  
L'URBANISME (MEHU)

Réalisé et Présenté par :

Zoufath Amacha TOUKOUROU

Sous la direction de :

Maitre de Stage

Mr. Bernard A.AMADOU  
Documentaliste au MEHU

Directeur de mémoire

Mr. Bienvenu AKODIGNA  
Enseignant à l'ENAM et Responsable de  
la médiathèque du CCA

MARS 2013

*JURY D'ÉVALUATION DU  
MEMOIRE*

**PRESIDENT :**

**Mr Francis ZOGO**

**VICE-PRESIDENT**

**Mr Wenceslas MAHOUSI**

L'ECOLE NATIONALE  
D'ADMINISTRATION ET DE  
MAGISTRATURE N'ENTEND DONNER  
AUCUNE APPROBATION NI  
IMPROBATION AUX OPINIONS EMISES  
DANS CE MEMOIRE. CES OPINIONS  
DOIVENT ETRE CONSIDEREES COMME  
PROPRES A LEUR AUTEUR.

*DEDICACES*

Avec toute mon affection à :

- Mes parents Isbath CHANOU et Moussiliou TOUKOUROU pour tous les efforts consentis pour assurer mon éducation. Que ce travail soit pour vous le symbole de ma reconnaissance ;
- Ma sœur Wassiath ; que ce travail soit pour toi source d'inspiration et de motivation ;
- Mes tantes et oncles : Moulkath, Chakirath, Latifath, Sikirath, Akim ALAO CHANOU ; pour tous vos conseils, veuillez trouver en ce travail l'expression de ma profonde gratitude ;
- Mes grand-mères Rabiath et Sikirath ; ce travail est le couronnement de vos désirs ;
- Mes cousines et cousins ; pour votre présence à mes côtés et que le tout puissant nous aide à conserver l'harmonie entre nous ;
- Mon meilleur ami Ismael B. DANTON; que ce travail soit pour toi source de fierté et que Dieu veille sur toi.

## *REMERCIEMENTS*

Mes sincères remerciements à :

- Dieu Tout Puissant qui m'a donnée le courage et la force de persévérer ;
- Mon directeur de mémoire, Monsieur Bienvenu AKODIGNA, pour avoir accepté de diriger le travail malgré ses multiples occupations ;
- Tout le corps professoral et l'administration de l'ENAM, pour leur concours à ma formation ;
- Tout le personnel de la DPE et du MEHU ;
- Mes amis Corinne NOBIME, Hosanna AKANNAHOU, Harmonie BYLL CATARYA et tous mes camarades du CEFOCI ;
- Tous ceux qui de près ou de loin ont contribué à la réalisation de ce travail ;
- Tous les membres du jury appelés à évaluer ce travail.

*LISTE DES SIGLES ET  
ABREVIATIONS*

**ABE** : Agence Béninoise pour l'Environnement

**AFH** : Agence Foncière de l'Habitat

**ANBE** : Agence Nationale de Bois-Energie

**ANDF** : Agence Nationale du Domaine Foncier

**ARCHA** : Agence de Réhabilitation de la Cité Historique d'Abomey

**ARPN** : Agence de Réhabilitation de la ville de Porto-Novo

**CEFOCI** : Centre de Formation aux Carrières de l'Information

**CENAGREF** : Centre National de Gestion des Réserves de Faune

**CENATEL** : Centre National de Télédétection et de Suivi Ecologique

**CERF** : Centre d'Etude, de Recherche et de formation Forestière

**CIDE** : Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement

**CNDD** : Commission Nationale pour le Développement Durable

**CSD** : Chef Service Documentation

**DGDU** : Direction Générale du Développement Durable

**DGE** : Direction Générale de l'Environnement

**DGFCC** : Direction Générale du Foncier, de la Cartographie et du  
Cadaastre

**DGHC** : Direction Générale de l'Habitat et de la Construction

**DPE** : Direction de la Promotion et de l'Eco citoyenneté

**DPM** : Direction de la Promotion des Métiers

**DPP** : Direction de la Programmation et de la Prospective

**DRH** : Direction des Ressources Humaines

**ENAM** : Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature

**FNE** : Fonds National pour l'Environnement

**FONAREF** : Fonds National de Restructuration et de Régularisation

Foncière

**MEHU** : Ministère de l'Environnement, de l'Habitat et de l'Urbanisme

**MEPN** : Ministère de l'Environnement et de la Protection de la Nature

**MUHRFLEC** : Ministère de l'Urbanisme, de l'Habitat, de la Réforme  
Foncière et de la Lutte contre l'Erosion Côtière

**ONAB** : Office National du Bois

---

---

*LISTE DES TABLEAUX*

**Tableau n°1**

Répartition des documents par types..... 18

**Tableau n°2**

Répartition des documents par thématiques..... 19

**Tableau n°3**

Regroupement des problèmes par centres d'intérêts..... 22

**Tableau n°4**

Tableau de bord de l'étude..... 30

**Tableau n°5**

Connaissance de l'existence du CIDE..... 35

**Tableau n°6**

Découverte du CIDE ..... 35

**Tableau n°7**

Appréciation de l'accueil du personnel..... 36

**Tableau n°8**

Tableau récapitulatif de l'étude ..... 49

---

---

***RESUME***

Le marketing documentaire, apparu dans les années soixante-dix s'est inscrit dans le développement des techniques de marketing à l'instar des autres applications spécifiques telles que le marketing bancaire, industriel, politique etc... C'est une notion qui intéresse de plus en plus les spécialistes de l'information documentaire et qui permet d'identifier les atouts et faiblesses d'une unité documentaire ainsi que les besoins des usagers dans le but d'améliorer les services offerts et les activités en les recentrant sur les usagers. Le Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement (CIDE) du Ministère de l'Environnement, de l'Habitat et de l'Urbanisme (MEHU) est la structure d'accueil de notre stage. L'état des lieux révèle une multitude de problèmes généraux mais celui qui a retenu notre attention est relatif à la mauvaise politique de promotion et de perfectionnement du centre. Les problèmes spécifiques qui y sont liés s'énoncent comme suit :

- absence de réseau de coopération documentaire ;
- obsolescence du fonds documentaire ;
- manque de personnel et surtout de spécialistes ;
- absence de politique de communication pour informer les usagers de l'existence du centre

Dans le but donc de contribuer à l'amélioration des performances et à une meilleure visibilité de cette unité documentaire, organe de diffusion et de partage d'informations relatives à l'environnement avec le monde extérieur, nous nous sommes fixés des objectifs global et spécifique et avons proposé quelques approches de solutions.

## *SOMMAIRE*

### **INTRODUCTION**

#### **CHAPITRE PRELIMINAIRE : CADRE INSTITUTIONNEL DE L'ETUDE, OBSERVATIONS DE STAGE ET CIBLAGE DE LA PROBLEMATIQUE**

##### **SECTION 1** : Cadre physique de l'étude et observations de stage

**PARAGRAPHE 1** : Structure organisationnelle du MEHU et du CIDE

**PARAGRAPHE 2** : Observations de stage

##### **SECTION 2** : Ciblage de la problématique

**PARAGRAPHE 1** : Choix de la problématique et justification du sujet

**PARAGRAPHE 2** : Spécification de la problématique et Détermination des séquences de résolution

#### **CHAPITRE PREMIER : CONCEPTION ET MISE EN APPLICATION DU CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE**

##### **SECTION 1** : Cadre théorique et méthodologique de l'étude

**PARAGRAPHE 1** : Objectifs de l'étude et hypothèses

**PARAGRAPHE 2** : Revue de la littérature et Choix de la méthodologie

##### **SECTION 2** : Collecte et analyse des données

**PARAGRAPHE 1** : Mobilisation, Dépouillement et Présentation des données.

**PARAGRAPHE 2** : Vérification des hypothèses et Etablissement du diagnostic

#### **CHAPITRE DEUXIEME : APPROCHES DE SOLUTIONS ET CONDITIONS DE LEUR MISE EN ŒUVRE**

##### **SECTION 1** : Approches de solution

**PARAGRAPHE 1** : Approches de solution aux problèmes n°1 et n°2

**PARAGRAPHE 2** : Approches de solution au problème n°3

##### **SECTION 2** : Conditions de mise en œuvre des solutions proposées

**PARAGRAPHE 1** : Recommandations à l'endroit des responsables du CIDE et des autorités du MEHU

**PARAGRAPHE 2** : Recommandations à l'endroit des usagers du centre

### **CONCLUSION**

### **BIBLIOGRAPHIE**

### **ANNEXES**

### **TABLE DES MATIERES**

# INTRODUCTION GENERALE

L'information étant reconnue maintenant comme base essentielle du progrès des sociétés, aucune entreprise ne peut donc se développer sans disposer au préalable de l'information et des moyens de la recevoir et de la communiquer. Quelque soit son mode d'utilisation, l'information est un outil important d'échange entre les sociétés et les communautés. Au-delà de son aspect culturel et informatif, elle revêt également un aspect politique car devenue une arme que les grandes puissances économiques nationales et internationales cherchent à monopoliser systématiquement. Elle est utile dans tous les domaines d'activités telles que le secteur de l'environnement pour leur émancipation et leur épanouissement.

Le Ministère de l'Environnement, de l'Habitat et de l'Urbanisme, structure responsable de la question de l'environnement au Bénin a pour mission principale l'élaboration et la mise en œuvre ainsi que le suivi-évaluation de la politique et des stratégies de l'Etat en matière d'environnement, de protection de la nature, de gestion de la flore et de la faune, d'assainissement, d'habitat, de construction, d'urbanisme etc. En effet, la sauvegarde de l'environnement est nécessaire pour toute vie sur terre. Si notre environnement est détruit ou dégradé, il devient impossible de se nourrir, de respirer et de boire ; en un mot impossible de vivre. Ainsi, dans le but de communiquer des informations et autres données relatives à l'environnement avec les citoyens le MEHU a mis en place le Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement (CIDE).

Mais la création d'une unité documentaire n'est pas une fin en soi. Elle doit pouvoir faire l'objet d'élaboration et de mise en œuvre de politique et stratégie de gestion efficace et s'adapter aux exigences du temps en matière d'évolution technologique. Les spécialistes de l'information documentaire, après avoir été longtemps critiqué sur leur tendance à limiter leur contribution professionnelle à de strictes successions d'opérations techniques traditionnelles ont compris depuis une trentaine

d'années qu'il fallait emprunter au monde des affaires de nouvelles techniques de gestion telles que le marketing. C'est une technique qui de façon générale consiste à identifier les besoins humains et sociaux des consommateurs afin d'y répondre de manière rentable. Le marketing documentaire quant à lui est défini comme une adaptation de certaines techniques, issues des théories du marketing, à la gestion des services d'information et de documentation dans le but de permettre à l'organisation de s'adapter à son environnement, de connaître ses forces et faiblesses, et de mieux répondre ainsi aux différentes attentes de ses usagers. Malheureusement, nombreuses sont les structures documentaires béninoises qui ne l'ont pas encore adopté.

L'objectif de notre étude est donc de définir une politique de communication- marketing pour améliorer les performances et la visibilité du CIDE. A travers le thème « *Stratégies pour une meilleure promotion du CIDE du MEHU* » nous montrerons comment le marketing peut contribuer à améliorer la productivité des structures documentaires, à renforcer leur compétitivité et surtout leur performance et leur visibilité. Notre étude s'articulera donc autour de trois parties. La première partie, un chapitre préliminaire qui résume les observations faites au cours du stage et la vision globale de la problématique choisie. La deuxième partie est celle consacrée aux résultats des enquêtes réalisées pour la validation des hypothèses émises. Enfin, une troisième partie réservée aux approches de solutions et leurs conditions de mise en œuvre afin de rendre plus visible et plus compétitif le Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement.

*CHAPITRE PRELIMINAIRE :*

*CADRE INSTITUTIONNEL DE  
L'ETUDE, OBSERVATIONS DE  
STAGE ET CIBLAGE DE LA  
PROBLEMATIQUE.*

---

## **Section 1: Cadre physique de l'étude et observations de stage**

Il est un impératif pour tout élève en fin de cycle à l'Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature d'effectuer un stage marquant la fin de sa formation. C'est dans cette optique que nous avons effectué un stage pratique d'une durée de trois mois au MEHU précisément au Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement (CIDE) où nous avons eu l'opportunité d'appliquer les notions théoriques acquises au cours de notre formation et de saisir les réalités pratiques liées à notre profession.

A travers leur historique, leurs différentes missions, et leur structure organisationnelle, nous ferons dans un premier temps la présentation du Ministère de l'Environnement, de l'Habitat et de l'Urbanisme et dans un second temps celle du Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement.

### **Paragraphe 1 : Structure organisationnelle du MEHU et du CIDE**

Cette étude organisationnelle s'articulera généralement autour du MEHU et particulièrement autour du Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement (CIDE) placé sous la tutelle de la Direction de la Promotion de l'Eco citoyenneté (DPE).

#### **I. Historique, Mission et Organisation générale du MEHU**

##### **A. Historique**

Créé par décret N° 91-176 du 29 juillet 1991 portant composition du premier gouvernement de l'ère du renouveau démocratique, le MEHU tire

---

son origine des conclusions, recommandations et résolutions de la Conférence des Forces Vives de la Nation qui s'est déroulée du 19 au 28 février 1990. Au cours de cette conférence les autorités ont pris conscience des menaces sur l'environnement et de la nécessité de prendre des mesures en vue de le préserver. Le Président de la République, le Docteur Thomas BONI YAYI, lors de sa première mandature en 2006, par décret N° 2006-178 du 08 avril 2006 a scindé le MEHU en deux ministères distincts : le Ministère de l'Environnement et de la Protection de la Nature (MEPN) par décret 2006-460 du 07 septembre 2006 et le Ministère de l'Urbanisme, de l'Habitat, de la Réforme Foncière et de la Lutte contre l'Erosion Côtière (MUHRFLEC) dont le décret a pour numéro 2007- 447 du 02 octobre 2007.

**Source** : DEGILA, M. (2011): « *Contribution à la dynamisation des prestations du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

## **B. Mission**

La mission principale du MEHU est d'élaborer et d'assurer la mise en œuvre ainsi que le suivi-évaluation de la politique et des stratégies de l'Etat en matière d'environnement, de protection de la nature, du littoral et des côtes, de gestion de la flore et de la faune, d'assainissement, d'habitat, de construction, d'urbanisme, de mobilité urbaine, de foncier, de cartographie et de cadastre. Il est chargé en outre de :

- ❖ définir et actualiser périodiquement la politique nationale et de mettre en œuvre des stratégies et actions relatives à ses domaines de compétence ;
- ❖ élaborer et assurer le contrôle du respect des normes techniques et de la réglementation dans tous les domaines de sa compétence ;

- 
- ❖ appliquer des directives communautaires relatives à ses domaines de compétence dans le cadre de la politique d'intégration africaine ;
  - ❖ assister les collectivités locales dans la conception, l'organisation et la gestion des activités relevant de ses domaines de compétence ;
  - ❖ planifier, organiser le suivi-évaluation et le contrôle de toutes les actions de ses domaines de compétence visant l'amélioration du cadre de vie des populations ;
  - ❖ participer à la mobilisation du financement pour la mise en œuvre des politiques, plans, programmes et projets des domaines de sa compétence ;
  - ❖ participer aux assemblées générales et activités des institutions internationales ou régionales dans ses domaines de compétence ;
  - ❖ organiser et promouvoir des métiers et professions liés à l'environnement, à la gestion rationnelle des ressources du domaine forestier de l'Etat, à l'habitat et au développement urbain ;
  - ❖ suivre la mise en œuvre des engagements du Bénin en matière de développement durable ainsi que des conventions internationales et régionales relatives à ses domaines de compétence.

Le MEHU apparaît donc comme un important maillon dans la gestion de l'environnement.

**Source** : DEGILA, M. (2011): « *Contribution à la dynamisation des prestations du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

### C. Organisation générale du MEHU

Un ministre nommé par décret du Président de la République est à la tête du Ministère de l'Environnement, de l'Habitat et de l'Urbanisme. Celui-ci a sous sa tutelle :

- ❖ l'Inspection Générale du Ministère ;
- ❖ des Services qui lui sont directement rattachés ;
- ❖ un Cabinet ;
- ❖ un Secrétariat Général ;
- ❖ des Directions Centrales, des Directions Techniques et des Structures Départementales ;
- ❖ des Entreprises, Etablissements et Organismes Publics sous tutelle.

**Source** : DEGILA, M. (2011): « *Contribution à la dynamisation des prestations du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

#### 1. Le Ministre

Il a pour attributions de :

- recueillir les données, les faits et les chiffres susceptibles de fournir au gouvernement, les prévisions sur les évolutions externes et le diagnostic sur les problèmes internes ;
- assurer l'organisation des moyens en déterminant les plans, programmes, projets et budgets ;
- définir la structure des responsabilités d'exécution dans le respect des dispositions du présent décret ;

- assurer la conduite des hommes et des femmes par un choix judicieux, un recyclage permanent, une mobilisation et une motivation permanente des ressources humaines ;
- assurer la qualité de la gouvernance et du contrôle en veillant à l'amélioration des performances, au respect de l'intérêt général, des valeurs, de l'éthique et des normes ;
- réagir aux écarts ou déviations observées par rapport aux valeurs, normes, prévisions, plans, programmes, projets et budgets en initiant les corrections, innovations et changements qui s'imposent.

## **2. L'Inspection Générale du Ministère**

L'inspection Générale du Ministère (IGM) est un organe d'inspection et de contrôle à compétence sectorielle, directement rattaché à la Présidence de la République. Elle est chargée d'une mission permanente de vérification, de contrôle et d'évaluation de la gestion administrative, financière, comptable et technique. Leur champ de compétence couvre l'ensemble des services centraux déconcentrés et des organismes sectoriels sous tutelle.

## **3. Les Services directement rattachés au Ministre**

Ces services sont au nombre de trois (03). Il s'agit de : l'Assistant du Ministre, l'Attaché de Cabinet et le Secrétariat Particulier du Ministre.

### **a) L'Assistant du Ministre**

Son rôle est de :

- ❖ assurer la recherche et la documentation utiles au Ministère ;
- ❖ planifier et suivre les activités du Ministre grâce à un tableau de bord ;

- ❖ élaborer les projets de lettres, de discours et de rapports.

### **b) L'Attaché de Cabinet**

Placé sous l'autorité directe du Ministre, il est chargé de :

- ❖ rédiger la correspondance privée du Ministre ;
- ❖ gérer l'agenda du Ministre en liaison avec le Secrétariat Particulier;
- ❖ préparer, en liaison avec le Directeur des ressources financières et matérielles, les missions et voyages du Ministre ;
- ❖ assurer le protocole du Ministre ;
- ❖ gérer les relations publiques du Ministre et exécuter toutes autres missions que lui confiera le Ministre.

### **c) Le Secrétariat Particulier du Ministre**

Il est chargé de l'enregistrement et la ventilation du courrier confidentiel à l'arrivée ; la mise en forme, l'enregistrement et l'expédition du courrier départ confidentiel ; la concertation avec le secrétariat administratif pour la gestion harmonieuse, efficace et efficiente du courrier ; la gestion, en liaison avec l'attaché de cabinet, de l'agenda du Ministre et l'exécution de toutes autres tâches.

## **4. Le Cabinet du Ministre**

Ici, on retrouve l'ensemble des collaborateurs rattachés à la personne du Ministre. Il s'agit d'un DC, d'un DAC, de cinq (05) Conseillers Techniques, d'un Attaché de Cabinet, et d'un Assistant du Ministre.

Le Directeur de Cabinet (DC), placé sous l'autorité du Ministre, est responsable de l'exécution sans faille des activités du Cabinet. Il assure la

---

liaison entre le Cabinet et le Secrétariat Général du Ministère dans un esprit d'équipe, de coopération, de complémentarité, de concertation et de soutien réciproque. Il est assisté dans sa tâche par le Directeur Adjoint de Cabinet qui le supplée en cas d'absence ou d'empêchement. Sur proposition du Directeur de Cabinet, le Ministre définit par arrêté, les affaires dont le Directeur Adjoint de Cabinet assure la gestion permanente au sein du Cabinet.

Les cinq (05) Conseillers Techniques sont des spécialistes dans leurs domaines respectifs et sont chargés d'émettre des avis sur les dossiers qui leurs sont affectés par le Ministre ou par le Directeur de Cabinet sur instruction du Ministre

### **5. Le Secrétariat Général du Ministère**

Cet organe assure la continuité de l'Administration et des Organismes sous tutelle du ministère. Il exécute toutes autres tâches confiées par le Ministre dans le strict respect des attributions du Cabinet du Ministre. Il est composé du Secrétaire Général, du Secrétaire Général Adjoint de l'Assistant du Secrétaire Général, le Secrétariat Administratif, la personne responsable des Marchés Publics, la Cellule de Contrôle des Marchés Publics, le Service du Protocole du Ministère, la Cellule Environnementale, la Cellule Sectorielle de Pilotage des Réformes Administratives et Institutionnelles et de la Cellule Sectorielle du Dialogue Social.

---

## **6. Les directions centrales, les directions techniques et les structures départementales**

### **a. Les directions centrales**

Au nombre de quatre (04), elles constituent des structures d'appui du Ministère. Il s'agit de la DRH, la DRFM, la DPP et la DIP.

La Direction des Ressources Humaines (**DRH**) assure la gestion stratégique et administrative du personnel du ministère. Elle comprend le Secrétariat, le Service de la Gestion et du suivi des Carrières (SGSC), le Service de la Prévision, du Recrutement et de la Formation (SPRF), le Service du Contentieux et des Affaires Disciplinaires (SCAD).

La Direction des Ressources Financières et du Matériel (**DRFM**) s'occupe de la gestion financière et matérielle du Ministère. Elle comprend : un Secrétariat, le Service du Budget et de la Comptabilité (SBC), le Service du Matériel (SM), la Régie Centrale (RC) et la Régie des projets (RP).

La Direction de la Programmation et de la Prospective (**DPP**) assure la gestion du processus de planification du ministère et est dirigée par un directeur qui est assisté d'un directeur adjoint qui le supplée en cas d'absence ou d'empêchement. Elle comprend : un secrétariat, le service des études, synthèses et des statistiques (SES), le service de la programmation et du suivi des programmes et des projets (SPSP), la cellule de suivi-évaluation des budgets-programme du ministère (CSEBP), le service de la coopération technique (SCT), la cellule genre et la cellule VIH/SIDA.

La Direction de l'Informatique et du Pré-archivage (DIP) assure avec toutes les structures du ministère, la conception, la mise en œuvre, la coordination et le suivi-évaluation d'actions intégrées.

---

**b. Les directions techniques**

Elles sont au nombre de six (06). Il s'agit de la DGE, de la DGFRN, de la DGDU, de la DGHC, de la DGFCC, et de la DPM.

La Direction Générale de l'Environnement (**DGE**) est chargée de coordonner les activités de la police environnementale.

La Direction Générale des Forêts et des Ressources Naturelles (**DGFRN**) est une structure paramilitaire chargée d'assurer la coordination et le pilotage du sous-secteur forestier.

La Direction Générale du Développement Urbain (**DGDU**) est chargée d'élaborer les politiques et stratégies de l'Etat ainsi que les textes législatifs et réglementaires en matière d'urbanisme, d'aménagement urbain, d'assainissement urbain, de voirie urbaine et de mobilité urbaine.

La Direction Générale de L'Habitat et de la Construction (**DGHC**) est chargée de promouvoir la recherche en matière de construction et d'habitat.

La Direction Générale du Foncier, de la Cartographie et du Cadastre (**DGFCC**) est chargée de veiller à la gestion rationnelle et économe des domaines publics et privés de l'Etat et des communes.

La Direction de la Promotion des Métiers (**DPM**) a pour mission de concourir, en liaison avec toutes autres structures compétentes, à l'organisation et au développement des divers métiers liés aux domaines de compétence du ministère.

### c. Les directions départementales

De façon générale, elles sont chargées d'examiner et d'apprécier toutes les questions qui leurs sont soumises par les autres structures du département ou par les communes.

## 7. Les Organismes, Entreprises et Etablissements sous tutelle

Ils sont au nombre de dix-sept (17). Il s'agit de :

- l'Agence Béninoise pour l'Environnement (**ABE**) ;
- le Centre National de Gestion des Réserves de Faune (**CENAGREF**) ;
- l'Institut Géographique National (**IGN**) ;
- le Fonds National de l'Habitat (**FNH**) ;
- le Centre d'Etude, de Recherche et de formation Forestières (**CERF**) ;
- le Centre National de Télédétection et de Suivi Ecologique (**CENATEL**) ;
- l'Office National de Bois (**ONAB**) ;
- l'Agence Foncière de l'Habitat (**AFH**) ;
- l'Observatoire Urbain National (**OUN**) ;
- l'Agence Nationale de Bois-Energie (**ANBE**) ;
- le Fonds National pour l'Environnement (**FNE**) ;
- la Commission Nationale du Développement Durable (**CNDD**) ;
- le Fonds National de Développement Forestier ;(**FONADEF**) ;
- l'Agence Nationale du Domaine et du Foncier (**ANDF**) ;
- le Fonds National de Restructuration et de Régularisation Foncières (**FONAREF**) ;

- l'Agence de Réhabilitation de la Cité Historique d'Abomey (ARCHA) ;
- l'Agence de Réhabilitation de la ville de Porto-Novo (ARPN)

**Source** : DEGILA, M. (2011): « *Contribution à la dynamisation des prestations du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

## **II. Genèse, organisation et fonctionnement du CIDE**

### **A. Genèse du CIDE**

Créé en 1994, le CIDE est dans son état actuel, le résultat de la fusion de deux centres documentaires. Le fonds documentaire d'un projet dénommé Programme d'Assistance Technique à la Communication et à l'Information pour la Protection de l'Environnement (PACIPE) élaboré par le Bénin, le Ghana et la Guinée, financé par l'Union Européenne étant arrivé à son terme et devant être capitalisé, a dû transférer certains de ses acquis au CIDE. Ainsi, la masse documentaire du CIDE s'est accrue avec environ 7500 documents mis à la disposition de ses usagers.

Le Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement (CIDE) est installé dans un local situé dans le coin droit de l'immeuble à cinq (05) étages du ministère. Par un couloir on accède au centre qui est constitué de trois (03) bureaux disposant chacun d'un (01) ordinateur et d'une (01) imprimante ; de trois (03) autres ordinateurs dont un (01) seul fonctionnel, d'une (01) base de données créée sous winisis, d'un (01) relieur, d'une (01) photocopieuse, et d'un (01) scanner.

**Source** : DEGILA, M. (2011): « *Contribution à la dynamisation des prestations du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

---

## **B. Organisation et fonctionnement du centre**

Le centre dispose de deux travées de rayons, une travée pour les monographies et une autre pour les ouvrages de référence et la littérature grise nationale. Aussi, existe-il des chaises disposées autour d'une grande table servant de salle de lecture. Il existe également d'autres étagères sur lesquelles sont disposées des boîtes d'archives et les périodiques qui sont rangés sur des présentoirs. Le centre est ouvert à toute catégorie de personnes à savoir : les cadres du ministère, les étudiants, les élèves, les enseignants, les chercheurs et autres. Ces derniers effectuent des recherches dans les domaines de l'environnement, l'habitat, l'urbanisme, la pollution, la désertification, les ressources en eau, énergie et industrie, la gestion des catastrophes, la santé humaine et environnement, l'aménagement urbain et habitat, et enfin en éducation et communication environnementale. Le CIDE met à la disposition du public, des références bibliographiques, des index bibliographiques, des périodiques et revues.

Le Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement est chargé en outre de :

- ❖ collecter l'information et la documentation relatives aux secteurs d'activités du ministère ;
- ❖ traiter et stocker l'information et les supports produits ;
- ❖ mettre l'information à la disposition du public, des personnes ressources, des groupes cibles, des décideurs politiques et des structures du ministère ;
- ❖ gérer le patrimoine audio-visuel et iconographique du ministère ;
- ❖ contribuer à l'animation du cyber

---

Les services offerts par le centre aux usagers se limitent essentiellement à l'accueil, la consultation sur place et la recherche documentaire. L'accès aux rayons est direct.

Au CIDE, une fois les documents acquis, ils font l'objet d'estampillage après leur inscription dans un registre qui est réservé à cet effet. Avant d'être rangés sur les rayons, les documents sont d'abord catalogués et ont chacun une cote selon le système de classification utilisé et conformément au thésaurus « ENVOC » en vigueur au centre

**Source** : AMADOU, A. B. (2011) : « *Contribution à l'informatisation du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

### **C. Ressources du CIDE**

#### **1- Les ressources documentaires**

Le CIDE dispose d'un fonds documentaire qui regroupe divers types de documents (monographie, littérature grise nationale, périodiques, documents audiovisuels, ouvrages de référence et même photos). Ces documents traitent essentiellement de l'environnement mais aussi des sujets connexes. On évalue les ressources du centre à sept mille cinq cent (7500) documents. Les monographies et la littérature grise en constituent la majeure partie soit un pourcentage de 70% ; les autres documents (ouvrages de références, périodiques, photos etc.) sont regroupés dans les 30% restants.

Les revues et autres périodiques sont rangés sur les présentoirs ; les photos dans les armoires prévues à cet effet ; quant aux monographies, littérature grise et ouvrages de référence, ils sont disposés sur les rayonnages.

Les tableaux ci-après présentent la répartition du fonds documentaire par types de documents et par thématiques :

**Tableau 1: Répartition des documents par types**

<b>Types de documents</b>	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Monographies	2550	34
Littérature grise	2700	36
Périodiques	225	3
Ouvrages de référence	45	0.60
Documents audiovisuels	180	2.40
Textes législatifs	45	0.60
Conventions internationales	9	0.12
Photos	1371	18.28
Autres documents	375	5
<b>Total</b>	<b>7500</b>	<b>100</b>

**Source** : AMADOU, A. B. (2011) : « *Contribution à l'informatisation du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

**Tableau 2: Répartition des documents par thématiques**

Thématique	Nombre	Pourcentage(%)
Environnement	5500	73.33
Agriculture	65	0.36
Habitat/ Urbanisme	1035	13.8
Catastrophe	35	0.46
Législation	100	1.33
Etablissement humain	565	7.53
Génie civil	200	2.66
<b>Total</b>	<b>7500</b>	<b>100</b>

**Source** : AMADOU, A. B. (2011) : « *Contribution à l'informatisation du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

## **2- Autres ressources du CIDE**

Outre les ressources documentaires, le CIDE dispose pour sa bonne gestion d'autres ressources telles que les ressources humaines, les ressources financières et de quelques ressources matérielles.

---

**PARAGRAPHE 2 : Observations de stage.**

Il s'agira ici de faire l'inventaire des forces et faiblesses du centre d'information et de documentation sur l'environnement (CIDE).

**I. Inventaire des forces du CIDE**

- ♣ Disponibilité des ressources documentaires (monographies, littérature grise, revues, périodiques, photos, documentaires audiovisuels etc.) ;
- ♣ Accessibilité du centre aux lecteurs potentiels tous les jours et à des heures ouvrables ;
- ♣ Existence d'index bibliographique et de thésaurus (ENVOC) ;
- ♣ Existence d'une base de données créée avec le logiciel CDS-ISIS ;
- ♣ Existence de quelques matériels informatiques et disponibilité de la connexion Internet ;
- ♣ Conditions de rangement et de conservation des documents acceptables.

**II. Inventaire des faiblesses du CIDE**

- ♣ manque de personnel et surtout de spécialistes ;
- ♣ insuffisance de bureaux ;
- ♣ insuffisance et vieillissement du matériel informatique ;
- ♣ mauvaise utilisation des outils de recherche (catalogue manuel) par les usagers ;
- ♣ perte d'autonomie du centre ;
- ♣ absence de crédit pour la gestion du centre ;

- 
- ♣ absence de réseau de coopération documentaire ;
  - ♣ obsolescence du fonds documentaire ;
  - ♣ absence d'un service d'orientation pour les usagers ;
  - ♣ inaccessibilité du catalogue informatisé aux usagers ;
  - ♣ inexistence de gestion automatisée des prêts ;
  - ♣ manque de promotion du centre ;
  - ♣ absence de politique de communication pour informer les usagers sur le centre.

## **Section 2 : Ciblage de la problématique**

### **Paragraphe 1 : Choix de la problématique et justification du sujet**

#### **I. Regroupement des problèmes et détermination des problématiques**

**Tableau 3: Regroupement des problèmes par centres d'intérêts.**

N°	Centres d'intérêts	Problèmes spécifiques	Problème général	Libellé de la problématique
1	Performances du CIDE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mauvaise utilisation des outils de recherche par les usagers ;</li> <li>- absence d'un service d'orientation pour les usagers ;</li> </ul>	Manque de documentation pour la promotion des performances du centre	Réflexion sur l'élaboration d'un guide d'utilisation et d'orientation du CIDE
2	Gestion du CIDE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difficulté d'acquisition d'ouvrages spécialisés ;</li> <li>- absence de crédit pour la gestion du centre ;</li> <li>- absence de réseau de coopération documentaire               <ul style="list-style-type: none"> <li>- obsolescence du fonds documentaire ;</li> </ul> </li> <li>- manque de personnel et surtout de spécialistes ;               <ul style="list-style-type: none"> <li>- manque de promotion du CIDE</li> </ul> </li> <li>- absence de politique de communication pour informer les usagers de l'existence du centre</li> </ul>	Manque de ressources financières et mauvaises politiques de perfectionnement du centre	Problématique de la mauvaise politique de promotion et de perfectionnement du centre
3	Informatisation du centre	<ul style="list-style-type: none"> <li>inaccessibilité du catalogue informatisé aux usagers</li> <li>-inexistence de gestion automatisée des prêts</li> </ul>	Dysfonctionnement des services informatisés	Réflexion sur l'informatisation des services du centre

---

### **A. Choix et justification de la problématique**

Après analyse des différents problèmes identifiés ci-dessus, nous remarquons que tous les centres d'intérêts représentent des problématiques qu'il urge de juguler.

La résolution de la première problématique par exemple consiste en une remise à neuf des performances du CIDE en élaborant un guide pour son utilisation. Ce guide permettra d'une part, de découvrir le CIDE au travers de ses activités, de ses objectifs et d'autre part, servira d'outil susceptible de ressourcer les usagers dudit centre sur les principaux outils de recherche ainsi que sur leur mode d'utilisation. Aussi, faudrait-il souligner que ce guide viendra combler un temps soit peu l'absence du service d'orientation en ce sens qu'il renseignera aussi bien sur les différents compartiments du centre que sur leurs intérêts.

En effet, la satisfaction des usagers d'un centre de documentation est subordonnée à une disponibilité efficace des informations utiles à leur recherche ; cependant, l'efficacité de cette disponibilité est étroitement liée à un service d'orientation dont l'absence pourrait être assouplie par un guide d'orientation.

La résolution de la troisième problématique, celle relative à l'informatisation des services du centre susciterait en un premier lieu une prise de conscience par les différentes autorités du MEHU des opportunités offertes par les Technologies de l'Information et de la Communication en matière de gestion des Services d'Information Documentaire ; et dans un second lieu encouragera le personnel du centre à s'ouvrir aux progrès technologiques et à se départir des anciennes pratiques auxquelles il est habitué.

---

Etant donné qu'on ne pourrait résoudre toutes ces problématiques à la fois, nous avons donc porté notre choix sur la deuxième problématique c'est-à-dire celle relative à la mauvaise politique de promotion et de perfectionnement du centre. Cette problématique regroupe donc les problèmes spécifiques suivants :

- absence de coopération entre le CIDE et d'autres unités documentaires ;
- obsolescence du fonds documentaire ;
- absence de politique de communication pour informer les usagers sur le centre ;
- manque de personnel surtout de spécialiste.

Dans le souci d'apporter des solutions à ces différents problèmes, nous avons voulu focaliser notre étude sur la résolution de cette problématique. En effet, le CIDE ne dispose pas de stratégies marketing lui permettant d'assurer son développement. La communication marketing dans la gestion du CIDE contribuera ainsi à améliorer les performances du centre et à améliorer sa visibilité. Le marketing se définit ainsi comme un ensemble d'actions ayant pour objectif de prévoir ou de constater, et le cas échéant, de stimuler, susciter ou renouveler les besoins du consommateur en telle catégorie de produits et de services et de réaliser l'adaptation continue de l'appareil productif et de l'appareil commercial d'une entreprise aux besoins ainsi déterminés. Il a par nature un rôle de persuasion et d'influence et se trouve être le premier maillon créatif devant aboutir à la fidélisation d'une clientèle ciblée afin d'assurer la notoriété qui est indispensable à la survie d'une organisation face à un environnement changeant. Ainsi le CIDE à travers cette introduction du marketing sera convaincu du fait que les services qu'il fournit conviennent à ses usagers.

---

Dans ce contexte nous avons donc choisi d'intituler notre étude «*Stratégies pour une meilleure promotion du CIDE du MEHU*»

## **Paragraphe 2 : Spécification de la problématique et détermination des séquences de résolution**

### **I. Spécification de la problématique**

De façon générale les centres de documentation, et le CIDE en particulier doivent s'établir par rapport à un cadre précis tracé pour leurs futurs utilisateurs pour satisfaire leurs besoins et tenant compte des moyens qui pourront être mis en œuvre. Les spécialistes qui y travaillent devraient donc les organiser et les animer comme il se doit tout en ayant à l'esprit que l'information est une denrée capitale et qu'elle est au cœur de toute chose.

Notre problématique étant relative à la mauvaise politique de promotion et de perfectionnement du centre, il est donc nécessaire de définir suivant une approche marketing, une démarche stratégique nécessaire au développement du CIDE pour permettre la satisfaction des usagers et la bonne marche du centre.

En effet les problèmes spécifiques auxquels il importe de trouver des solutions s'énumèrent comme suit

- a. absence de coopération entre le centre et d'autres unités documentaires
- b. obsolescence du fonds documentaire
- c. manque de promotion et absence de politique de communication pour informer les usagers sur le centre

## **II. Détermination des séquences de résolution de la problématique**

La résolution de la problématique retenue se fera à partir d'une démarche méthodologique qui suivra les points suivants :

- ❖ fixer des objectifs ;
- ❖ formuler des hypothèses ;
- ❖ élaborer le tableau de bord de l'étude (TBE) ;
- ❖ faire la revue de la littérature ;
- ❖ mobiliser des données ;
- ❖ analyser des données ;
- ❖ établir le diagnostic ;
- ❖ trouver des approches de solutions et leurs conditions de mise en œuvre ;

**CHAPITRE PREMIER :**

***CONCEPTION ET MISE EN  
APPLICATION DU CADRE  
THEORIQUE ET***

---

## **Section 1 : Cadre théorique et méthodologique de l'étude**

Dans cette section, nous ferons ressortir les objectifs de notre étude ainsi que les différentes hypothèses formulées.

### **Paragraphe 1 : Objectifs de l'étude, Hypothèses et Revue de la littérature**

#### **I. Détermination des objectifs**

##### **a) Objectif général**

L'objectif premier de cette étude est la définition de stratégies pour améliorer la visibilité du centre d'information et de documentation sur l'environnement.

##### **b) Objectifs spécifiques**

Nous fixerons ces objectifs à partir des problèmes spécifiques énumérés plus haut. Ces objectifs viseront à :

- ❖ montrer l'importance et les avantages de la création de réseau de coopération documentaire
- ❖ déterminer des stratégies de renouvellement du fonds documentaire
- ❖ examiner les composantes d'une politique de communication marketing pour le CIDE.

---

## **II. Hypothèses de l'étude et tableau de bord**

Il s'agit ici de trouver à chaque problème spécifique énuméré une approche explicative. Des hypothèses seront donc formulées par rapport à chaque problème spécifique

- **HYPOTHESE SPECIFIQUE N°1 :**

L'absence de réseau de coopération documentaire est due à une non perception des avantages d'une telle coopération pour le centre.

- **HYPOTHESE SPECIFIQUE N°2 :**

La vétusté du fonds documentaire est due au manque de stratégies de renouvellement de ce fonds et de moyens financiers.

- **HYPOTHESE SPECIFIQUE N°3 :**

L'absence d'une stratégie de communication marketing explique le manque de promotion du CIDE à l'endroit des usagers.

Un tableau de bord sera donc élaboré pour mettre en évidence les relations entre les problèmes spécifiques, les objectifs de l'étude ainsi que les hypothèses formulées.

**Tableau 4: Tableau de bord de l'étude**

<b>Niveaux d'analyse</b>	<b>Problématique</b>	<b>Objectifs</b>	<b>Causes</b>	<b>Hypothèses</b>	
<b>Niveau général</b>	(problème général) Inexistence d'un plan marketing au CIDE	(objectif général) définir des stratégies pour une meilleure visibilité du CIDE	-	-	
<b>Niveaux spécifiques</b>	<b>1</b>	Absence de coopération documentaire entre le centre et d'autres organes	montrer l'importance de la création de coopération entre le centre et d'autres organes	la non perception des avantages de la coopération pour le service d'information	L'absence de coopération entre le centre et d'autres organes est due à une non perception des avantages d'une telle coopération pour le centre
	<b>2</b>	Vétusté du fonds documentaire	déterminer des stratégies de renouvellement du fonds documentaire	manque de stratégies de renouvellement du fonds et de moyens financiers	La vétusté du fonds documentaire est due au manque de stratégies de renouvellement de ce fonds.
	<b>3</b>	Manque de promotion et de politique de communication du centre	examiner les composantes d'une politique de communication marketing pour le CIDE	l'absence d'une stratégie de communication marketing	L'absence d'une politique de communication marketing explique le manque de promotion et de politique de communication pour informer les usagers sur le centre

---

### **III. Revue de la littérature**

Selon le petit Larousse, le marketing est un ensemble des actions coordonnées (études de marché, publicité, promotion sur lieu de vente, stimulation du personnel de vente, recherche de nouveaux produits etc.) qui concourent au développement des ventes d'un produit ou d'un service.

Il désigne également selon le Mercator l'effort d'adaptation des organisations à des marchés concurrentiels pour influencer en leur faveur le comportement de leurs publics, par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents. On le définit aussi comme une discipline qui cherche à déterminer les offres de biens et services pour satisfaire des attentes des consommateurs, et à favoriser leur commercialisation.

L'introduction de la politique de communication marketing dans les unités documentaires leur serait d'un apport qualitatif car elles représentent d'une façon ou d'une autre des entreprises car l'utilisateur y obtient l'information. Cette politique permettra aux unités d'information d'identifier les besoins de leurs clients, d'y répondre de manière rentable et ainsi de les fidéliser.

Plusieurs auteurs ont souligné l'importance de l'introduction du marketing et ont affirmé qu'il est indispensable de nos jours à tout système d'information qui veut jouer entièrement son rôle dans la satisfaction des besoins de sa clientèle. A en croire Ingrid TORRES,(2002, pp290-291) « le marketing documentaire est une adaptation de certaines techniques issues de théories marketing à la gestion des services de documentation et d'information dans le but de permettre à l'organisation de s'adapter à son environnement, de connaître ses forces et faiblesses et de mieux répondre aux différentes attentes des usagers. »

---

Philip KOTLER et Bernard DUBOIS (1998) pensent dans *Marketing management* que le marketing est « la science et l'art de choisir ses marchés cibles et obtenir de conserver et de développer une clientèle en créant, délivrant et communiquant de la valeur »

Selon Guy SERRAF (1967.p.41-52) le marketing consiste à détecter, à joindre, à suivre les clientèles et à maîtriser les transformations et les développements de l'environnement. Il est basé sur l'écoute des besoins de la clientèle et sur l'établissement des stratégies permettant de planifier les services répondant à ces besoins. Le marketing apparaît donc comme un outil efficace de gestion qui permettra au centre d'offrir des services de qualité à ses usagers. Il prend en compte tous les aspects et tous les niveaux d'organisation du centre en lui permettant de mieux se gérer pour atteindre son but final qui est la satisfaction des besoins des usagers. En effet, l'approche marketing donne des guides pour améliorer la productivité des SID, renforcer leur compétitivité et surtout leur performance et leur visibilité.

Selon les auteurs Lovelock et Weinberg (1984), l'adoption d'une politique de communication marketing pour toute entreprise passe par trois étapes : la publicité, les relations publiques et les activités de promotion. On parle du mix des communications. Ces activités qui s'inspirent l'une de l'autre contribueront à une meilleure visibilité du CIDE et permettront à la structure documentaire d'être à l'écoute de l'ensemble de ses usagers et de mesurer leurs satisfactions pour enfin effectuer les éventuelles corrections.

C'est un mécanisme économique et social par lequel individus et groupes satisfont leurs besoins et désirs au moyen de la création et l'échange des produits et services. Cette procédure favorise la maximisation de la rentabilité des moyens humains, matériels et financiers mis en œuvre dans un SID.

---

A travers notre thème « *Stratégies pour une meilleure promotion du CIDE du MEHU* » nous pouvons comprendre en regard à tout ce qui précède que le marketing contribuera à l'accroissement de l'efficacité des services offerts par le centre ainsi qu'à sa visibilité.

## **Paragraphe 2 : Choix de la méthodologie de l'étude : méthodes empiriques et approches théoriques**

Nous décrivons dans ce paragraphe la méthodologie que nous avons adoptée pour résoudre les problèmes identifiés. Elle s'articule autour de deux points :

- la méthode empirique
- l'approche théorique

### **I. La méthode empirique**

Elle a d'abord commencé par une observation directe dès notre arrivée dans le centre. Celle-ci nous a permis de faire une photographie instantanée du centre, de connaître ses différents problèmes et de choisir un thème pour notre mémoire. Ensuite nous avons effectué une enquête qui a consisté à recenser des informations chez les usagers et les agents du CIDE. Pour les usagers nous leur avons soumis un questionnaire et avons opté pour un entretien en ce qui concerne les agents du CIDE. Enfin la recherche documentaire nous a permis de mieux développer notre sujet. Elle a été effectuée sur Internet et à travers la consultation des ouvrages à la Bibliothèque Patrick VIEYRA de l'ENAM, des documents juridiques comme les décrets et arrêtés et d'autres ressources documentaires ayant abordé la question de marketing dans les centres de documentation.

---

## **II. L'approche théorique**

Pour nous assurer de la véracité des hypothèses émises plus haut nous avons fait des investigations. Nous avons donc ciblé un échantillon d'usagers (16 usagers) auquel nous avons distribué des questionnaires lesquels ont fait l'objet de dépouillement et d'analyse après leur récupération.

### **Section 2 : Collecte et analyse des données**

#### **Paragraphe 1 : Mobilisation, dépouillement et présentation des données.**

Dans le but d'obtenir des informations très pertinentes relatives à la politique marketing du CIDE et pour enrichir notre mémoire, nous avons élaboré un questionnaire sur la base des problèmes spécifiques identifiés. Ce questionnaire a été distribué aux usagers externes du centre. Pour ce qui est des agents du centre, un guide d'entretien comportant des questions a été élaboré pour nous permettre d'échanger avec eux. Cela a consisté dans un premier temps en une prise de rendez-vous ; ensuite nous leur avons expliqué le bien-fondé de cette enquête ainsi que son importance pour notre mémoire et dans un troisième temps nous avons procédé au questionnement.

Mais il faut noter que la principale difficulté qui explique les limites de ces informations réside dans la réticence des agents du CIDE à répondre à nos questions. Quant aux limites des données recueillies, elles sont inhérentes à la qualité et à la fiabilité des informations obtenues. Elles sont aussi liées au facteur temps.

### Analyse et présentation des données

Nous présenterons et analyserons les résultats des enquêtes réalisées en tenant compte de chaque problème spécifique.

**Tableau 5: Connaissance de l'existence du CIDE**

<b><u>Question</u></b> : Avez-vous connaissance de l'existence du Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement ?		
Réponses	Effectif	Pourcentage
Oui	7	43,75%
Non	9	56,25%
Total	16	100%

Source : enquête réalisée

A travers ce tableau nous pouvons comprendre que le Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement n'est pas connu des populations de Cotonou. Il se pose donc un problème de promotion du centre

**Tableau 6: Découverte du CIDE**

<b><u>Question</u></b> : Comment l'avez-vous découvert ?		
Réponses	Effectif	Pourcentage
Médias	00	00%
Amis	05	31,25%
Hasard	09	56,25%
Autres	02	12,50%
Total	16	100%

Il ressort des réponses recueillies que la majorité des usagers (56,25%) ont découvert le centre par hasard. A ce niveau, il se pose encore le problème de promotion du centre.

**Tableau 7: Appréciation de l'accueil du personnel**

<b>Question</b> : Comment trouvez-vous l'accueil du personnel ?		
Réponses	Effectif	Pourcentage
Satisfaisante	13	81,25%
Peu satisfaisante	03	18,75%
Pas satisfaisante	00	0%
Total	16	100%

Source : enquête réalisée

Les résultats de ce tableau montrent que les usagers sont pour la plupart satisfaits même s'il reste des efforts à fournir pour combler les attentes du pourcentage qui estime que l'accueil est peu satisfaisant.

Questions : Quelles activités souhaiteriez-vous voir le centre organiser ? Ne pensez-vous pas qu'il serait utile d'organiser des activités au sein du centre?

Diverses réponses ont été obtenues chez les usagers. Les uns suggèrent des ateliers d'animations littéraires, les autres des conférences débats sur les questions de l'environnement, de l'habitat et de l'urbanisme. D'autres encore voudront bien que le centre organise des jeux de génies en herbe pour la culture. Les agents du centre pensent eux aussi qu'il serait vraiment utile d'organiser des activités au sein du centre mais soulèvent aussitôt quelques difficultés qui entravent cette initiative. On déduit donc que le centre doit innover en insérant dans son programme l'organisation d'activités culturelles pour ses usagers car leurs besoins changent avec le temps.

---

Question : Selon vous est-il utile d'adopter une politique de communication externe pour mieux informer les usagers ?

A ce niveau les usagers ainsi que les agents du CIDE ont affirmé qu'il est nécessaire d'adopter cette politique pour informer le public de l'existence du centre.

Question : Au cours de notre stage, nous avons constaté que certains documents sont très vieillissants. A quoi cela est-il dû ?

Cette question a été posée à l'endroit des agents du centre. Il ressort que cela est dû surtout à un manque de moyens financiers et de stratégies pour un renouvellement du fonds. Il faut aussi dire que cela a pour cause la non perception de l'importance de la documentation.

Question : Que suggérez-vous pour une meilleure satisfaction de vos besoins ? Que suggérez-vous pour une meilleure satisfaction des usagers ?

Les usagers déplorent surtout le fait que le centre n'organise pas d'animations culturelles à leur endroit. Ils souhaiteraient qu'il fasse plus de promotion et de publicité pour améliorer sa visibilité car la question de l'environnement est cruciale de nos jours. Ils souhaiteraient aussi que le centre autorise le prêt à domicile dans les services qu'il offre.

---

## **Paragraphe 2 : Vérification des hypothèses et établissement du diagnostic**

Il sera question dans ce paragraphe de vérifier les hypothèses que nous avons émises plus haut en les confrontant aux résultats obtenus après les enquêtes réalisées.

### **I. Vérification des hypothèses**

#### **➤ VERIFICATION DE L'HYPOTHESE N°1**

Hypothèse 1 : L'absence d'un réseau de coopération documentaire est due à une non perception des avantages d'une telle coopération pour le centre

Validation : De notre entretien avec les responsables du CIDE, il ressort que l'inexistence de coopération relève de l'ignorance de son importance, des avantages qu'elle pourrait offrir au CIDE. Ce qui nous a permis de vérifier notre première hypothèse.

#### **➤ VERIFICATION DE L'HYPOTHESE N°2**

Hypothèse 2 : La vétusté du fonds documentaire est due au manque de moyens financiers et de stratégies de renouvellement de ce fonds.

Validation : Suite à l'entretien que nous avons eu avec les agents du centre d'information et de documentation sur l'environnement, nous remarquons que la vétusté du fonds documentaire de ce centre est liée au manque de stratégies de renouvellement de fonds et faute de moyens financiers. Ainsi notre hypothèse est validée.

---

➤ **VERIFICATION DE L'HYPOTHESE N°3**

Hypothèse 3 : L'absence d'une politique de communication marketing explique le manque de promotion et de politique de communication pour informer les usagers sur le centre

Validation : L'analyse nous révèle que le manque de promotion du centre est la conséquence de l'absence d'une politique de communication-marketing; car plusieurs personnes affirment ne pas connaître le CIDE. Quant à ceux qui le connaissent, ils pensent qu'il faut introduire une politique de communication- marketing qui le rendrait plus visible et suggèrent que le centre organise des animations culturelles. Ainsi nos enquêtes nous ont permis de valider notre troisième hypothèse.

Nous passerons donc à la phase d'établissement du diagnostic étant donné que toutes nos hypothèses sont vérifiées.

## **II. Etablissement du diagnostic**

### **DIAGNOSTIC N°1**

La cause majeure de l'absence d'un réseau de coopération documentaire est la non connaissance et l'ignorance de l'importance et des avantages d'une telle coopération pour le CIDE.

### **DIAGNOSTIC N°2**

La vétusté du fonds documentaire est due au manque de crédit et de stratégies pour renouveler le fonds documentaire.

### **DIAGNOSTIC N°3**

L'absence d'une politique de marketing est la cause majeure du manque de promotion du Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement.

Les diagnostics ainsi établis, nous proposerons donc des approches de solution et les conditions de leurs mises en œuvre pour améliorer les taux de satisfaction des usagers, de fréquentation du centre et sa visibilité dans l'environnement externe.

***CHAPITRE DEUXIEME :***

***APPROCHES DE SOLUTIONS ET  
CONDITIONS DE LEUR MISE EN  
OEUVRE***

---

## **Section 1 : Approches de solution**

### **Paragraphe 1 : Approches de solutions aux problèmes N°1 et N°2**

Il serait bon de rappeler au prime abord les problèmes n°1 et n°2. Il s'agit en effet des problèmes relatifs à :

- l'absence de coopération entre le centre et d'autres organes
- la vétusté du fonds documentaire

L'information et la documentation sont des concepts inséparables. L'une ne pouvant être détachée de l'autre, elles constituent toutes des ouvertures sur le monde. Si le CIDE veut diffuser de la bonne information et disposer d'une bonne documentation, il faut qu'il assure des relations de coopération, de partenariat avec des structures ayant les mêmes priorités que lui, que ce soit sur le plan local, régional, national et même international. Chaque SID est unique ; si chacun a le souci de proposer une pluralité d'activité et d'information, c'est à travers un réseau d'unités documentaires qu'elles peuvent être plus fortes grâce à une mise en commun de leurs expertises et de leurs ressources. Cette maxime de Michel Melot le confirme si bien « Aucune bibliothèque n'est auto suffisante. Dès lors que la bibliothèque est conçue et gérée comme un ensemble éternellement incomplet, la coopération entre bibliothèque n'est plus un service supplémentaire ni un palliatif à une situation défectueuse mais un mode d'existence normal de toute bibliothèque qui doit être intégré à sa conception et prévue dans ses règles de fonctionnement.» Ainsi toute unité documentaire doit avoir la culture de coopération. Ces relations l'aideront non seulement à renouveler et à accroître son fonds documentaire mais lui assureront aussi un avenir bien prometteur. Un des avantages de ces

---

relations de partenariat pourrait aussi être d'aider le centre à résoudre le problème relatif à l'absence de crédit pour sa gestion.

## **Paragraphe 2: Approches de solutions au problème N°3**

### **I. Approches de solutions**

Il s'agit du problème relatif au manque de promotion et à l'absence de politique de communication-marketing pour rendre plus visible le CIDE. En effet, pour pallier ce problème qui apparaît comme le principal, nous proposons l'adoption d'une politique de communication-marketing. Les composantes de cette procédure sont la publicité, les relations publiques et la promotion.

Définie comme l'ensemble des techniques de communication directe avec le marché, la publicité est la première action et la plus visible de cette procédure. Elle consistera pour le CIDE de planifier une bonne politique de publicité à l'endroit des professionnels des médias et prendra en compte les points suivants : la détermination des objectifs, la définition d'un budget et le choix des médias. Le centre pourrait également confectionner des affiches, des prospectus ou des dépliants et qu'il distribuera à chaque occasion.

La seconde action à entreprendre dans la procédure de la communication-marketing est celle relative aux relations publiques. Contrairement à la publicité, celles-ci regroupent toutes les techniques de communication indirecte avec le marché. Il s'agit ici de préparer le terrain pour la communication en organisant des événements, des communiqués de presse ; tisser des relations avec des autorités politico-administratives. Les relations publiques ont pour objectif la compréhension par le marché, et non la manipulation comme on pourrait le croire. Si le public perçoit

---

favorablement un organisme, il sera plus facile de l'amener à en utiliser les services.

La troisième et dernière action à entreprendre dans cette procédure de communication-marketing est celle relative aux activités de promotion du centre. Ce sont les activités spéciales organisées dans le but de soutenir les efforts de la publicité. Ces activités sont subdivisées en trois catégories par Chirouze. On distingue :

- ⇒ les activités de promotion par le prix qui permettent d'accorder des tarifs réduits à l'utilisateur pendant une période donnée ou en fonction de conditions particulières.
- ⇒ Les activités de promotion par le jeu. Elles consistent à stimuler l'utilisation ou la fréquentation du service à l'aide de concours ou d'expositions. Les activités de promotion par l'objet qui consistent en la distribution d'objets comme les stylos, les tee-shirts, les crayons etc.

Le marketing documentaire est non seulement la conception de produits ou services qui s'adaptent bien aux besoins de la clientèle visée, mais encore la qualité de la présentation, du plaisir des lieux, l'ergonomie du travail et le souci de l'attractivité. La préoccupation des agents du CIDE ne doit donc plus se limiter à la simple diffusion de l'information mais aussi à la promotion du centre, des possibilités qu'il offre et de ses spécificités. Ils devront donc faire preuve de volonté et d'ambitions.

Enfin, nous ne pouvons pas parler de marketing sans penser à la mise en place d'un dispositif de contrôle. Il faut vérifier l'efficacité du centre et s'assurer que tous les objectifs ont été atteints. Cette procédure passe par la détermination d'indicateurs de gestion et par la mise en place d'instruments statistiques pour mesurer les services rendus aux usagers.

---

## **II. Quelques exemples d'activités promotionnelles menées au CIDE**

Toujours dans le but d'améliorer la visibilité du Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement, nous avons mené certaines activités au sein du centre pour montrer que l'adoption d'une politique de communication-marketing serait d'un apport qualitatif pour cette unité documentaire.

La première action a consisté en une exposition de livres après une conférence organisée à l'occasion de la journée nationale du braconnage et de la protection de la faune. Une quinzaine de cadres du ministère spécialistes en protection de la faune y ont participé. Nous avons donc profité pour collecter leurs adresses électroniques, lesquelles nous avons utilisées plus tard pour faire de la diffusion sélective de l'information. A la suite de cette première activité, les agents du ministère qui y étaient ont pris conscience du rôle important que joue le centre de d'information et de documentation. Le CIDE doit donc de façon trimestrielle ou à l'occasion des journées mondiales de l'environnement, de l'habitat etc. faire des expositions de livres, de photos, de posters. Selon Roland Schaer « L'exposition est un autre livre qui met le livre à l'épreuve et le savoir ne vient pas forcément de la sagesse des anciens » Qu'elles soient traditionnelles ou virtuelles, les expositions offrent toujours l'occasion de montrer les pièces d'un fonds mais aussi de restituer par un parcours scénographié un univers de création, une époque, l'évolution d'un artiste, la vie politique d'un homme. Les expositions sont aussi un moyen de vulgarisation scientifique et de communication, une démarche de recherche dont la méthodologie et le résultat peuvent être explicités dans un catalogue, une plaquette, un dépliant, ou encore une exposition virtuelle. Le

---

bibliothécaire assurera par ce biais une mission fondamentale de transmission et de pédagogie.

Dans la même perspective, nous n'avons pas manqué de faire une liste de quelques institutions avec lesquelles le centre pourrait nouer de plausibles partenariats ; on peut citer entre autres le Fonds Mondial pour l'Environnement (FME), le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), le GTZ ou encore le Centre Technique de Coopération Agricole et Rurale (CTA) : lesquelles coopérations permettront aussi bien d'améliorer la visibilité du centre à l'extérieur que d'instaurer une certaine corrélation relative à l'accès de la documentation. Ensuite, nous avons ensemble avec les usagers du centre, essayé d'identifier les nouveaux besoins relatifs à la documentation ; l'identification faite sera ensuite envoyée aux responsables hiérarchiques pour analyse afin de les satisfaire autant que faire se peut.

Des discussions ont aussi été menées par rapport au renouvellement du fonds documentaire, dont la vétusté est un handicap à la promotion du centre et un appel aux partenaires extérieurs a été la solution la plus enregistrée. De ce fait, des actions allant dans ce sens seront faites plus tard.

### **III. Approches de solutions aux autres problèmes**

Nous proposerons également quelques solutions pour les autres problèmes qui n'ont pas été pris en compte dans notre problématique.

#### **Problème du manque de personnel et surtout de spécialiste**

Le CIDE, pour son développement doit disposer également d'agents compétents et de professionnels. Nous suggérons donc la politique du management des ressources humaines comme dans les grands centres de

---

documentation ou dans les entreprises. En effet, des circonstances particulières ne permettent pas à tout organisme d'appliquer cette politique, mais il serait utile qu'il s'en inspire. Un recrutement de spécialistes est donc nécessaire.

### **Problème du vieillissement du matériel informatique**

Tout le monde est conscient de l'impact de l'informatique sur les pratiques documentaires. La documentation est aujourd'hui plus que par le passé un alliage de technologie et d'intelligence. Il faut donc une remise à neuf de ces outils car ils constituent des moyens puissants à la découverte des potentialités de la documentation et des ses méthodes et captivent assez largement les jeunes générations.

### **Problème de l'absence de service d'orientation pour les usagers**

Pour juguler ce problème nous proposons dans un premier temps la mise en place de ce service qui sera bien localisé, doté d'une indication et très accessible. Le centre pourrait également élaborer un guide qui renseignera les usagers aussi bien sur les différents compartiments du centre que sur leurs intérêts.

## **Section 2 : Conditions de mise en œuvre des solutions proposées**

### **Paragraphe 1 : Recommandations**

Pour une effectivité des solutions proposées, nous recommandons aux responsables du CIDE de faire preuve de volonté et de prendre conscience de l'importance du centre; ils doivent également entreprendre des démarches à l'endroit des autorités administratives du

---

MEHU pour l'obtention de leur adhésion au projet ; ils doivent veiller à l'amélioration des conditions de travail comme à l'amélioration de la compétence de son personnel en élaborant par exemple un programme de renforcement des capacités du personnel ou en recrutant du personnel qualifié.

Quant aux autorités du MEHU, elles doivent reconnaître au CIDE une place de valeur étant donné que c'est la seule unité documentaire qui renseigne de façon plus détaillée sur la question de l'environnement et qu'il joue ainsi un rôle important dans le développement du ministère. Elles doivent également lui allouer des ressources financières et matérielles suffisantes pour sa gestion et surtout prendre toutes les dispositions pour renforcer l'effectif du personnel du centre.

## **Paragraphe 2 : Tableau récapitulatif de l'étude**

Dans ce tableau, nous présenterons les différents points qui ont fait l'objet de notre étude. Il s'agit en effet des problèmes spécifiques, des objectifs, des causes et diagnostic ainsi que des solutions proposées pour éradiquer les problèmes.

**Tableau n°8 : Tableau récapitulatif de l'étude**

Niveaux d'analyse		Problématique	Objectifs	Causes et Diagnostic	Solutions
Niveau général		(problème général) Inexistence d'un plan marketing au CIDE	(objectif général) définir des stratégies pour une meilleure visibilité du CIDE	-	-
Niveaux spécifiques	1	Absence de coopération documentaire entre le centre et d'autres organes	montrer l'importance de la création de coopération entre le centre et d'autres organes	L'absence de réseau de coopération documentaire serait due à une non perception des avantages d'une telle coopération pour le CIDE	assurer des relations de coopération, de partenariat avec des structures ayant les mêmes priorités que le CIDE ; ce qui lui permettrait de renouveler et d'accroître son fonds documentaire
	2	Vétusté du fonds documentaire	Déterminer des stratégies de renouvellement du fonds documentaire	La vétusté du fonds documentaire serait due au manque de stratégies de renouvellement de ce fonds.	
	3	Manque de promotion et de politique de communication du centre	examiner les composantes d'une politique de communication marketing pour le CIDE	L'absence d'une politique de communication marketing expliquerait le manque de promotion et de politique de communication pour informer les usagers sur le centre	adopter une politique de communication-marketing au CIDE afin de le rendre plus visible, plus compétitif et d'augmenter son taux de fréquentation par les usagers

# CONCLUSION GENERALE

---

L'importance de la question de l'environnement de nos jours n'est plus à démontrer. L'environnement est nécessaire pour toute vie sur terre. Si notre environnement est détruit ou dégradé, il devient impossible de se nourrir, de respirer et de boire ; en un mot impossible de vivre. Même des variations subtiles de l'environnement peuvent avoir des conséquences catastrophiques pour les formes de vies qui lui sont spécifiques car d'une manière générale, plus une espèce est adaptée à un environnement, plus elle lui est dépendante. Le Ministère de l'Environnement de l'Habitat et de l'Urbanisme s'est doté d'un service de documentation qui est confronté à de nombreux problèmes qui entravent son bon fonctionnement. Le problème général qui a retenu notre attention est celui de la mauvaise politique de promotion et de perfectionnement du centre. Dans le but donc d'y remédier nous avons proposé des solutions. Elles prennent en compte :

- assurer des relations de coopération, de partenariat avec des structures ayant les mêmes priorités que le CIDE ; ce qui permettrait au centre de renouveler et d'accroître son fonds documentaire
- adopter une politique de communication-marketing au CIDE afin de le rendre plus visible, plus compétitif et d'augmenter son taux de fréquentation par les usagers

Toutefois ces solutions que nous avons proposées ne permettront une bonne gestion du centre que si leur mise en œuvre intègre les recommandations qui les accompagnent. Elles interpellent vivement les autorités du MEHU et les responsables du centre.

---

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

AGBIDINOUCOUN, S. M. (2010) : « *Contribution à l'élaboration d'une stratégie marketing de la médiathèque du CCC* », ENAM cycle I, Abomey-Calavi.

AMADOU, A. B. (2011) : « *Contribution à l'informatisation du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

**Décret N° 91-176** portant composition du premier gouvernement de l'ère du renouveau démocratique ;

**Décret N° 2006 - 178** du 8 avril 2006 portant composition du gouvernement ;

**Décret N° 2006 – 460** du 7 septembre 2006 portant attributions, organisations et fonctionnement du Ministère de l'Environnement, de la Protection de la Nature (MEPN) ;

**Décret N° 2007 – 447** du 2 octobre 2007 portant attributions, organisations et fonctionnement du Ministère de l'Urbanisme, de l'Habitat, de la Réforme Foncière et de la Lutte contre l'Erosion Côtière (MUHRFLEC)

DEGILA, M. (2011): « *Contribution à la dynamisation des prestations du CIDE du MEHU* », mémoire Université : ENAM (Bénin).

KOTLER, P. (1999) « Le marketing selon Kotler : comment créer, conquérir dominer un marché »

[www.memoireonline.com/01/08/860/mle-marketing-selon-kotler-créer-conquerir-dominer-marche9.html](http://www.memoireonline.com/01/08/860/mle-marketing-selon-kotler-créer-conquerir-dominer-marche9.html)

KOTLER, P. et DUBOIS, B. (1998) : « Marketing Management »  
[www.merkatik.gestion.com/marketingmanagement/fwlink/61045](http://www.merkatik.gestion.com/marketingmanagement/fwlink/61045)

Larousse(2006) : « **Le Petit Larousse illustré 2007** », Paris.

Robert, Paul (2003) : « **Le Nouveau Petit Robert** », Paris.

SUTTER, E. (1994) « Le marketing des services d'information pour un usage de l'information documentaire », Paris, ESF ; 207p.

# **ANNEXES**

---

**QUESTIONNAIRE ADRESSE AUX USAGERS DU CIDE DU MEHU**

On me nomme Zoufath A. TOUKOUROU. Je suis étudiante en fin de cycle I à l'Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM). Je suis actuellement en stage au Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement (CIDE) pour la rédaction de mon mémoire dont le thème est « Stratégies pour une meilleure promotion du CIDE du MEHU » A cet effet, nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions suivantes qui nous fourniront des données nécessaires. Nous vous rassurons que ces informations resteront confidentielles et vous remercions d'avance pour votre disponibilité et votre collaboration.

**1°) Avez-vous connaissance de l'existence du Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement ?** Oui Non**2°) Comment l'avez-vous découvert ?** Par les médias Par un ami Par hasard Autres

Précisez.....  
.....

**3°) Faites-vous recours au centre pour vos recherches ?** Toujours Souvent Quelques fois

Jamais

**4°) A quelle fréquence venez-vous au centre**

Occasionnellement

Une fois par semaine

Une fois par mois

Une fois par an

Autres

Précisez.....  
.....

**5°) Comment trouvez-vous l'accueil du personnel ?**

Satisfaisante

Peu satisfaisante

Pas satisfaisante

**6°) Quels sont les ouvrages auxquels vous vous intéressez ?**

Monographies

Ouvrages de référence

Revues

Mémoire

Photos

Documents audiovisuels

Rapports

**7°) Arrivez-vous à retrouver facilement les ouvrages que vous recherchez ?**

Oui

Non

Sinon

pourquoi ?.....

**8°) Quelles activités souhaiteriez-vous voir le centre organiser ?**

.....  
.....

**9°) Selon vous est-il utile d'adopter une politique de communication-marketing externe pour mieux informer les usagers ?**

Oui

Non

Sinon pourquoi ?

**10°) Que suggérez-vous pour une meilleure satisfaction de vos besoins ?**

.....  
.....  
.....

Merci d'avoir répondu aux questions !!!!

---

**QUESTIONNAIRE ADRESSE AUX AGENTS DU CIDE**

On me nomme Zoufath A. TOUKOUROU. Je suis étudiante en fin de cycle I à l'Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM). Je suis actuellement en stage au Centre d'Information et de Documentation sur l'Environnement (CIDE) pour la rédaction de mon mémoire dont le thème est «Stratégies pour une meilleure promotion du CIDE du MEHU » A cet effet, nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions suivantes qui nous fourniront des données nécessaires. Nous vous rassurons que ces informations resteront confidentielles et vous remercions d'avance pour votre disponibilité et votre collaboration.

**1°) Depuis quand travaillez-vous dans le ministère ?**

- 1- 5ans
- 5 - 10ans
- Plus de 10ans

**2°) Faites-vous recours au centre pour vos recherches ?**

- Toujours
- Souvent
- Quelques fois
- Jamais

**3°) Au cours de notre stage, nous avons constaté que certains documents sont très vieillissants. A quoi cela est-il dû ?**

- Manque de politique d'acquisition
- Manque de moyens financiers
- Autres

Précisez.....  
.....

**8°) Qu'est ce qui justifie l'absence de partenariat entre le centre et d'autres structures ? Et comment pensez-vous que l'établissement de tels partenariats pourrait impacter le CIDE ?**

.....  
.....  
.....

**5°) Pensez-vous que comme les autres services du MEHU, le CIDE peut jouer ou joue un rôle important dans l'accomplissement des missions de ce ministère**

Oui

Non

**6°) Ne pensez-vous pas qu'il serait utile d'organiser des activités au sein du centre?**

.....  
.....  
.....

**7°)Selon vous est-il utile d'adopter une politique de communication-marketing externe pour mieux informer les usagers ?**

Oui

Non

Sinon pourquoi ?

**8°) Que suggérez-vous pour une meilleure satisfaction des usagers ?**

.....  
.....

Merci d'avoir répondu aux questions !!!!

## TABLE DES MATIERES

<b>INTRODUCTION GENERALE .....</b>	<b>1</b>
<b>SECTION 1: CADRE PHYSIQUE DE L'ETUDE ET OBSERVATIONS DE STAGE .....</b>	<b>5</b>
<i>Paragraphe 1 : Structure organisationnelle du MEHU et du CIDE .....</i>	<i>5</i>
I.    Historique, Mission et Organisation générale du MEHU.....	5
A.    Historique .....	5
B.    Mission.....	6
C.    Organisation générale du MEHU.....	8
II.    Genèse, organisation et fonctionnement du CIDE .....	15
A.    Genèse du CIDE.....	15
B.    Organisation et fonctionnement du centre .....	16
<i>PARAGRAPHE 2 : Observations de stage. ....</i>	<i>20</i>
I.    Inventaire des forces du CIDE .....	20
II.    Inventaire des faiblesses du CIDE.....	20
<b>SECTION 2 : CIBLAGE DE LA PROBLEMATIQUE .....</b>	<b>21</b>
<i>Paragraphe 1 : Choix de la problématique et justification du sujet.....</i>	<i>21</i>
I.    Regroupement des problèmes et détermination des problématiques .....	21
A.    Choix et justification de la problématique .....	23
<i>Paragraphe 2 : Spécification de la problématique et détermination des séquences de résolution</i>	<i>25</i>
I.    Spécification de la problématique .....	25
II.    Détermination des séquences de résolution de la problématique .....	26
<b>SECTION 1 : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE .....</b>	<b>28</b>
<i>Paragraphe 1 : Objectifs de l'étude, Hypothèses et Revue de la littérature .....</i>	<i>28</i>
I.    Détermination des objectifs.....	28
II.    Hypothèses de l'étude et tableau de bord.....	29
III.    Revue de la littérature .....	31
<i>Paragraphe 2 : Choix de la méthodologie de l'étude : méthodes empiriques et approches</i>	<i>théoriques.....</i>
I.    La méthode empirique.....	33
II.    L'approche théorique.....	34
<i>Paragraphe 1 : Mobilisation, dépouillement et présentation des données. ....</i>	<i>34</i>
<i>Paragraphe 2 : Vérification des hypothèses et établissement du diagnostic .....</i>	<i>38</i>
I.    Vérification des hypothèses .....	38
II.    Etablissement du diagnostic .....	39
<b>SECTION 1 : APPROCHES DE SOLUTION .....</b>	<b>42</b>
<i>Paragraphe 1 : Approches de solutions aux problèmes N°1 et N°2 .....</i>	<i>42</i>
<i>Paragraphe 2: Approches de solutions au problème N°3 .....</i>	<i>43</i>
I.    Approches de solutions.....	43

---

II.	Quelques exemples d'activités promotionnelles menées au CIDE .....	45
III.	Approches de solutions aux autres problèmes .....	46
	SECTION 2 : CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE DES SOLUTIONS PROPOSEES .....	47
	<i>Paragraphe 1 : Recommandations</i> .....	47
	<i>Paragraphe 2 : Tableau récapitulatif de l'étude</i> .....	48
	<b>CONCLUSION GENERALE</b> .....	50
	REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....	52
	TABLE DES MATIERES .....	60

