

UNIVERSITE DE YAOUNDE II SOA



UNIVERSITY OF YAOUNDE II SOA

ECOLE SUPERIEURE DES SCIENCES
ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION
ET DE LA COMMUNICATION
(ESSTIC)



ADVANCED SCHOOL OF MASS
COMMUNICATION
(ASMAC)

RAPPORT DE STAGE

STAGE EFFECTUÉ À LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD DU 01^{er} SEPTEMBRE AU 31 OCTOBRE 2022

Présenté pour l'accomplissement partiel des exigences de la Licence en sciences
et techniques de l'information et de la communication

Option : Communication des organisations

Par:

Gertruide KAISLAR

Étudiante en Niveau 3 Communication des organisations

Sous l'Encadrement Professionnel de:

M.MAHAMAT SALEH

Responsable de Communication

Année académique 2021-2022

Date de soumission: Novembre 2022

SOMMAIRE

AVERTISSEMENT	ii
REMERCIEMENTS	siii
LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES	iv
LISTE DES TABLEAUX.....	v
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU CADRE INSTITUTIONNEL DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD	2
CHAPITRE 1 : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD.....	3
SECTION I : HISTORIQUE ET ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ	3
SECTION II : STRATÉGIE D'ENTREPRISE, L'ORGANISATION DE LA STRUCTURE ET LES PRINCIPALES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD	7
CHAPITRE 2 : ETAT DES LIEUX DE LA COMMUNICATION	13
SECTION I : PRÉSENTATION DU SERVICE DE COMMUNICATION DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD	13
SECTION II : PRATIQUES DE LA COMMUNICATION À LA SNE.....	15
D'ÉLECTRICITÉ TCHAD.....	15
DEUXIÈME PARTIE : DÉROULEMENT DU STAGE	23
CHAPITRE 3 : DÉROULEMENT DU STAGE.....	24
SECTION 1 : ACCUEIL ET ENVIRONNEMENT DU STAGE	24
SECTION 2 : ACTIVITES D'APPRENTISSAGES	25
SECTION 3 : ACTIVITÉS EFFECTUÉES	26
CHAPITRE 4 : ÉVALUATION DE STAGE	33
SECTION 1 : APPORT ET DIFFICULTÉS.....	33
SECTION 2 : COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES ACQUISES.....	35
SECTION 3 : OBSERVATION ET SUGGESTIONS	37
CONCLUSION	39
REFERENCES ET BIBLIOGRAPHIES	40
LISTE DES ANNEXES	41
TABLE DES MATIERES	42

AVERTISSEMENT

L'Université de Yaoundé II Soa n'entend donner aucune approbation ou improbation aux opinions contenues dans ce rapport de stage. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

REMERCIEMENTS

Au terme de notre séjour passé au sein de la Société Nationale d'Électricité, il apparaît opportun de commencer ce rapport de stage par des remerciements à ceux qui nous ont beaucoup appris, encouragé, soutenu, motivé tout au long de notre parcours scolaire. Nous pensons premièrement à l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (**ESSTIC**), une école dévouée à l'éducation et au développement des étudiants.

Nous remercions aussi :

- ❖ Le **Pr Alice NGA MINKALA**, Directeur de l'**ESSTIC** pour son encadrement et son dévouement au bien être des étudiants ;
- ❖ Le chef de département de la filière communication des organisations, **Dr Alain ASSOMO**, pour son accompagnement ;
- ❖ L'ensemble du personnel enseignant de l'**ESSTIC**, pour la formation et les recommandations qui nous ont été d'une grande utilité ;
- ❖ Le Directeur de la Société Nationale d'Électricité, pour nous avoir permis d'effectuer le stage au sein de son institution ;
- ❖ **M MAHAMAT SALEH**, notre encadreur, Responsable de communication de la SNE, pour son accompagnement et sa formation tout au long de notre stage avec beaucoup de patience et de soutien ;
- ❖ Notre grande famille, père, mère, frères et sœurs pour leurs prières, leur appui moral et financier tout au long de notre formation ;
- ❖ Nos aînés académiques, nos camarades pour leur éternel soutien.

LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

AG : Assemblée Générale ;

ANADER : Agence Nationale d'Appui au Développement Rural

BT : Base Tension

CCCE : Caisse Centrale de Coopération Économique ;

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

EEAEF : Énergie Électrique de l'Afrique Équatoriale Française ;

MINCOM : Ministère de la Communication

MCT : Manufacture du Cigarette du Tchad ;

ONG : Organisation Non Gouvernementale

PCMT : Président du Conseil Militaire de Transition ;

RCA : République Centrafricaine ;

SNE : Société Nationale d'Électricité ;

SEEE : Société Équatoriale d'Énergie Électrique

SHB : Société Hydraulique Bouali

STEE : Société Tchadienne d'Eau Électrique ;

STEE : Société Tchadienne d'Eau et d'Électricité

STE : Société Tchadienne d'Eau

SA : Société Anonyme

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1:Fiche signalétique de la SNE TCHAD.....	6
Tableau 3: médias, supports, outils.....	20

INTRODUCTION

Parvenue au terme de notre de formation à l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ESSTIC), chaque étudiant en Licence 3, est appelé à effectuer un stage de participation au sein d'une organisation de son choix. Ce stage d'une durée de trois (03) mois, permet à l'apprenant de s'intégrer complètement dans la vie de l'entreprise et de se confronter à la réalité du terrain. Il devra également apporter un plus à sa structure d'accueil. Cette phase pratique de notre formation vient en complément à la phase théorique qui se manifeste par des enseignements reçus en classe. Ainsi, nous avons effectué ce stage dit, « stage de participation » au service de communication de la Société Nationale d'Électricité Tchad pendant la période allant du 1^{er} Septembre au 31 Octobre 2022. Situé au quartier résidentiel, dans le 1^{er} Arrondissement de la ville de Moundou, capitale économique du Tchad, SNE Tchad est une société anonyme, qui a pour cœur de métier, la production, le transport, la distribution et la commercialisation de l'énergie sur l'entendu Nationale. Durant notre séjour dans cette structure, nous avons pu toucher du doigt les réalités du monde professionnel tout en mettant en pratique les acquis théoriques promulgués dans le cadre du métier de la communication. Ainsi, en vue de rendre compte de manière fidèle et analytique les activités menées au sein de la SNE Tchad, nous avons structuré notre travail en trois parties que sont : la présentation du cadre institutionnel de l'organisation(I), le déroulement du stage(II) et l'évaluation du stage(III).

PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU CADRE INSTITUTIONNEL DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD

Nous présenterons dans cette première partie, la Société Nationale d'Électricité Tchad dans sa généralité et l'état des lieux de la pratique de la communication au sein de ladite entreprise.

CHAPITRE 1 : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD

Le présent chapitre dans lequel nous présenterons la Société Nationale d'Électricité dans sa généralité, est constitué de deux sections. L'une porte sur l'historique et évolution de la SNE en passant par son identité visuelle et l'autre aborde sa stratégie d'entreprise, son organisation ainsi que ses principales activités.

SECTION I : HISTORIQUE ET ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ

Cette section présente de manière détaillée l'historique et évolution de la Société Nationale d'Électricité Tchad.

I. HISTORIQUE DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD

Connu sous le nom d'EEAEF, la Société Nationale d'Électricité a subi à plusieurs reprises de transformation et de restructuration ; la dernière est celle du 03 Avril 2010. Elle était au départ la société de l'Énergie Électrique de l'Afrique Équatoriale Française (EEAEF). Créée en Avril 1949 à Brazzaville au Congo, l'EEAEF avait pour objectif, la production, le transport et l'utilisation de l'énergie électrique.

Suite à une Assemblée générale extraordinaire, l'EEAEF a procédé à une nouvelle dénomination et devient SEEE (Société Équatoriale d'Énergie Électrique).





Très rapidement, la République du Congo et le Gabon se dotent chacun d'une Société d'Eau et d'Électricité, le Tchad et la RCA décident par la suite de créer à leur tour une entreprise autonome d'Énergie.

Les Assemblées Générales extraordinaires successives du 12 et 24 décembre 1968 accordent à chaque pays l'ensemble de biens, des droits et obligations relatifs aux exploitations de l'énergie à des sociétés nouvellement créées. C'est dans cette optique que la Société Hydraulique Bouali (SHB) était créée pour la RCA et la Société Tchadienne d'eau et d'électricité (STEE) pour le Tchad. La STEE avait pour mission la production, le transport, la distribution d'eau et d'électricité sur le territoire Tchadien. Cette nouvelle entreprise commença ses activités avec le fond de 238 millions CFA souscrit par la STEE et l'État Tchadien.

Dès 1974, l'État Tchadien et la STEE envisagent une fusion de la société et les régies d'eau et d'électricité pour simplifier et rendre plus efficace la gestion d'eau et d'électricité dans le Pays. Mais, c'est seulement le 01 Novembre 1983 que le projet de fusion devient collectif. Le 28 Septembre 1985, la Société Tchadienne d'Énergie Électrique prend officiellement le nom de la Société Tchadienne d'Eau et d'Électricité.

La STEE de N'Djamena et les régies d'eau et d'électricité des provinces mettent en commun leur système de gestion qui était jusque-là autonome dans chaque centre. La nouvelle entreprise a vu son capital passé de 238 millions à 4 989 490 000 FCFA, reparti entre l'État Tchadien (81,3%) et la Caisse Centrale de Coopération Économique (CCCE), 18,7%. la STEE jouit d'un monopole de production, de transport, de distribution et de l'utilisation de l'énergie électrique et de l'eau dans tout l'entendu du territoire Tchadien depuis 1985 jusqu'au 03 Avril 2010 où, s'est tenue une assise par le Conseil d'Administration de la STEE, ce qui entrainera la scission en SNE (Société Nationale d'Électricité) et la STE (Société Tchadienne d'Eau). Ainsi, devenue une société opérante uniquement

dans l'énergie, la SNE a un capital d'un milliard de FCFA et sa mission consiste à la réalisation et l'exploitation des ouvrages nécessaires à la production, le transport, la distribution et la commercialisation de l'électricité sur le plan national. Contrairement à la STE, la SNE est présente dans 14 villes du Tchad notamment : N'Djamena, Moundou, Doba, Sarh, Abéché, Koumra, Bongor, Massaguet, Massakory, Bol, Mao, Faya, Biltine et Amdjaras. La société nationale d'électricité compte quatre exploitations, notamment :

-  Exploitation de N'Djamena
-  Exploitation de Moundou
-  L'exploitation de Sarh
-  Exploitation de Abéché.

2. STATUT JURIDIQUE DE LA SNE

La SNE est une société Anonyme (SA) avec un capital de 1 000 000 000, constituée des actions réparties entre les actionnaires. Officiellement, la SNE est régie par la loi du 24 Juillet 1866 complétée par l'ordonnance **006/PR/84** du 12 Avril 1984 et inscrite au registre de commerce sous le **n°9/B/85**. Son siège social est situé à N'Djamena.

II. IDENTITÉ VISUELLE

1. Présentation du logo

Le logo de la SNE est constitué des initiales du nom de la Société, « SNE » qui, signifie **Société Nationale d'Électricité** et un symbole en rouge est placé juste au-dessus de la lettre N, qui renvoie à la puissance électrique. Ce symbole permet d'identifier rapidement l'activité de l'entreprise. Écrit uniquement en bleu, le logotype de la SNE est classé parmi les logos du type monogramme associé à un symbole.

2. Fiche signalétique


Nom de l'entreprise	Société Nationale d'Électricité (SNE)
Statut juridique	Société Anonyme
Directeur général	Nathaniel DOLMIAN
Siège social	N'Djaména
Année de création	1949
Capitale	4 989 490 000 FCFA
Boîte postale	BP : 816
Téléphone	+235 66 52 23 42
Fax	+235 22 52 17
Mail	sne@gmail.com
Activités	Production, transport, distribution et commercialisation de l'énergie
Logo	
Couleurs	Bleu, jaune et rouge

Tableau 1: Fiche signalétique de la SNE TCHAD

Source : Auteure du document

SECTION II : STRATÉGIE D'ENTREPRISE, L'ORGANISATION DE LA STRUCTURE ET LES PRINCIPALES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD

Dans cette section, nous présenterons tour à tour, la vision, les missions, les objectifs et les valeurs de la Société Nationale d'Électricité, son organisation ainsi que ses principales activités.

A. STRATÉGIE D'ENTREPRISE

1) Vision

Force motrice du secteur électrique, la SNE Tchad a pour vision, fournir une énergie fiable et offrir un service de qualité à l'ensemble de ses clients.

2) Missions

- ❖ Répondre à la demande croissante en électricité tout en fournissant une énergie fiable et sécurisée ;
- ❖ Offrir un service de qualité et faciliter l'accès à l'électricité au plus grand nombre ;
- ❖ Dynamiser la relation client par des innovations et des expériences positives ;
- ❖ Protéger le public à travers la sensibilisation sur les dangers du courant électrique ;
- ❖ Recherche en permanence de l'excellence en tirant les leçons de nos expériences.

3) Objectifs

L'objectif général de la Société Nationale d'Électricité est d'accroître l'accès à l'électricité de 6 à 50% dans les huit prochaines années et de permettre ainsi à tous les tchadiens d'avoir accès à l'électricité.

4) Valeurs

Dans le cadre de ses interactions avec ses clients et ses parties prenantes, la SNE travaille au quotidien au service de la population Tchadienne. Les principales valeurs de la SNE sont :

- ❖ **Engagement** : être mobilisé et animé d'une force positive pour travailler avec dévouement et professionnalisme, en mettant le client au centre de nos priorités ;
- ❖ **Intégrité** : le fil conducteur de toutes nos activités. Elle commence par l'implication de tout le personnel et parties prenantes de la SNE ;
- ❖ **Respect** : travailler chez la SNE, c'est respecté la biodiversité, les sensibilités, les points de vue, les services acteurs et en tirer l'énergie pour construire le présent avec optimisme et l'avenir avec audace.
- ❖ **Cohésion** : pour réussir, la SNE doit mobiliser l'ensemble de son corps social dans un même esprit d'équipe afin de faire de nos activités une source durable de progrès pour notre pays et d'épanouissement pour notre personnel.

B. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA STRUCTURE

Dans sa politique de fonctionnement, la SNE souhaite faire du Tchad un pays indépendant en électricité. De ce fait, il a implanté et installé ses branches dans les quatre principales villes du Tchad et d'autres villes à savoir : N'Djamena, Abéché, Moundou et Sarh. La Société Nationale d'électricité fournit d'énorme effort au quotidien pour faire du Tchad, un pays totalement éclairé. C'est dans ce sens qu'elle a mis sur pied le projet « électricité à gaz ». Pour atteindre son objectif principal, elle dispose en son sein plusieurs services notamment :

1) Le Service central

Dans l'objectif de satisfaire les consommateurs, le service central produit en quantité importante l'électricité et assure la distribution de celle-ci. Le service

central exerce son activité grâce à des équipements adéquats (groupe électrogène). Ce service est dirigé par un chef de service, communément appelé Chef central. Ce dernier est accompagné des agents.

2) Le Service réseau

Dirigé par un contremaître, le service réseau gère la distribution de l'énergie de la société en suivant les démarches des clients qui sont adressés. Le service central produit une quantité importante de l'énergie et le service réseau assure la distribution. Après le devis, le service électricité assure les travaux d'installations, de devis, de branchement, ainsi que le nettoyage du compteur.

3) Le Service de communication

Dirigé par Monsieur MAHAMAT SALEH, le service de communication de la SNE Tchad est chargé de :

- ❖ Valoriser l'image et les performances de l'organisation ;
- ❖ L'organisation et la participation aux réunions ;
- ❖ L'élaboration des comptes rendus et des rapports ;
- ❖ La gestion des relations presses ;
- ❖ Fédérer les collaborateurs autour d'objectifs clairs et mobilisateurs ;
- ❖ Accompagner et assister les autres services dans leurs tâches particulières en cas de nécessité ;
- ❖ L'organisation et la réalisation des conférences et des formations ;
- ❖ La mise en œuvre des événements liés à l'entreprise, etc.

4) La Mission de recouvrement

Le service de recouvrement est dirigé par un chef de service. Ce dernier veille à ce que : les quittances soient payées, tous les clients soient identifiés, qu'il n'y ait plus de fraude d'électricité dans les quartiers et que certains clients respectent aussi leurs engagements.

5) Le Service des ressources humaines

Agissant en collaboration étroite avec le service de comptabilité, le service administratif, s'occupe de la gestion du personnel de ladite société. Il a pour principale rôle de :

- ❖ Coordonner les activités et orienter la réalisation des activités du personnel ;
- ❖ Commander et contrôler la réalisation ;
- ❖ Signer et ordonner le paiement des salariés ;
- ❖ Opérer un suivi sur les travaux réalisés ;
- ❖ Appliquer les règles du droit de travail selon la législation en vigueur ;
- ❖ Promouvoir la sécurité sociale des personnels ;
- ❖ Veiller à une gestion optimale de la carrière du personnel ;
- ❖ Faire respecter le règlement intérieur de la société et le code de déontologie ;
- ❖ Procéder aux formalités de recrutement, d'embauche, de licenciement en respectant le manuel de procédure de la société ;
- ❖ Accorder les congés aux personnels, donner l'autorisation de voyage et accorder l'autorisation pour les cas sociaux ;
- ❖ Signer tous les documents qui sortent de la SNE vers d'autres sociétés.

6) Le Service de comptabilité

Le service de comptabilité est dirigé par un chef comptable. Ce dernier est accompagné de l'assistant comptable et le casier principal. Il a pour objectif d'enregistrer les opérations comptables et financières, décentraliser les données comptables et financières chronologiquement selon la procédure d'encaissement des créances. Le chef comptable gère :

- ❖ Le portefeuille client ;
- ❖ Le magasin.

À travers ces deux services, le comptable a la probabilité de contrôler les entrées et les sorties des stocks. Il travaille en étroite collaboration avec le Chef d'Exploitation tout en respectant l'ordre hiérarchique.

Le service de comptabilité dispose de certaines pièces telles que : les factures clients, fiches de paiement de salaire et la demande de règlement journalier d'encaissement.

C. PRINCIPALES ACTIVITÉS DE LA STRUCTURE

De la Direction Générale aux différents centres d'exploitations provinciales, la SNE réalise trois (03) principales activités à savoir :

1) La production de l'électricité

Pour la production, la SNE dispose plusieurs groupes électrogènes de très bonne qualité et dont l'entretien est assuré par le Chef Central accompagné de ses agents. Parmi ces groupes électrogènes, certains fonctionnent en matinée, d'autres la nuit et quelques-uns en dépannage. Pour assurer le bon fonctionnement de ceux-ci, le carburant est offert par le Gouvernement Tchadien puisque la SNE est une entreprise publique à caractère commercial. En plus du carburant, le Gouvernement offre gratuitement des groupes électrogènes à la société en cas de besoin. C'est le cas d'un groupe électrogène offert par le Président du Conseil Militaire de la Transition (PCMT) il y'a de cela quelques mois. Après la production, l'énergie est transférée dans les postes pour permettre une bonne stabilisation avant la distribution dans la ville pour l'utilisation. Une fois finit la production, le service de distribution, procède à la distribution de l'énergie aux clients qui ont souscrits au service commercial.

2) La distribution de l'électricité

Étant la deuxième activité phare de la société, la distribution est assurée par un chef de service. Il travaille avec une équipe constituée des Techniciens et les physiciens très qualifiés dans le domaine. Le service de production a pour mission d'implanter les poteaux électriques, installer les compteurs chez les

consommateurs qui en font les commandes. Il s'occupe également des coupures et les remises chez les clients qui ne se sont pas acquittés des obligations pécuniaires. Le service de distribution alimente les clients en électricité à travers les postes. Il travaille pour rétablir les câbles brûlés ou les poteaux emportés par le vent. Ceux qui travaillent au service de distribution sont appelés les agents du réseau.

3) La commercialisation de l'énergie

La commercialisation comme son nom l'indique, consiste à mettre à la disposition des consommateurs l'énergie déjà produite au niveau de la centrale. Le service de commercialisation est assuré par le chef commercial, accompagné d'une équipe composée de deux sections à savoir : la facturation et le recouvrement. Ce service a pour rôle d'assurer la gestion de la clientèle et la commercialisation de l'énergie électrique. À côté de la vente principale de l'énergie, la SNE commercialise également les produits tels que : les câbles électriques, les poteaux et bien d'autres.

Chaque consommateur à la SNE reçoit régulièrement à la fin de chaque mois, une facture dont le montant est proportionnel à sa consommation. Ces factures sont établies conformément aux indexes relevés sur les compteurs des clients en présence de ceux-ci. Le paiement se fait à la caisse de la SNE toujours au service commercial.

CHAPITRE 2 : ETAT DES LIEUX DE LA COMMUNICATION

Le présent chapitre portant sur l'état des lieux de la communication comporte deux sections. La première présente le service de communication et ses missions et la seconde aborde la pratique de la communication au sein de la SNE.

SECTION I : PRÉSENTATION DU SERVICE DE COMMUNICATION DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE

On entend par service de communication, toute structure dont les missions convergent vers l'élaboration, la mise en œuvre et évaluation des activités de communication dans une organisation. Il est chargé de concevoir et de coordonner, en liaison avec les différents services d'une organisation, l'ensemble des actions de communication vers les publics, les médias, les partenaires ainsi que les personnels d'une organisation. Au sein de la **SNE**, le service de communication est placé sous la supervision de la Direction Générale et est dirigé par : **M. MAHAMAT SALEH**. Celui-ci assure le bon fonctionnement de la communication sur le plan interne et externe à travers :

- **Les relations presses** : il établit la relation avec la presse en organisant la conférence de presse, point de presse, invitation presse et les communiqués de presse ;
- **L'événementiel** : le service de communication assure la visibilité de l'entreprise lors des événements, organise et planifie les événements en interne et externe (séminaires, conférences, formation des agents, etc.) ;
- **Le digital** : dans l'objectif de valoriser l'image et les performances de la SNE, le service de communication s'occupe de la création de contenu et l'animation du compte Facebook de l'entreprise. Il met également à jour

les informations sur le site internet afin de fédérer les collaborateurs autour de l'objectif clair et mobilisateur de l'organisation ;

Au-delà de ces tâches que nous venons d'énumérer, d'autres tâches sont également assignées au service de communication, notamment :

- Élaboration et mise en œuvre de la stratégie de communication ;
- Conception des supports de communication ;
- Gestion de la boîte e-mail ;
- Organisation et coordination des séances de réunions ;
- Rédaction des comptes rendus ;
- Élaboration des récapitulatifs des travaux hebdomadaires ;
- Gestion des documents administratifs des voyageurs (enregistrement à l'immigration, passeport, carte de séjours etc.) ;
- Gestion permanente de l'image de l'organisation ;
- Rédaction et publication permanente des bulletins d'information ;

Le service de communication de la SNE est également chargé d'assurer le Meet and Greet communication. Il s'agit d'une tâche qui consiste à gérer des activités telles que :

- Réservations des billets d'avion ;
- Réservations d'hôtels ;
- Accueils des voyageurs et transfert de l'aéroport à l'hôtel vice versa ou en ville;

SECTION II : PRATIQUES DE LA COMMUNICATION À LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD

Nous présenterons dans cette section la pratique de la communication interne et externe de la Société Nationale d'Électricité Tchad.

A. LA COMMUNICATION INTERNE

La communication interne est l'ensemble des actions de communications mises en œuvre par une entreprise à destination de ses personnels (les salariées ou employés). La communication interne de la SNE Tchad consiste dans son ensemble à informer les membres de l'organisation, fédérer les collaborateurs autour de l'objectif clairs et mobilisateurs et à développer en eux le sentiment d'appartenance. Au-delà de la transmission des informations, la communication interne a aussi, pour but de favoriser le partage et la cohésion du groupe, d'impliquer et de motiver le personnel et de construire et maintenir les valeurs de l'entreprise.

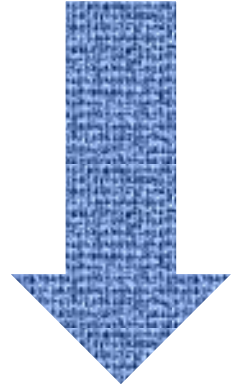
Les cibles de la communication interne de la SNE sont :

- ❖ Les cadres supérieurs ;
- ❖ Les cadres ;
- ❖ Les agents permanents ;
- ❖ Les agents temporaires ;
- ❖ Les techniciens ;
- ❖ Les mécaniciens ;
- ❖ Les releveurs ;
- ❖ Les agents d'entretien ;
- ❖ Les agents de sécurité ;
- ❖ Les stagiaires.

Au sein de la SNE, la communication interne se fait sous trois formes, notamment : la forme **descendante, ascendante et horizontale**.

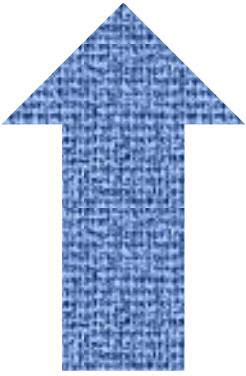
1) La communication descendante (du haut vers le bas)

Généralement appelée la communication « du haut vers le bas », la communication descendante est un système hiérarchique dans lequel les messages sont transmis de la direction aux employés. À la SNE, elle est utilisée par la hiérarchie pour transmettre les informations de la structure vers les subordonnées. Elle a pour but de diffuser les informations réglementaires, de résoudre les conflits internes, d'expliquer les projets à l'ensemble du personnel, de transmettre des consignes ou même diffuser des données opérationnelles. Les outils utilisés par la SNE pour cette forme de communication sont :



- Les notes de services ;
- Tableau d'affichage ;
- Les affichettes ;
- Les rapports d'activité
- Les ordres de mission
- Le mailing ;
- Le phoning ;
- Les séminaires ;
- Les forums ;
- Les réunions d'information
- Les conférences, etc.

2) La communication ascendante (du bas vers le haut)



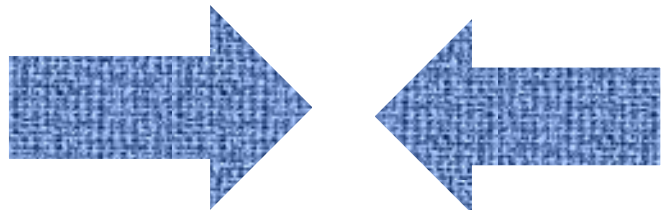
C'est une forme de communication qui provient des salariés pour remonter en direction de la hiérarchie. Au sein de la SNE, cette forme de communication permet d'exprimer les besoins des salariés, exécuter les travaux auprès des dirigeants de l'entreprise. Ainsi, les outils les plus utilisés sont :

- Les notes écrites (lettre de démission, demande d'autorisation, d'explication, etc.) ;
- Les mails ;
- les comptes rendus ;
- les rapports d'activités.

3) La communication horizontale, latérale ou transversale

C'est un échange entre les personnels du même grade. Elle favorise les échanges entre différents acteurs de l'entreprise. Les outils les plus utilisés sont :

- Le téléphone fixe ;
- Les groupes WhatsApp ;
- Le bouche à oreille ;
- Les notes écrites.



Néanmoins, nous avons constaté lors de notre passage à la SNE, qu'il y'a un réel problème de partage d'informations entre les différents services tout comme entre les personnels. Ceci s'explique par le fait que certains employés sont considérés comme des agents temporaires et qu'ils n'ont pas droit à certaines informations de l'entreprise. Seuls les agents permanents ont droit à l'intégralité de l'information en interne. À la SNE, le partage d'information est conditionné par le statut des employés. La Direction des opérations met quelques fois du temps pour faire parvenir des informations auprès du service de la communication. La Société Nationale d'Électricité est beaucoup plus engagée dans la communication

externe que la communication interne. Au détriment d'autre outil de communication interne, les employés privilégient beaucoup plus le bouche-à-oreille.

4) Les supports de communication

En termes de supports de communication, la Société Nationale d'Électricité utilise divers supports tels que : les affiches, les blocs note, les cartes de visite, les banderoles, une plaquette de présentation conçue sous forme de chemise à rabat, un dépliant, les Papiers entête ; etc. En plus de ceux-ci, nous retrouvons également:

- Les stylos,
- Les oriflammes ;
- t-shirts ;
- Les casquettes, etc.

B. LA COMMUNICATION EXTERNE

Elle regroupe l'ensemble des actions de communication misent en œuvre par une organisation pour s'adresser à son public externe. Elle joue un rôle fondamental dans la construction de l'image et la notoriété d'une organisation ou d'une entreprise. C'est suite à des actions de communication externe que les publics cibles forgent leur opinion et leur attitude vis-à-vis de l'entreprise. Il est essentiel qu'une organisation puisse offrir une bonne image basée sur l'expérience, la compétence et l'innovation. À la SNE la communication externe vise à faire connaître l'entreprise auprès des consommateurs, les futurs clients et promouvoir les services de l'entreprise, mettre en avant son image de marque et faire perdurer les relations-clients.

1. Les cibles de la communication externe de la SNE

Les actions de communication en externe de la SNE sont adressées aux :

- Consommateurs (les ménages) ;
- Institutions publiques et parapubliques (MINCOM, ANADER, etc.) ;
- Institutions privées (Moov Africa et Airtel) ;
- Établissements commerciaux ;
- Fournisseurs ;
- Partenaires techniques et financiers ;
- Environnement local ;
- Médias et journalistes.

2. Les moyens médias

Dans la pratique de sa communication, la Société Nationale d'Électricité fait recourt à une multitude de moyens notamment : les moyens médias, hors médias et digitaux. Dans le tableau qui suit, seront répertoriés de manière sommaire les moyens médias et supports les plus utilisés par la SNE Tchad pour communiquer.

Médias	Supports	Outils
Télévision	<ul style="list-style-type: none"> • Électron tv • Télé Tchad 	<ul style="list-style-type: none"> • Film institutionnel • Publireportage • Émission tv
Radio	<ul style="list-style-type: none"> • Fm liberté • Harmonie Fm • Fm Bonne Nouvelle • ONRTV 	<ul style="list-style-type: none"> • Émission radio
Presse écrite	<ul style="list-style-type: none"> • Le progrès 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportage • Interviews

		<ul style="list-style-type: none"> • Communiqués
Affichage	<ul style="list-style-type: none"> • Les affiches, les affichettes, les oriflammes, les banderoles etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tableau d'affichage
Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Page Facebook • Un site web 	<ul style="list-style-type: none"> • Communiqué de presse ; • Post relatifs aux activités de l'entreprise ; • Point de presse

Tableau 2: médias, supports, outils

Source : auteure du document

3. Les moyens hors- médias

a) Le mécénat

C'est une technique de soutien matériel, technique ou financier qu'une entreprise ou une personne physique apporte à un événement sans contrepartie apparente. La SNE utilise beaucoup plus cette technique pour communiquer avec son public externe, ceci s'exprime à travers les dons que l'entreprise fait chaque année aux personnes vulnérables.

b) Les relations presses

Ce sont l'ensemble des actions effectuées à destination de la presse et des journalistes dans le but d'obtenir une bonne image de la structure véhiculée par la presse. Ainsi, la SNE fait souvent recours à la presse lorsqu'il s'agit de promouvoir son image auprès d'un grand public. L'entreprise travaille et entretient constamment des relations avec les médias tels que: la Télé Tchad, Électron Tv,

la Radio Nationale du Tchad, la radio FM liberté, la radio Bonne Nouvelle, Tchad infos etc.

c) L'évènementiel

C'est un moyen de communication hors-médias utilisé en interne ou en externe par une entreprise dans le but de transmettre un message dans un espace public ou privée, à un public précis et au cours d'une période donnée. Son objectif est d'être en contact direct avec son public cible. En externe, cette technique de communication est utilisée par la SNE à travers sa participation à des salons, foires, séminaires, etc.

d) Les relations publiques

C'est l'ensemble des méthodes et techniques utilisées par une personne physique ou morale afin d'informer un public de ses réalisations, promouvoir son image de marque, susciter de la sympathie à l'égard de celui-ci pour créer un climat de confiance. À la Société Nationale d'Électricité l'usage des relations publiques intervient dans le cadre de la valorisation de l'image de l'organisation et montre à quel point cette entreprise est transparente. De ce fait, plusieurs opérations de mécénat, de parrainage sont menées par le service de la communication de la SNE, sous la supervision de la Direction Générale.

B. CATÉGORIES DES CLIENTS DE LA SNE

En fonction des clients et des puissances souscrites, la Société Nationale d'Électricité fait une répartition de ses clients par catégories qui se présente comme suit :

- ❖ **Les particuliers en BT** : ce sont ceux qui ont souscrit le contrat pour l'usage domestique à faible puissance. Ceux-ci utilisent les compteurs à deux fils appelé monophasé.
- ❖ **Les forces motrices en BT** : ils utilisent l'électricité pour une grande activité avec des machines de haute tension tels que : les ateliers de soudure, les boulangeries, les garages, les moulins, etc.

- ❖ **Les commerciaux en BT** : ce sont les clients qui utilisent l'électricité à des fins commerciales. il s'agit notamment des établissements commerciaux tels que : les snacks bars, les auberges, les alimentations, les clubs de cinéma, etc.
- ❖ **Les gros clients en BT** : ils possèdent plusieurs polices. il s'agit des sociétés telles que la BEAC, la mairie, les parcs automobiles, les Hôtels, les ONG, Express Union et les deux opérateurs de téléphonie mobile : Moov Africa et Airtel Tchad;
- ❖ **Les moyennes tensions** : ce sont beaucoup plus les usines tels que : la Brasserie du Tchad, la MCT et la Société Cotonnière du Tchad ;
- ❖ **Les agents de la SNE bâtiment** : ce sont les employés de la SNE, STE, STEE retraités. Ceux-ci utilisent l'électricité à la charge de la SNE.
- ❖ **L'administration** : ce sont les institutions administratives comme les ministères, les hôpitaux publics, les établissements publics, etc.

DEUXIÈME PARTIE : DÉROULEMENT DU STAGE

Dans cette deuxième partie, nous allons détailler de manière succincte les éléments essentiels de notre passage à la Société Nationale d'Électricité. Nous présenterons les différents services par lesquels nous sommes passés ainsi que les différentes tâches effectuées.

CHAPITRE 3 : DÉROULEMENT DU STAGE

Ce présent chapitre consacré à la présentation de notre période de formation, comprend deux sections. La première présente l'accueil qui nous a été réservé au sein de l'organisation ainsi que notre environnement de formation pratique. La seconde section quant à elle met en exergue les différentes activités que nous avons menées durant notre séjour au sein de la société.

SECTION 1 : ACCUEIL ET ENVIRONNEMENT DU STAGE

A) ACCEUIL

Nous avons débuté notre stage à la SNE Tchad le 01 Septembre 2022. Avant de commencer notre stage, nous avons été contactés le 30 Août 2022, par Mme **Émilienne Nénodji Béassnodji**, secrétaire de la SNE pour la signature de la convention de stage. Ce document décrit les conduites à tenir et les responsabilités de l'entreprise vis-à-vis des stagiaires. Ainsi, dès sept heures (7h), nous nous sommes présentés au lieu du stage sachant que les bureaux s'ouvrent à 7h 30. Dans l'optique de nous valoriser afin d'être prise au sérieux en tant que professionnel, nous nous sommes convenablement vêtues. Au bout de quelques temps, nous avons été accueillis par l'assistant du secrétaire, **M. Félix BERO**. Ce dernier, nous a remis un document. Il s'agit d'une convention de stage. Cette dernière est un document que tous les stagiaires de la Société reçoivent régulièrement à l'entame de leur stage. Après avoir pris connaissance du contenu de la convention, l'assistant du secrétaire nous a orienté vers le service de communication où nous avons rencontré **M.MAHAMAT SALEH**, responsable dudit service. Après présentation, il nous a chaleureusement accueilli tout en nous

souhaitant la bienvenue. Il a ensuite échangé avec nous sur l'horaire journalier de la SNE.

Puis, le responsable de communication nous a présenté à ses collaborateurs. Il nous a ensuite confié à un cadre d'appui pour une visite guidée des différents locaux afin que nous puissions découvrir l'environnement dans lequel nous serions appelés désormais à effectuer notre stage. Après cette visite, nous avons échangé sur le fonctionnement du service dont il a la charge, ainsi que les autres services.

B) ENVIRONNEMENT DE STAGE

Aussitôt que nous avons été présentés, nous avons été installés dans un bureau, qui comporte des accessoires, une table et un desktop, juste à côté du responsable de communication. C'est un espace dans lequel nous avons effectué l'ensemble des tâches qui nous ont été confiées durant notre stage. Cet espace de travail nous permettait de bien réfléchir avant d'accomplir les tâches qui nous ont été soumises. L'environnement était paisible aussi bien en interne et en externe.

SECTION 2 : ACTIVITES D'APPRENTISSAGES

A. APPRENTISSAGE PAR OBSERVATION

Nous avons tout d'abord observé le chef commercial dans sa façon de gérer quotidiennement les clients, ensuite les méthodes de travail de notre encadreur face aux différentes situations de communication. Cette activité consistait à la fois à apprendre la gestion de la clientèle et à reproduire les méthodes de travail de notre encadreur. Cette méthode nous a aussi permis de savoir gérer les clients mécontents ainsi que la conduite à tenir vis-à-vis de la hiérarchie.

B) FORMATION À LA PRATIQUE DE COMMUNICATION À LA SNE

Chaque six mois, l'équipe du service de communication se réunit afin d'améliorer leurs compétences dans le domaine de la communication. L'objectif était expliqué soit aux nouveaux entrants, soit aux stagiaires, la communication telle qu'elle est pratiquée au sein de la SNE. Nous avons également eu l'occasion de participer à cette séance de travail. De cette formation, nous avons pu découvrir les différents supports et outils qu'utilise la SNE pour communiquer tant en interne qu'en externe. Nous avons également pu proposer durant cette formation, quelques idées liées à la pratique de la communication.

C) SÉANCE DE FORMATION DE LA HSE

Du 15 au 17 Septembre 2022, nous avons participé à la 7^{ème} édition de la formation sur l'Hygiène, Sécurité et Environnement(HSE). L'objectif de cette formation était de former et initier les agents aux exigences de base, la compréhension des textes de lois en vigueur concernant l'hygiène et la sécurité au travail. Cette formation consistait aussi, à amener les agents à maîtriser les nouveaux outils de travail, l'usage de certains produits liés à l'électricité et à mettre à leur disposition les outils nécessaires pour lutter contre les risques et les dangers dans les espaces de travail.

Durant cette séance de formation, nous avons retenus que la SNE est une entreprise qui contribue au bien-être de ses agents et est plus proche de ses employés.

Toutes ces méthodes d'apprentissages nous ont permis de participer activement aux activités quotidiennes et d'effectuer de nombreuses tâches avec l'aide de nos encadreurs.

SECTION 3 : ACTIVITÉS EFFECTUÉES

Cette section présente de manière explicite l'ensemble des activités menées à la Société Nationale d'Électricité, dans les services confondus. Il s'agit

d'une part des activités primaires, c'est-à-dire les activités liées à la pratique de la communication et les activités secondaires d'autre part.

A) Activités primaires

1. Les Relations Presse

Pour ce qui est des Relations Presse, nous avons beaucoup plus menés des activités avec notre encadreur suite à un incident qui s'était produit sur les lignes de l'exploitation provinciale de Moundou. Il s'agit du décès d'un enfant électrocuté sur le poteau de la société. Cet événement malheureux qu'a vécu l'entreprise nécessite la présence des journalistes, qu'ils soient de la télévision, radio ou encore la presse écrite. Comme tâches effectuées, nous avons notamment:

a) La rédaction des communiqués de presse

Sous la recommandation et le contrôle de **M.MAHAMAT SALEH**, nous avons rédigés les communiqués de presse et assurer sa transmission aux médias. Le premier communiqué a été rédigé le 23 septembre 2022 dans le cadre d'un incident qu'a connu la SNE. L'objectif de ce communiqué de presse était d'adresser les condoléances à la famille de la victime et d'informer le public sur les mesures de précautions à prendre afin éviter à l'avenir un tel événement. Aussi, nous avons rédigé le second communiqué de presse relatif à l'incendie qui s'était produit à la centrale de Moundou sur les groupes du producteur ENERSO, le 02 Octobre 2022. Une fois finie la rédaction de ces communiqués de presse, nous avons soumis ceux-ci à l'appréciation de notre encadreur. Il a nous recommandé quelques modifications et ensuite nous a autorisés à les transmettre aux médias.

b) La rédaction des invitations presse

Suite à l'incident survenu le 23 Septembre 2022, la SNE a tenu un point de presse. Pour ce qui est de l'organisation de cet événement, nous avons rédigé les invitations presse. Il s'agit de convier les journalistes à prendre part à un point de

presse organisé par la Société. Nous avons aussi rédigé le communiqué de presse pour informer le public sur la tenue du point de presse et assuré l'accueil et l'installation des journalistes lors de ce point de presse. Cette tâche nous a été recommandée par notre encadreur. Après avoir corrigé et validé l'invitation, notre encadreur nous a autorisés à les transmettre aux médias.

c) La rédaction des revues de presse

Tout au long de notre stage, nous avons quotidiennement rédigé la revue de presse. Cette tâche nous a été recommandée par notre encadreur, le responsable du service de communication. L'objectif de cette activité consistait à collecter toutes les informations en rapport avec l'entreprise et son domaine d'activité. Cette tâche permettait également de tenir informer notre encadreur de ce que la presse dit sur la SNE. La collecte des informations était faite à travers les journaux auxquels la SNE est abonnée, notamment : le progrès et Abba garde. Après la rédaction, notre encadreur apporte soit des modifications, soit il approuve et nous recommande d'enregistrer sur la base de données pour les éventuelles analyses des données recueillies.

d) Rédaction d'une demande de couverture médiatique

À l'occasion de l'acquisition du groupe électrogène offert par le PCMT, nous avons rédigé des demandes de couverture médiatique aux différents organes de la place à savoir la Télé Tchad et Électron TV, afin de couvrir le nouveau matériel de travail de la SNE reçu à l'aéroport International.

2. La communication digitale

a) Veille médiatique

Conformément aux instructions du responsable du service de communication, M.MAHA SALEH, il nous a été recommandé de collecter sur les réseaux sociaux, toutes les publications et commentaires en rapport avec la société. Pour accomplir cette tâche, nous nous sommes focalisés sur un seul réseau : Facebook. L'objectif était de savoir, ce qui se disait sur ce réseau social

au sujet de l'entreprise. Sur cette plateforme, il ressort que, plus de centaine des internautes ont posté des publications négatives par rapport à la qualité de service et plus une cinquantaine de commentaires sur le délestage. Le résultat de notre travail, a été également présenté à notre encadreur puis enregistré.

3. Élaboration de la stratégie de communication

Dans le cadre de la lutte contre la fraude de l'électricité, la Société Nationale d'Électricité a mené une campagne de communication. Pour ce qui est de cette activité, le responsable de communication nous a demandé de proposer une stratégie de communication. Avant de proposer la stratégie, nous avons mené une analyse diagnostique sur le terrain afin d'identifier le problème de communication. Nous avons utilisés les méthodes de recherches telles que : l'observation et l'entretien individuel auprès des habitants du quartier dans lequel la fraude bas son plein, afin de recueillir leurs opinions sur le problème. À la sortie de notre enquête, il ressort que, 80% des habitants affirment avoir fraudé l'électricité et expliquent par la suite, qu'ils ont été surfacturés les mois précédents alors qu'ils n'ont pas pu consommer l'énergie vu l'incomptable nombre de coupure de courant dans leur quartier. 20% affirment que la cause de la fraude vient de la société elle-même car, elle ne leur satisfait pas et ne distribue pas l'électricité de manière équitable.

Après l'enquête, nous avons présentés les résultats à notre encadreur et ensuite, nous avons procédé à l'élaboration de la stratégie de communication de commun accord avec le responsable de communication. Une fois terminé notre travail, nous l'avons soumis à celui-ci. Il a corrigé et nous a ouvert les yeux sur les manquements et les incorrections. Aussitôt, nous avons amélioré notre travail et il a validé. Compte tenu de la période de notre stage, nous n'avons pas pu achever la stratégie de communication.

B) Activités secondaires

En dehors des activités liées à la pratique de la communication, nous avons également participé aux activités complémentaires c'est-à-dire les activités qui ne rentrent pas dans la pratique de la communication. Il s'agit notamment du remplissage de:

- ❖ **Demande de branchement** : elle consiste à remplir une fiche pour les nouveaux clients qui souhaitent bénéficier du service de la SNE. Cette fiche contient toutes les informations liées au type de service sollicité par le client. Il s'agit : du nom de l'abonné, son contact, le numéro de police, la rue et son quartier.
- ❖ **Bon de remise** : il consiste à renseigner sur la fiche des travaux du jour, les informations d'un ancien abonné dont la ligne a été coupée soit par faute de non régularisation de la facture, soit par le nombre élevé des impayés. Le bon de remise se fait une fois que le client ait régularisé sa facture à la caisse. Les informations importantes que l'on doit mentionner sur la fiche des travaux sont entre autre : le nom du client, le travail à effectuer, son contact ainsi que le montant et le solde payé par le client. Nous rappelons que ces informations sont portées sur la fiche une fois enregistrées dans le registre du service. Après avoir fait le bon de remise, une équipe de la distribution, se rend chez le client pour rebrancher sa ligne.
- ❖ **Bon de pose** : comme son nom l'indique, le bon de pose est une tâche qui consiste à renseigner sur la fiche des travaux du jour, les informations d'un client qui a déposé son compteur, ou que son compteur a été confisqué par la société à un moment donné. Il s'agit de mentionner le nom du client, la nature du travail à effectuer et son contact. Lorsque les clients souhaitent reprendre leurs compteurs, ils passent au service commercial avec un document qui atteste qu'ils ont soldé leurs factures à la caisse.

- ❖ **Bon de dépose** : il consiste à mettre sur la fiche de travaux du jour, les informations d'un client qui souhaite rompre son contrat avec la société.
- ❖ **Bon de dépannage** : comme tous les autres bons, le bon de dépannage consiste à renseigner sur la fiche des travaux du jour, les données d'un client dont le compteur est en panne ou dont la ligne rencontre une quelconque panne. Lorsque le client se présente au service commercial avec sa plainte, nous prenons son contact puis nous mentionnons ses informations dans le registre avant de les reporter sur la fiche des travaux du jour.

Une fois enregistrées dans le registre, les tâches énumérées ci-dessus, sont classées par ordre dans un parapheur de la société et ensuite déposées au bureau du responsable commercial pour signature. Nous tenons à rappeler que nous avons effectués ces tâches sous l'encadrement et l'orientation de **M.MAHAMAT SALEH** et de **Mme Brigitte MIAGOTA**.

CHAPITRE 4 : ÉVALUATION DE STAGE

Dans ce dernier chapitre, nous allons faire le bilan de notre séjour au sein de la Société Nationale d'Électricité Tchad. Il s'agit d'une part, de faire ressortir les difficultés auxquelles nous avons été confrontés durant notre stage, d'émettre les remarques et des suggestions allant dans le sens de l'amélioration, du bon fonctionnement de cette institution, et de dire quels ont été les apports du stage par rapport à notre formation d'autre part.

SECTION 1 : APPORT ET DIFFICULTÉS

A) APPORTS

Notre passage à la SNE nous a été très bénéfique car, il nous a permis de nous habituer avec le monde professionnel et de comprendre ses règles et son fonctionnement. Nous avons pu aussi, noter les frontières qui existent entre la théorie et la pratique acquises, des réflexes professionnels nécessaires pour être doué et dynamique.

Les apports que nous avons pu tirer de cette formation pratique, sont de deux ordres notamment sur le plan professionnel et personnel.

1. Sur le plan professionnel

Au point de vue professionnel, le stage nous a permis de mettre en exécution les connaissances théoriques apprises tout au long de notre parcours académique, tout en :

- ❖ Apportant notre contribution à des activités de communication ;

- ❖ Participant à des séances de formations liées à la communication ainsi que d'autre métier ;

- ❖ Participant à l'organisation des évènements de la société.

2. Sur le personnel

Du point de vue personnel, ce stage nous a permis de :

- ❖ Renforcer encore plus notre capacité de vivre et travailler en équipe ;
- ❖ Cultiver en nous quelques qualités telles que : la ponctualité, le respect de la hiérarchie, l'humilité, le dépassement de soi, la rigueur dans le travail ;
- ❖ Développer notre esprit de créativité et de soutenir notre point de vue ;
- ❖ Partager les connaissances et les expériences avec nos pairs ;
- ❖ Découvrir les nouvelles personnes ;
- ❖ Enrichir notre carnet d'adresse avec des nouveaux contacts notamment :
le contact des responsables du service de communication et commercial et
le responsable du service de secrétariat de la SNE ainsi que celui des
journalistes.

B) DIFFICULTES RENCONTREES

Notre séjour à la Société Nationale d'Électricité était remarquable dans l'ensemble. Toutefois, nous avons rencontrés des nombreuses difficultés qui, étaient d'ordre professionnel et personnel.

a) Les difficultés d'ordre professionnel

Sur le plan professionnel, nous avons fait face à :

- ❖ La difficulté d'accéder à certaines informations liées à la présentation de l'entreprise : ces informations auraient pu nous édifier davantage par rapport à certaines activités ;
- ❖ La difficulté d'accéder à certains documents de l'entreprise tel que : l'organigramme;
- ❖ Les complications d'appliquer la théorie et la pratique ;
- ❖ Le fait de ne pas pouvoir garder certaines souches des tâches effectuées, pour des raisons de confidentialité ;
- ❖ La difficulté d'accéder à la documentation relative à notre réalisation professionnelle ;
- ❖ La difficulté à faire accepter une proposition ;
- ❖ Les complications de faire accepter notre projet de communication ;

b) Les difficultés d'ordre personnel

Parmi les difficultés d'ordre personnel, nous pouvons citer :

- ❖ Le coût élevé du transport pour nous rendre au stage ;
- ❖ La gestion de la pression à laquelle nous étions livrés au quotidien.
- ❖ Les problèmes de santé qui nous ont ralenti dans l'accomplissement de certaines tâches ;

SECTION 2 : COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES ACQUISES

Notre stage à la Société Nationale d'Électricité nous a permis de développer des capacités et d'acquérir de nouvelles connaissances à savoir :

1. La communication digitale

Dans l'objectif de collecter les informations liées à la SNE sur les réseaux sociaux, nous avons collectés quelques publications et commentaires sur la page

Facebook de la Société. Pour y parvenir, nous avons avec l'appui de M.MAHAMAT SALEH :

- ❖ Identifier des publications négatives, positives ainsi que les commentaires liés au secteur d'activité de la société ;
- ❖ Identifier le type de contenu publié (textes, images et vidéos), les commentaires et la date de publication ;

2. Pratique des Relations Presse

Notre séjour à la SNE a aussi été marqué par la rédaction des communiqués de presse, la revue de presse ainsi que l'invitation presse. Avec l'appui de notre encadreur, nous avons pu maîtriser :

- ❖ Les grandes lignes d'un communiqué de presse ;
- ❖ Les composantes d'une demande de couverture médiatique ;
- ❖ Les constituants de l'invitation Presse.

3. Gestion des clients

Durant notre formation pratique à la SNE, nous avons pu mener quelques activités avec l'appui du chef commercial. Il était question d'assurer la gestion des clients. Ainsi, nous avons appris à :

- ❖ Remplir les demandes des nouveaux branchements ;
- ❖ Les bons de pose et de dépose ;
- ❖ Les bons de remises ;
- ❖ Enregistrer les courriers d'arrivés et de sorties ;
- ❖ Orienter les clients.

SECTION 3 : OBSERVATION ET SUGGESTIONS

1. Remarques

Suite à notre séjour au sein à la Société Nationale d'électricité, les observations que nous pouvons noter sont notamment :

a) Sur le plan du marché

Sur le plan National, la SNE se trouve dans un environnement quasiment non concurrentiel. Ainsi, nous avons observé qu'elle ne prend pas en compte les plaintes des clients pour ce qui est de la qualité du service qu'elle offre. Durant notre stage, les clients exprimaient quotidiennement leur mécontentement par rapport à la surfacturation et la mauvaise qualité du service. Néanmoins, nous notons aussi qu'il fait face à l'insuffisance des matériels adéquats de travail pour satisfaire ses clients.

b) Sur le plan de l'identité visuelle

L'identité visuelle de la SNE d'après notre observation, reste à améliorer. Surtout en ce qui concerne le nom. Depuis que la SNE a subi une restructuration au niveau de son nom, « SNE » au lieu de la STEE, la population n'arrive pratiquement pas à la différencier de la STE (Société Tchadienne d'Eau). Ce qui fait qu'elle est constamment confondue à cette dernière. Ceci ne favorise pas une bonne image de la société.

c) Sur le plan de la pratique de la communication

Quelle soit en interne ou en externe, la pratique de la communication au sein de la SNE demeure fragile car, elle est encore à ses débuts. Ceci se remarque par l'insuffisance des outils de communication tant en interne qu'en externe. Mais la Société essaie peu à peu de mettre en place les outils adéquats afin d'assurer la bonne circulation des informations auprès de son public interne et externe.

En dehors des remarques notées ci-haut, nous avons pu également observer :

- ❖ L'absence de l'entreprise sur les réseaux sociaux ;
- ❖ L'absence des informations précises de la société sur les moteurs de recherche notamment Google ;
- ❖ Les informations de l'entreprise sur sa page Facebook ne sont pas mise à jours;
- ❖ Le service de communication n'a pas un planning pour les activités quotidiennes ;
- ❖ Le manque des signalétiques devant les bureaux.

2. Suggestions

Suite aux difficultés rencontrées et aux observations citées plus haut, les propositions que nous pouvons émettre en direction de notre structure d'accueil sont les suivantes :

- ❖ La prise en compte des plaintes des clients vis-à-vis de la société pour ce qui est de la qualité du service ;
- ❖ La mise sur pied d'une campagne de communication pour faire connaître le nouveau nom de l'entreprise afin de garantir son identité visuelle ;
- ❖ La mise à jour et l'animation de la page Facebook de l'entreprise ;
- ❖ La présence de la SNE Tchad sur les autres réseaux sociaux (Link, Instagram et Twitter);
- ❖ La planification des tâches à effectuer au quotidien par le service de la communication ;
- ❖ La mise sur pied d'un site web afin de marquer la présence de l'entreprise sur le moteur de recherche Google ;
- ❖ Mettre à la disposition du service de communication de la connexion internet ;
- ❖ Amener les employés des autres services à coopérer dans les activités de l'entreprise sans distinction de services.

CONCLUSION

Ainsi, nous rappelons que le présent rapport a pour but de rendre compte de notre expérience professionnelle au sein du Service de Communication de la Société Nationale d'Électricité Tchad. Effectivement, pendant une durée de deux (02) mois (du 1^{er} Septembre au 31 Octobre 2022), nous avons effectué un stage dit de participation au sein de cette société. Il était alors question, de présenter d'une part notre structure d'accueil, et de décrire d'autre part le déroulement de notre formation pratique tout en faisant le point sur celui-ci. Toutefois, il en ressort que ce stage a été d'une importance majeure dans notre cursus académique. Par le biais de ce stage, nous avons considérablement pu allier les notions théoriques acquises à l'école, à la pratique qui, est le réel du monde professionnel. Malgré les difficultés auxquelles nous avons été confrontés, notre passage au sein de la SNE nous a été très bénéfique au point de vue professionnel et personnel. Aussi, ce stage, nous a permis d'atteindre quelques objectifs mentionnés dans notre charte de stage. Dans l'objectif de contribuer au développement de notre structure d'accueil, nous avons relevé quelques manquements auxquels nous avons essayé d'apporter des propositions qui, nous espérons qu'elles seront prises en compte.

REFERENCES ET BIBLIOGRAPHIES

❖ **Ouvrages :**

- Patrice MBIANDA, « Précis de Communication, guide didactique et pratique », 3e édition, édition Proximité, Yaoundé, 2015 ;
- Patrice MBIANDA, « lexique des termes de la communication », 2^e édition, édition IFRIKIYA, collection Grise, Yaoundé 2013

❖ **Cours :**

- Cours de M.TAAKAM Roger, « Élaboration et mise en œuvre de la stratégie de communication », ESSTIC- CO 3
- Cours du Dr Ntang et M.TAAKAM Roger, « Élaboration et mise en œuvre de la stratégie de communication digitale», ESSTIC- CO 3

❖ **Documents :**

- Rapport de stage de MADJIDENE Norah effectué au Bolloré Transport et Logistique TCHAD (2021) ;
- Rapport de stage d'ATANGANA OTTOU Anne Christie effectué au Musée Nationale du Cameroun (2021) ;

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Organigramme

Annexe 2 : Attestation de stage

Annexe 3 : Demande de couverture médiatique

Annexe 4 : Communiqué de presse

Annexe 5 : Canevas de stage

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	i
AVERTISSEMENT	ii
REMERCIEMENTS	iii
LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES	iv
LISTE DES TABLEAUX	v
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU CADRE INSTITUTIONNEL DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD	2
CHAPITRE 1 : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD.....	3
SECTION I : HISTORIQUE ET ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ	3
I..... HISTORIQUE DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ	3
II..... IDENTITÉ VISUELLE	6
1. Présentation du logo	6
2. Fiche signalétique.....	6
SECTION II : STRATÉGIE D'ENTREPRISE, L'ORGANISATION DE LA STRUCTURE ET LES PRINCIPALES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD	7
A. <i>STRATÉGIE D'ENTREPRISE</i>	7
1) Vision.....	7
2) Missions	7
3) Objectifs.....	7
4) Valeurs	8
B. <i>ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA STRUCTURE</i>	8
1) Service central.....	8
2) Service réseau	9
3) Service de communication	9
4) Mission de recouvrement	9
5) Service ressources humaines.....	10
6) Service de comptabilité.....	10

C. PRINCIPALES ACTIVITÉS DE LA STRUCTURE	11
1) La production de l'électricité	11
2) La distribution de l'électricité	11
3) La commercialisation de l'énergie	12
CHAPITRE 2 : ETAT DES LIEUX DE LA COMMUNICATION	13
SECTION I : PRÉSENTATION DU SERVICE DE COMMUNICATION DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE D'ÉLECTRICITÉ TCHAD	13
SECTION II : PRATIQUES DE LA COMMUNICATION À LA SNE.....	15
D'ÉLECTRICITÉ TCHAD.....	15
A. LA COMMUNICATION INTERNE	15
1) La communication descendante (du haut vers le bas)	16
2) La communication ascendante (du bas vers le haut).....	17
3) La communication horizontale, latérale ou transversale.....	17
4) Les supports de communication.....	18
B. LA COMMUNICATION EXTERNE	18
1. Les cibles de la communication externe de la SNE	19
2. Les moyens médias	19
3. Les moyens hors- médias	20
a) Le mécénat	20
b) Les relations presses.....	20
c) L'évènementielle	21
d) Les relations publiques.....	21
B. CATÉGORIES DES CLIENTS DE LA SNE	21
DEUXIÈME PARTIE : DÉROULEMENT DU STAGE	23
CHAPITRE 3 : DÉROULEMENT DU STAGE.....	24
SECTION 1 : ACCUEIL ET ENVIRONNEMENT DU STAGE	24
SECTION 2 : ACTIVITES D'APPRENTISSAGES	25
SECTION 3 : ACTIVITÉS EFFECTUÉES	26
A) Activités primaires	27
1. Les Relations Presse.....	27
a) La rédaction des communiqués de presse	27
b) La rédaction des invitations presse.....	27
c) La rédaction des revues de presse	28

d) Rédaction d'une demande de couverture médiatique.....	28
2. <i>La communication digitale</i>	28
a) Veille médiatique	28
3. <i>Élaboration de la stratégie de communication</i>	29
B) Activités secondaires.....	31
CHAPITRE 4 : ÉVALUATION DE STAGE	33
SECTION 1 : APPORT ET DIFFICULTÉS.....	33
A) APPORTS	33
B) DIFFICULTES RENCONTREES	34
a) Les difficultés d'ordre professionnel.....	34
b) Les difficultés d'ordre personnel.....	35
SECTION 2 : COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES ACQUISES.....	35
1. La communication digitale.....	35
2. Pratique des Relations Presse	36
3. Gestion des clients.....	36
SECTION 3 : OBSERVATION ET SUGGESTIONS	37
1. Remarques.....	37
a) Sur le plan du marché.....	37
b) Sur le plan de l'identité visuelle.....	37
c) Sur le plan de la pratique de la communication	37
2. Suggestions.....	38
CONCLUSION	39
REFERENCES ET BIBLIOGRAPHIES	40
LISTE DES ANNEXES	41