



**96 FM**  
**NOSTALGIE**  
ça surprend au début...et après aussi !  
Génération 2.0  
Du Lundi au Vendredi  
Avec Brice ALB...

# RAPPORT PANNELLE 2014 : CULTURE URBAINE AU CAMEROUN



**Fashion TV**  
samedi 19h00 sur e...  
présenté par Caroline Alfred...  
- Diététique  
- Esthétique  
- Mode  
Concours de beauté



**P&Co**  
[www.pannelle.com](http://www.pannelle.com)

**XMALEYA**  
EN ROUTE POUR L'OLYMPIA

# QUI SOMMES-NOUS ?

Basée entre la France et l'Afrique francophone, **PANNELLE & Co** est une agence **créative opérant principalement en Afrique francophone, ainsi qu'en France.**

Cette appellation abrite la diversité de nos services mais aussi, une vision transversale à tous les projets sur lesquels nous sommes amenés à travailler: construire, renforcer et rendre compétitif le Soft Power africain.

Que ce soit dans les domaines de la musique, du numérique ou encore de l'événementiel, nous nous efforçons de faire des marques, projets, lieux ou talents africains avec qui nous collaborons, des références locales puis internationales.

Créatrice des passerelles culturelles (et économiques) entre les marchés africains et le reste du monde, **PANNELLE & Co** se veut également un point de rencontre et d'échange pour les talents créatifs africains qui souhaitent élever les **standards de qualité** dans leurs domaines respectifs et créer un **impact** durable, profitable à tous.

Boîte à outils (et à idées !) d'un genre nouveau, l'autre particularité de notre agence est sa préférence très marquée pour les secteurs de la Culture et de l'**Art de Vivre** (Musique, Divertissement, Restauration, Cinéma, Beauté..), ainsi que la **sphère digitale africaine**. Reflet du domaine d'expertise de son équipe, ces deux secteurs sont très souvent délaissés ou mal abordés sur le continent africain.

En somme, **partisane d'une image de marque réaliste mais esthétique de l'Afrique, l'équipe PANNELLE & Co** utilise les nouvelles technologies, le marketing et l'innovation qualitative pour influencer positivement la manière dont l'Afrique présente ou impose ses cultures au monde.

*The motto: We share, shape & shift the african culture.*

# INTRODUCTION

De par son emplacement géographique, sa population et ses ressources, le Cameroun est un pilier politique, économique et bien sûr, culturel dans la sous-région. Bénéficiant d'une urbanisation rapide, d'une pénétration mobile croissante, de 64,2% de sa population âgés de moins de 25 ans (*Statistiques officielles 2010*) et d'un taux d'alphabétisation parmi les meilleurs de la sous-région, tous les éléments semblent être réunis pour faire de ce pays une locomotive dans le secteur du divertissement. Cependant, l'absence criante de soutiens institutionnels, d'une législation adaptée et d'une chaîne de valeur conséquente font partie des nombreux problèmes que rencontrent les acteurs culturels. D'autre part, le peu de visibilité qu'offre le marché à des investisseurs potentiels représente également un obstacle.

Afin de contribuer à l'essor du secteur du divertissement au Cameroun, nous avons, en 2014, publié le premier rapport sur la culture urbaine camerounaise. Son objectif : recenser tous les temps forts qui auront marqué ce domaine pendant l'année 2013, afin de fournir des outils de compréhension et dans une moindre mesure, d'évaluation des progrès effectués annuellement. Réalisé sur la base d'observations, ce rapport a par la suite, été communiqué à la presse, envoyé au Ministère de la Culture du Cameroun et mis à disposition du public en accès gratuit sur le web.

Pour sa deuxième édition, le rapport sera consacré à l'année 2014 et réparti en cinq chapitres : Musique, Mode, Internet, Médias et Événementiel. Nous avons fait appel, puis consulté près d'une dizaine d'acteurs culturels différents (voir page suivante) et mis l'accent sur les données chiffrées, détaillées dans notre méthodologie.

A l'heure où nous préparons désormais l'édition 2015, nous espérons que la lecture de notre rapport 2014 pourra aider à mieux cerner les tendances et - ceux qui les font - dans le secteur du divertissement au Cameroun, et plus particulièrement, celui qui s'adresse à la jeunesse locale.

Les collaborateurs de l'agence PANNELLE & Co remercient toutes les personnes qui ont contribué à la rédaction de ce rapport.

# METHODOLOGIE

Dans un souci à la fois d'objectivité et de pertinence, nous avons fait appel à des acteurs culturels et les avons soumis individuellement à un questionnaire. Le panel était constitué de :

- 1 réalisateur de clip
- 2 blogueurs spécialisés dans la musique urbaine camerounaise
- 1 webzine culturel
- 1 animateur radio
- 1 journaliste Sport et Culture
- 1 agence musicale et culturelle
- 1 consultant et graphiste Freelance

Sur les 8 personnes interrogées, 5 résident au Cameroun et 3 sont basées à l'étranger. Le questionnaire comprenait des questions ouvertes, et le panel a été invité à pouvoir répondre dans la longueur de son choix. Les compléments d'informations étaient également sollicités.

## **\*TERMINOLOGIE :**

Par « Culture Urbaine », nous entendons tous les secteurs qui constituent directement ou indirectement la Culture et le Divertissement adressés aux populations des zones urbaines du Cameroun.

## **\*CONTENU :**

Face à une éventuelle difficulté à identifier et hiérarchiser les éléments marquants en 2014, nous avons :

- fait le choix de réduire de 50% la taille de notre rapport, afin de le rendre plus lisible (de 70 à 35 pages)
- sélectionné les éléments les plus cités par la moitié et/ou majorité (= 4 personnes) du panel et concordant avec la sélection effectuée indépendamment par notre agence

## **\*CHAPITRES :**

Nous avons 5 chapitres : Musique urbaine, Mode urbaine (Streetwear), Internet et réseaux sociaux, Médias et Événementiel.

**Musique** : ce chapitre comprend le Rap, le R&B, l'Afropop, le Reggae/Ragga/Dancehall, Soul... exceptionnellement, nous n'avons pas évalué le Makossa et le Bikutsi, ni les artistes qui y sont liés. Le cinéma n'a pas été évalué, faute d'informations suffisantes.

## **\*ACTEURS ÉVALUÉS :**

Les acteurs culturels évalués dans ce rapport sont ceux qui ont lancé et/ou produit un projet (audio, vidéo, photo, article, web etc) entre novembre 2013 et décembre 2014. Par ailleurs, nous nous sommes focalisés en priorité sur les acteurs et projets culturels ayant pour base le Cameroun. Les acteurs et projets culturels de la diaspora ont été délibérément mis au second plan.

## **\*SOURCES :**

Tous les outils et sources mentionnés ou démontrés dans ce rapport sont explicitement cités, soit en dessous des graphiques ou visuels présentés, soit précisés entre parenthèses avec leur année de publication.

# SOMMAIRE

## **p6 CHAPITRE I – MUSIQUE**

p7 Les 7 Temps forts de 2014

p10 6 Tendances dans la musique urbaine au Cameroun en 2014 ?

p11 Les clips vidéos

p12 5 réalisateurs qui se sont distingués en 2014 et leurs clips-phares

p13 Réalisation Vidéo - Fourchettes tarifaires 2014

## **p14 CHAPITRE II – MODE**

p15 Tendances du t-shirt promotionnel

6 moments-clés/tendances dans la mode au Cameroun en 2014

## **p17 CHAPITRE III – INTERNET (SOCIAL MEDIA + ONLINE MEDIA)**

p18 Classement « influenceurs » de DipMan

p19 Les hashtags camerounais qui ont marqué l'année 2014 sur Twitter

p22 Top 10 des sites culturels les plus visités

p23 Top 10 des sites culturels sur Facebook

p24 Top 10 artistes urbains les plus suivis sur Facebook

p25 Top 10 des artistes urbains sur Twitter

p26 Top 10 artistes urbains les plus suivis sur les réseaux sociaux

p27 Le top 12 des artistes urbains sur Youtube 2014/2015

p28 Les 7 recommandations Pannelle pour avoir une présence en ligne plus efficace.

## **p29 CHAPITRE IV – MEDIAS (TV & RADIO)**

p31 Top 25 des chaînes les plus regardées au Cameroun

## **p33 CHAPITRE V – ÉVÉNEMENTIEL**

## **p36 REMERCIEMENTS**

# CHAPITRE I – MUSIQUE

*Notez qu'ici, la musique urbaine comprend le Hip Hop, le R&B, l'Afropop/l'Afrobeats, la Soul.. les genres classiques/traditionnels que sont le Makossa, le Bikutsi, le Ben Skin, l'Assiko ne sont pas concernés.*

# Les 7 Temps forts de 2014

Nous avons sélectionné 7 temps forts de la musique urbaine au Cameroun en 2014 sur les critères suivants : notoriété des personnes concernées, impact (ou absence d'impact) sur le public et/ou dans les médias et bien sûr, si ce qui s'est produit traduit une tendance.



## MTN IFEST ET LE COUP DE GUEULE DE PETIT PAYS

La marque de téléphonie panafricaine MTN a organisé pour la seconde fois, son concert **iFest**, au cours duquel plusieurs artistes locaux et internationaux (principalement nigériens) se sont produits sur scène.

Petit Pays, un des grands noms de la musique camerounaise, a profité de son passage à la fin du concert pour exprimer son mécontentement face à l'omniprésence de la musique nigérienne au Cameroun et le fait que les artistes du Nigeria soient mieux payés et traités que les artistes locaux, lui y compris. Rappelons qu'une autre artiste de premier plan, Lady Ponce, avait déjà refusé de participer à un concert, jugeant son cachet trop bas par rapport à celui du duo nigérien P-Square.

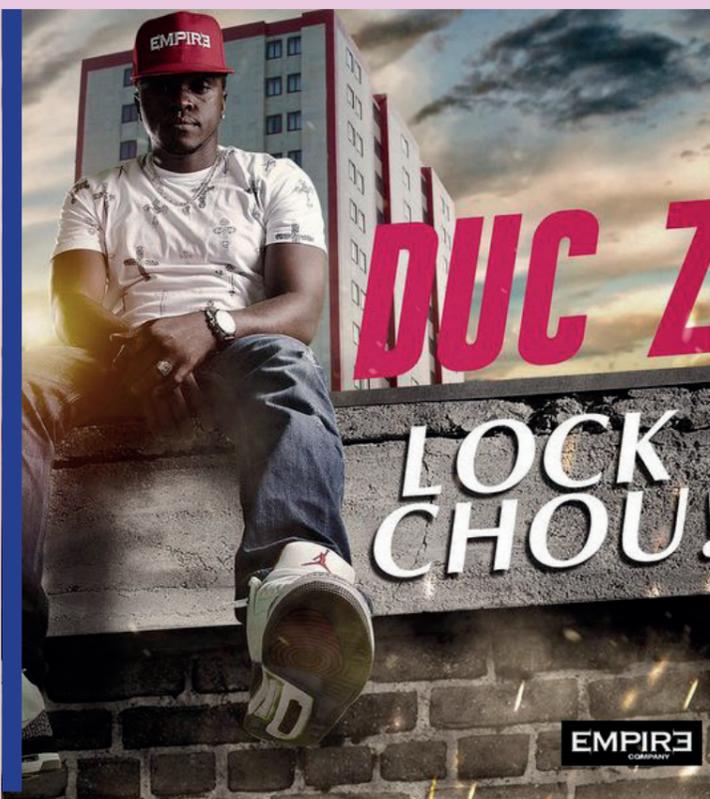


## PRIX ET POLÉMIQUES – 2014, L'ANNÉE STANLEY ENOW

Bénéficiant de l'onde de choc provoqué par son 1er single « Hein Père », le camerounais Stanley Enow se retrouve nominé dans la catégorie « Meilleur nouvel artiste » aux **MTV Africa Music Awards 2014**, une première pour un artiste Hip Hop camerounais. Après une vaste campagne de promotion télévisée et surtout web (voir chapitre internet page 17), l'artiste crée la surprise en remportant le prix lors de la cérémonie en Afrique du Sud, au mois de juin 2014. Un mois plus tard, il va également remporter le trophée du meilleur nouvel artiste, lors de la 1ère édition des **AFRIMMA Awards** à Dallas (États-Unis). Sur le plan local, sa notoriété et sa présence médiatique se sont renforcées en 2014.

Lors de la sortie de son nouveau titre « Njama Njama Cow », son second single officiel, le webmagazine Je Wanda a publié une revue critiquant le manque d'originalité et de renouvellement de l'artiste depuis la sortie du titre « Hein Père », morceau qui l'a révélé au public.

Cet article, intitulé « Clip : Njama Njama Cow, on en parle ? », a provoqué un véritable buzz viral sur les réseaux sociaux et en dehors, quelques médias traditionnels (TV et Radio) ayant également relayé la polémique. Fans de Stanley Enow, détracteurs, journalistes ou simple observateurs, cet article aura fait couler beaucoup d'encre et de salive mais témoigne également d'un intérêt plus que croissant de la part du public pour ses stars locales. »



## RETOUR MANQUÉ DE DUC-Z :

Jusqu'ici considéré comme le pionnier du « Kwat'n'B », le R&B à la camerounaise, Duc-Z était très attendu après plusieurs reports d'une sortie d'album et des changements de labels. Nouvelle signature d'EMPIRE Company, l'une des principales structures camerounaises dans la musique urbaine, Duc-Z reviendra d'abord à-travers 2 Remix : celui de son tube « Je ne donne pas le lait » avec Singuila, puis sera invité sur le titre « Fine Boy » de Magasco, autre artiste du label EMPIRE Company. Les deux titres bénéficieront d'un clip vidéo.

En juin 2014, il collabore avec le rappeur Stanley Enow pour « Back in the game », l'hymne de l'opérateur téléphonique Orange Cameroun, sponsor des Lions Indomptables lors de la Coupe du Monde de Football 2014. C'est finalement un mois plus tard, avec le single « Lock Chou », que l'artiste fera officiellement son retour musical en solo. Bénéficiant de peu de promotion spécifique en amont de sa sortie, le clip du titre - réalisé par NS Pictures - est mis en ligne le 18 juillet 2014 sur Youtube et accueilli plutôt froidement par le public. En cause notamment : un titre et une performance vocale globalement en-dessous des attentes. L'artiste a depuis quitté le label EMPIRE et évolue désormais sous sa propre structure, FORENA MUSIC.



### LES 3 (NOUVEAUX) PRINCES DE L'AFROPOP:

En dehors du rap et du Bikutsi, deux genres qui sont plus que jamais balayés par une nouvelle génération d'artistes, l'Afropop connaît également une belle montée en puissance. Principalement venues de la zone sud-ouest du Cameroun et portées par l'influence du voisin nigérian, les sonorités Afropop ont progressivement migré vers la partie francophone ces dernières années. 3 nouveaux artistes masculins se sont distingués dans ce style en 2014 :

> **MAGASCO** : révélé avec les titres « Line Loba » et « Kumba Market », ce jeune auteur-compositeur et chanteur originaire de Bamenda a tour à tour évolué du label MUMAK à celui d'EMPIRE aujourd'hui, dont il est l'un des principaux artistes. En 2014, le titre « Fine Boy » le propulse sur la scène nationale, suivi de « Marry Me » et « No man, no wowo ». Son sens de la mélodie et son timbre vocal font de lui un des artistes les plus prometteurs du genre.

> **NUMERICA** : basé dans la capitale camerounaise, Numerica se fait connaître en 2013 avec « Vas-Y molo », qui va connaître un beau succès sur les chaînes musicales et dans les boîtes de nuit. Concentré de Makossa, d'Afropop et de coupé-décalé, les titres de l'artiste vont peu à peu évoluer... jusqu'à la sortie de « Wallaye Billaye » en 2014, qui lui vaudra d'arriver à la 1ère place du classement « Urban Hit Africa » sur la chaîne musicale TRACE Africa.

> **DYNASTIE LE TIGRE** : finaliste du télé-crochet « Star 2 Demain » et du concours musical « Mutzig Star », Dynastie Le Tigre n'est pas tout à fait un nouveau mais sa consécration arrive en 2014 avec le titre « Ma Femme », qui va bénéficier d'un accueil très favorable du public et des médias. Invité à se produire lors de la plupart des événements culturels majeurs au Cameroun, il navigue dans l'Afropop en y mêlant sonorités traditionnelles et approche très urbaine, notamment dans son look. Un mélange des genres qui a déjà fait ses preuves avec d'autres artistes, parmi lesquels le groupe X-Maleya.



### SÉPARATION (HOULEUSE) ENTRE GASHA ET STEVEN'S MUSIC

Fin 2013, le public camerounais découvre Gasha avec la chanson « Kaki Mbere ». Elle est alors signée au sein du label Steven's Music et pendant cette collaboration, d'autres titres seront diffusés.. jusqu'à la fin du premier trimestre 2014 où le clip « Faya Di Burn », collaboration entre la chanteuse et Magasco, a été publié sur Youtube..avant d'être supprimé plusieurs jours plus tard, ainsi que d'autres clips de Gasha et ce, sans explications.

Il faudra attendre que l'information soit diffusée via les réseaux sociaux : le label STEVENS Music Entertainment et Gasha se séparent. D'abord présenté comme une séparation à l'amiable, aucun accord ne sera trouvé jusqu'au mois de juin 2014 où une annonce officielle de l'arrêt du contrat liant les deux partis sera publié.

Gasha, qui a depuis lors, remporté un trophée aux AFRIMMA Awards, continue sa carrière de façon indépendante. Quant à STEVENS Music Entertainment, ils font désormais la promotion d'une autre artiste qui a été une des révélations féminines de l'année 2014 : **DAPHNÉ**.

LE 14 SEPTEMBRE A L'OLYMPIA

# XMALEYA

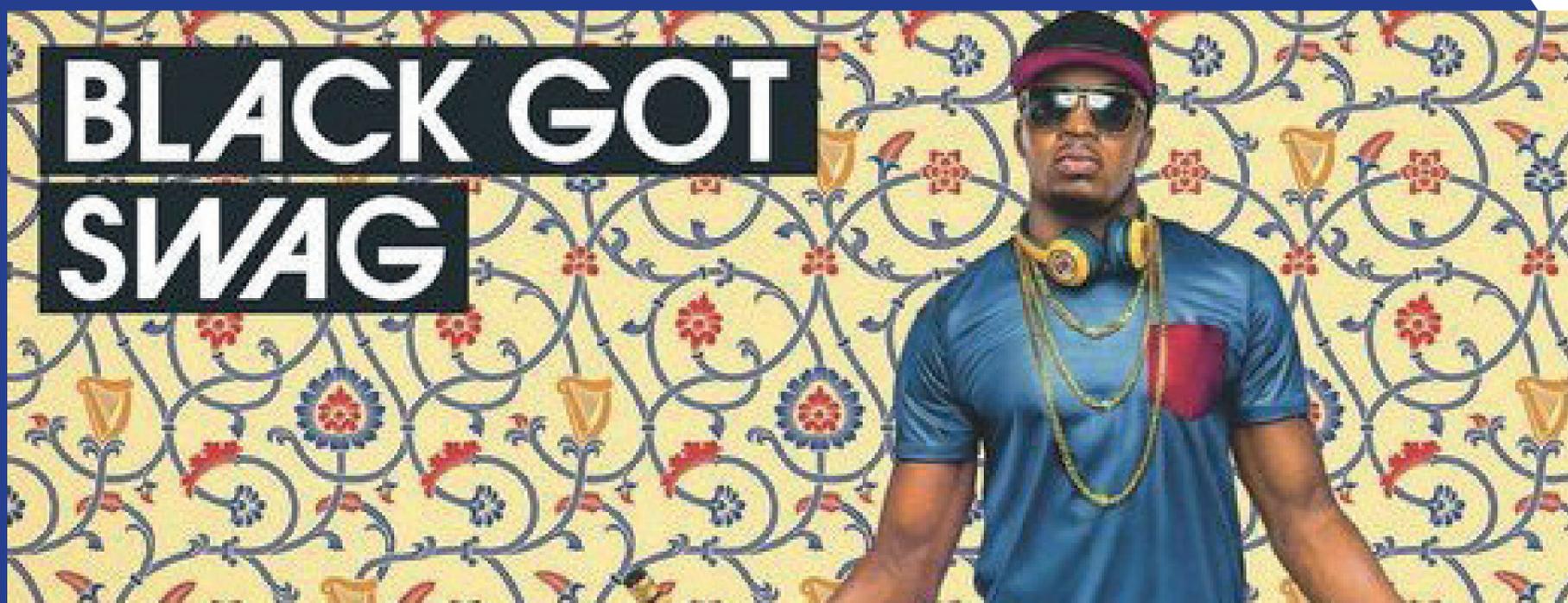
## EN ROUTE POUR L'OLYMPIA



### X MALEYA À L'OLYMPIA: CONSÉCRATION (ET FIN D'UNE COLLABORATION AVEC EMPIRE)

Reconnu comme le groupe de musique urbaine le plus populaire du Cameroun ces dix dernières années, X Maleya a déjà fait ses preuves dans l'industrie musicale dans son pays d'origine et dans la sous-région. Au mois de septembre 2014, le groupe fait un triomphe lors de son 1er concert d'envergure à Paris, sur la scène de l'Olympia Bruno Coquatrix... salle de concert de renom qui a accueilli les plus grands noms de la musique française et internationale.

Plus qu'un simple show musical de 3 heures, l'événement vient surtout marquer une consécration pour le trio et un tournant dans sa carrière. Plusieurs mois plus tard, ils se séparent discrètement d'EMPIRE, le label qui les aura propulsé et lancent plus ou moins officiellement leur propre structure, XM Music.



### CAMPAGNE GUINNESS « MADE OF BLACK »

Afin de renforcer son repositionnement sur les marchés africains, la marque GUINNESS, du groupe DIAGEO, a lancé une campagne multi-canal et sur plusieurs pays en septembre 2014. Fruit d'un travail de deux ans par l'agence AMV BBDO à Londres, « Made of Black » sera constitué d'une activation classique (affichage, spots télévisés, événement, concours) et digitale (site internet dédié, habillage web, hashtag réseaux sociaux). Afin de servir de relais auprès d'une cible jeune et prescriptrice de tendance, la marque a fait appel à plusieurs artistes urbains selon les 3 pays-clés choisis pour la campagne: FUSE ODG, Shatta Wale et E.L. au Ghana, Olamidé, Phyno et EVA au Nigéria et Stanley Enow, Valérie Ayena et Gasha au Cameroun. Affichage outdoor, télé-crochet brandé.. Ce sera la première fois qu'une campagne de cette envergure mette exclusivement en avant des personnalités issues de la culture urbaine camerounaise.

Cette campagne symbolisera également bien la bipolarisation actuelle du rap camerounais, et pour cause. En dépit d'un semblant d'unité lors de la campagne #VoteStanleyEnow (voir page 19), une opposition de plus en plus marquée entre les artistes Jovi et Stanley Enow va se manifester. Producteur et rappeur prolifique, Jovi brille par sa créativité mais le rapproche lui est régulièrement fait de pêcher dans sa communication. D'autre part, les nombreux prix remportés et l'immense popularité du titre « Hein Père » sont avancés comme preuves de la suprématie de Stanley Enow, bien qu'il lui soit reproché de manquer de consistance, d'originalité voire de talent. Succès artistique et critique ou succès commercial et international ? L'opinion comme les hommes de médias semblent divisés sur la question. Alors que GUINNESS Cameroun propose à Jovi et Stanley Enow d'être tous deux ambassadeurs pour « Made of Black », aucun accord ne sera trouvé lors des négociations contractuelles afin de faire cohabiter les deux artistes.

C'est donc finalement Stanley Enow qui sera le seul ambassadeur masculin camerounais de la campagne.

# 6 Tendances dans la musique urbaine au Cameroun en 2014 ?



**Poussée significative du nombre d'artistes camerounais diffusés sur TRACE TV :** les deux chaînes du groupe TRACE, Trace Urban Afrique et Trace Africa continuent de souffler le chaud et le froid en matière de programmation musicale télévisée en Afrique francophone, et notamment au

Cameroun (voir page 31). 2014 aura été l'année où plusieurs artistes camerounais y seront diffusés de manière plus régulière, et finiront pour certains au sommet des différents classements sur une des deux chaînes. Un bon point en matière de visibilité internationale.



**Plus de fusions :** Autre tendance dérivée de cette croissance de collaborations artistiques, c'est la naissance de fusion entre les genres. On aura notamment observé un rapprochement marqué entre le Rap et l'Afropop, mais sur-

tout entre la culture Hip Hop et le Bikutsi. Le succès du titre « CASH » par le rappeur Jovi témoigne de la pertinence de ce nouveau courant, que l'on pourrait baptiser « Bikutsi-pop ».

**2 Des titres plus commerciaux (Rap) et moins « conscients » :** La popularité progressive des musiques urbaines au Cameroun a également un impact sur le contenu de celles-ci, notamment dans le Rap où le discours engagé cède peu à peu la place à des textes plus légers. Hymnes à

la fête, exercices d'égotrip ou attaques verbales... de manière globale, on note une orientation plus commerciale dans la majorité des textes. L'entrée en guerre du Cameroun face au groupe terroriste Boko Haram sera l'occasion de voir si oui ou non on assistera à un ralentissement de ce phénomène au profit de textes dits plus « conscients ».

**5 Croissance significative de l'influence des réseaux sociaux :** Si le web reste considéré comme un média de niche au Cameroun, son influence prend de plus en plus de poids. Les réseaux so-

ciaux – Facebook en tête – sont aujourd'hui incontournables pour promouvoir du contenu musical produit hors du web, mais peuvent également être à la source de la diffusion de ce même contenu (voir chapitre dédié page 17).



### **Plus de collaborations (locales et internationales) :**

2014 aura été marqué par une croissance des collaborations entre artistes de musique urbaine. Il y a tout d'abord la suite du projet KAMERBOSS, initié en 2013 par Habib Du Bled et rassemblant plusieurs rappeurs et chanteurs de Douala et Yaoundé entre autres.

On pourra également citer les collaborations suivantes :

\*Killamel (KOV Recordz) et Teddy Doherty/Inna Money (LSM) pour « Déranger (Remix) »

\*Magasco et Duc-Z pour « Fine Boy Remix »

\*George Breezy, Dareal et Ivey La Météorite pour « Né pour briller »

\*Askia feat. Jay Millz pour « Allez les lions »

\*Spido et Sadrak pour « Free Boy »

\*Danielle Eog et Teety Tezano pour « Hold on sister »



**Mise en valeur de la culture locale :** Tendance déjà évoquée dans notre rapport 2013, les artistes urbains camerounais s'inspirent plus que jamais de leur environnement immédiat. Délaisant de plus en plus les références

américaines, françaises ou nigérianes, la « camerounisation » progressive de la musique urbaine s'observe dans les codes culturels mis en avant à-travers les choix des thématiques, de langage ou encore la mise en scène de clips-vidéos.

# Les clips vidéos

Avec une qualité toujours plus croissante, le Cameroun est le pays de la zone Afrique Centrale qui dispose des clips-vidéos les plus aux normes internationales, même si cela reste encore inégal en fonction des artistes et des courants musicaux concernés.

En 2014, on a pu observer que la post-production s'affine, mais la qualité du montage final n'est pas toujours au rendez-vous, à cause d'un mauvais étalonnage ou d'une infographie approximative. On dénote parfois une incohérence également entre le titre et les effets visuels apportés pendant le montage.

Sur le plan créatif, les réalisateurs explorent plus de pistes novatrices. On assiste notamment à une percée du storytelling avec différentes séquences en lieu et place du clip statique ou exclusivement focalisé sur les chorégraphies. Cependant, l'influence nigériane est encore très présente, notamment les plans très régulièrement inspirés du réalisateur **Clarence Peters**. Mais bon point, l'esthétique des clips de musique urbaine camerounaise déborde de plus en plus sur d'autres genres musicaux plus classiques (Makossa et surtout Bikutsi). Cela devrait entraîner dans les prochaines années un rééquilibrage en termes de qualité tous genres musicaux confondus, à condition que soient résolus les problèmes d'accès au matériel et que les frais de réalisation (en moyenne 600.000 FCFA pour un clip de bonne facture) deviennent plus compétitifs.

## 2 innovations majeures de 2014 :

Les vues aériennes font leur apparition, grâce aux drones



Plus de contenus vidéos annexes aux clips  
(Making Of, Teasers..)



## 5 réalisateurs qui se sont distingués en 2014 et leurs clips-phares:



\*February 16th –  
Clip(s) réalisé(s) : « Fine Boi (Remix) » de Magasco feat. Duc-Z, « Bastard » et « CASH » de JOVI



\*NS Pictures –  
Clip(s) réalisé(s) : « Wallaye Billaye » de Numerica et « Tourner les Reins » de Michael Kiessou



\*Adah Akenji –  
Clip(s) réalisé(s) : « Je suis bolè » par Djibril Angel et « Tongoh » de C-Prime



\*Shamak Allhamaradji –  
Clip(s) réalisé(s) : « Tu dors, ta vie dort » de Polanhry et « Tumbuboss Deluxe » de Stanley Enow



\*Nkeng Stephens  
– Clip(s) réalisé(s) :  
« Rastafari » de Daphné

Mention spéciale pour le réalisateur **Mr Adrenaline**, qui a également été très actif en 2014.

## Réalisation Vidéo - Fourchettes tarifaires 2014

Notez que ces tarifs ont été évalués sur la base de diverses sources (artistes et réalisateurs) et sont à titre indicatif puisque négociables. Les prix sont susceptibles de varier en fonction du storyboard (lieux et durée du tournage, location de matériel etc..).

Société de Production	Tarifs 2014 (en FCFA)
NS Pictures	Entre 1 et 5 Millions
Brain Films	
February 16th	Entre 700 000 et 2 500 000
Regis Talla	
Napster Kallash	
Dante Fox	En dessous de 1 000 000
Adah Akenji	
Sky star	
Nkeng Stephens	
Royal Team	

# CHAPITRE III - MODE



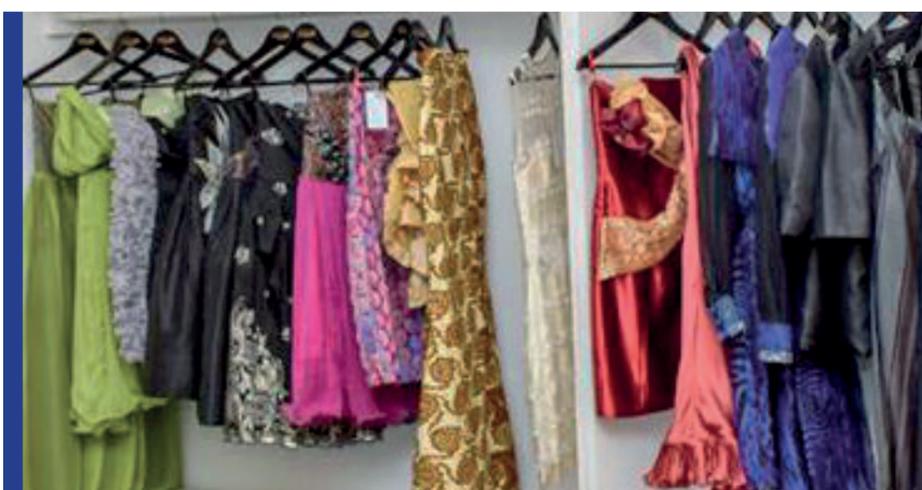
## Tendance du t-shirt promotionnel

Suite à notre rapport 2013, nous avons continué à observer le développement du streetwear au Cameroun. La tendance du t-shirt promotionnel a continué à prendre de l'ampleur et s'est même élargie à d'autres concepts non liés à la musique urbaine. Loin d'être considéré comme du commerce textile, il s'agit le plus souvent d'opérations de communication occasionnelle. On pourrait parler d'une forme de merchandising bien que la démarche ne soit pas aboutie. Le cas le plus représentatif de cela en 2014 a été la ligne de t-shirts « Tu dors, ta vie dort » de Janéa Polhanry, qui a été promue intensivement sur les réseaux sociaux et en dehors, en amont de la sortie du clip éponyme. L'artiste a déclaré (en septembre 2014) avoir écoulé près de 20.000

t-shirts depuis le lancement, déclaration que nous ne sommes pas en mesure d'infirmier ou confirmer.

D'autre part, le rappeur Stanley Enow a annoncé via les réseaux sociaux au mois de novembre 2014, le lancement d'une ligne de casques audio signés « Motherland », qui viendrait en complément de la ligne de t-shirts du même nom, conçue avec l'appui de la société Idle Park, située aux Etats-Unis.

## Quelques moments-clés dans la mode au Cameroun en 2014



Ouverture de la boutique **Nakuin** : la créatrice Nakuin Kuidou a ouvert son premier magasin à Douala au mois de novembre 2014. Avec une notoriété croissante et un carnet de clientes

fidèles, cette ouverture représente une évolution naturelle pour la marque... qui était précédemment commercialisée au sein du magasin CARM STORE, situé au quartier Bonapriso.

**Collaboration Mode/Musique :** le taux de collaboration Mode et Musique par le biais de placement de produit reste encore très faible par rapport au potentiel d'une telle forme de partenariat.

Cependant, en 2014, on a pu noter des associations entre la marque Eloi et le chanteur Numerica, entre SANJA et le rappeur Leo NG ou encore les enseignes Heart Angel et French Kind, qui ont multiplié les apparitions dans plusieurs clips vidéos.

## Emissions Mode/Relooking

Deux formats d'émissions télévisées traitant de mode ont retenu notre attention :



**Fashion TV** : diffusée le samedi sur la chaîne Equinoxe TV, cette émission est présentée par Caroline Alfred et propose du relooking tout en servant de plateforme publicitaire à des salons de beauté ou boutiques de vêtements.



**BeFashion** : programme très semblable à « Fashion TV », il est diffusé le samedi après-midi sur la chaîne Canal2 et est animé par Diane Fabrice. Ici, l'accent est exclusivement mis sur le relooking et moins sur l'actualité de la mode locale.



**Annual Fashion Show** : organisé tous les deux ans, l'Annual Fashion Show est le principal événement Mode du Cameroun, notamment après l'arrêt du festival AFRIC Collection en 2013. Organisé à Douala fin novembre 2014, plusieurs défilés ont eu lieu, conclus par un dîner de gala. Si l'événement reste un bon moment de divertissement, on déplore tout de même le peu d'apport concret pour les créateurs locaux et la mode camerounaise dans son ensemble.

## 2 nouveaux points de distribution pour marques urbaines : Real'n'Swag / Streetwear237.com



En décembre 2014, un nouveau magasin multimarques a ouvert dans la ville de Douala. Situé au quartier Akwa à la Résidence La Falaise, la boutique Real'n'Swag distribue plusieurs marques de Streetwear appartenant à des créateurs camerounais telles que Made Couture, Nerdy Fresh ou French Kind.



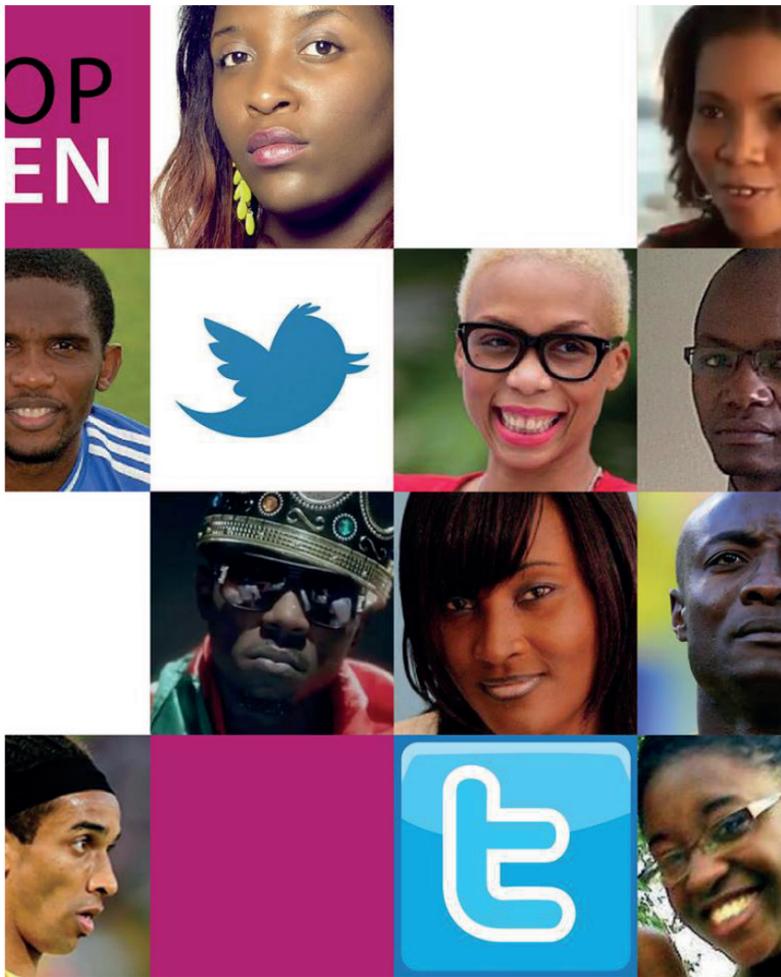
Le même mois, mais cette fois-ci sur le web, Streetwear237.com a vu le jour. Il s'agit de la première plateforme de vente en ligne exclusivement dédiée aux marques de streetwear locales. D'autres sites de vente plus généralistes servent également de point de vente pour plusieurs marques camerounaises, telles que C-dubon.com, Sellamquick.com, Jumia.cm ou encore Kaymu.cm.



À noter : au mois de mai 2014, a eu lieu le lancement de « Bôtô 237 », une web-émission dédiée à la mode et au style de personnalités camerounaises connues. Ce lancement a été sans suite et le pilote mis en ligne n'a pas vraiment convaincu.

# CHAPITRE III - INTERNET (SOCIAL MEDIA + ONLINE MEDIA)

# Classement « influenceurs » de DipMan



En 2014, l'agence Dipman, spécialisée dans le marketing et basée à Douala, a publié son top 10 des camerounais les plus influents sur Twitter. Objectif du classement : identifier les 10 leaders d'opinion camerounais dont les publications sur ce réseau social ont de l'impact. Ce top 10 est le suivant :

- 1 - Samuel Eto'o, Footballeur (@setoo9)
- 2 - Pierre Webo, Footballeur (@webo1509)
- 3 - Benoit Assou-Ekotto, Footballeur (@AssouEkotto)
- 4 - Rebecca Enonchong, Chef d'Entreprise (@africatechie)
- 5 - Stanley Enow, Artiste (@StanleyEnow)
- 6 - Paola Audrey Ndengue, Entrepreneur et Consultante (@PaolaAudrey)
- 7 - Annie Payep, Journaliste (@AnniePayep)
- 8 - Edouard TAMBA, Social Networks Coordinator, (@ETAMBA)
- 9 - Celine V. Fotso, Entrepreneure et Fondatrice de Je Wanda Magazine (@CelineFotso)
- 10 - M.J. Mpacko, Fondatrice du groupe KAMER SISTERS (@ChouchouAzonto)

Ce classement, largement relayé sur les réseaux sociaux, sera accueilli avec scepticisme par beaucoup. En cause notamment, les critères, qui ont été le nombre d'abonnés ainsi que le pouvoir de recommandation par Retweets et/ou Favoris. Par exemple, le compte du footballeur Pierre Webo était principalement constitué de faux abonnés (robots) lors de la parution du top 10. Cela affecte donc son influence potentielle.



**TENDANCES - Démocratisation de SOUNDCLOUD :** Alors qu'auparavant, la plupart des nouveaux titres était mis en ligne via Youtube ou encore ReverbNation, l'année 2014 a clairement marqué l'importance croissante de Soundcloud. Cette plateforme, de par son ergonomie adaptée au téléphone mobile, sa facilité d'utilisation et sa demande en Data plutôt

faible (en comparaison de Youtube), est désormais de plus en plus incontournable pour le partage et la diffusion de fichiers audio... même quand ces derniers ne sont pas liés à la musique. Effectivement, quelques radios camerounaises commencent également à y poster des Podcasts ou des rediffusions d'émissions.



**FACEBOOK :** de par la croissance des inscriptions à Facebook depuis le Cameroun, on assiste à une multiplication des pages communautaires, tendance déjà évoquée dans notre rapport 2013. Ces pages continuent de s'appuyer sur les mêmes ressorts pour recruter de nouveaux « fans », humour et patrimoine culturel camerounais (gastronomie, tribus, Histoire...) en tête. Est-ce que ces pages ont un vrai impact en terme de communication auprès du public jeune au Cameroun ? Il est encore difficile de le mesurer puisque le plus souvent, il s'agit soit de pages liées à un média externe à Facebook, soit de pages ne renvoyant vers aucune activité hors-Facebook. Cela limite donc, dans une certaine mesure, la portée des informations diffusées

#### LISTE NON-EXHAUSTIVE DES PAGES CULTURELLES CAMEROUNAISES LES PLUS SUIVIES/ACTIVES SUR FACEBOOK :

*Ca Se Passe Ici, Je Wanda, LWN, Ndem du takesh, Rumeurs du Kmer, LVDD, Ah mouf midé, Les Faiseurs de Choses, En Cuisine avec Coco, Les Ways Forts, Jaime Yaoundé, Cameroon No Stress, I love Cameroon, Page Cameroon, Culturebene.*



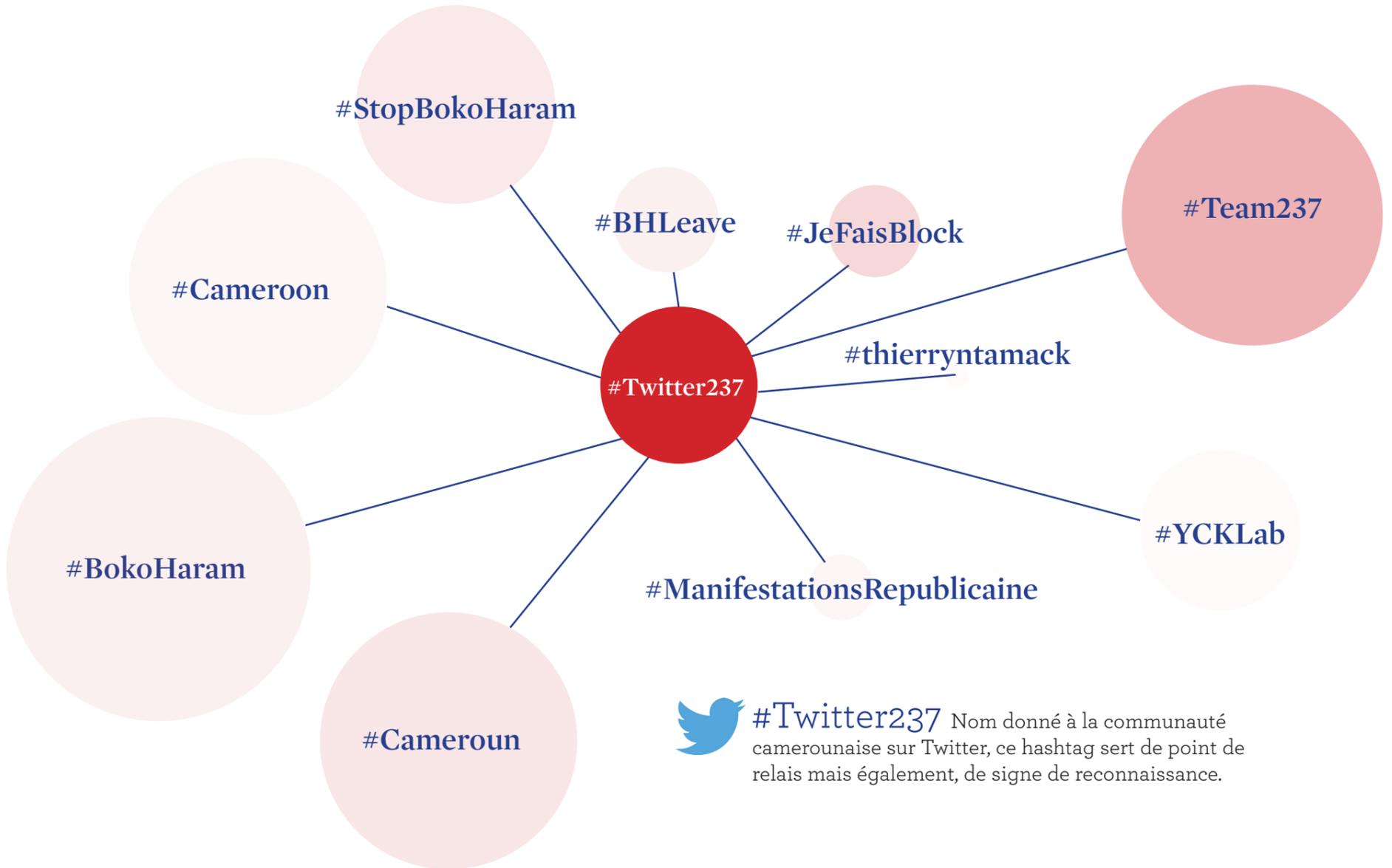
**A RETENIR - Le livestream de l'iFest par MTN :** Plusieurs mois après une tentative échouée (voir notre rapport 2013), l'iFest de MTN Cameroun a pu bénéficier d'un livestream lors de sa dernière édition de l'année 2014, plus précisément le 6 décembre 2014. Il s'agit ici du tout premier événement d'envergure organisé au Cameroun et diffusé en direct sur

Youtube. Avec près de **20.000 personnes** sur place, l'événement s'est également décliné sur les réseaux sociaux et particulièrement Twitter où il a mobilisé une moyenne de **300 utilisateurs actifs**, engendré près de **1000 tweets** avec une estimation d'impressions de tweets d'environ **2.5 millions** le soir même. (Source : Keyhole.co).

# Les hashtags camerounais qui ont marqué l'année 2014 sur Twitter

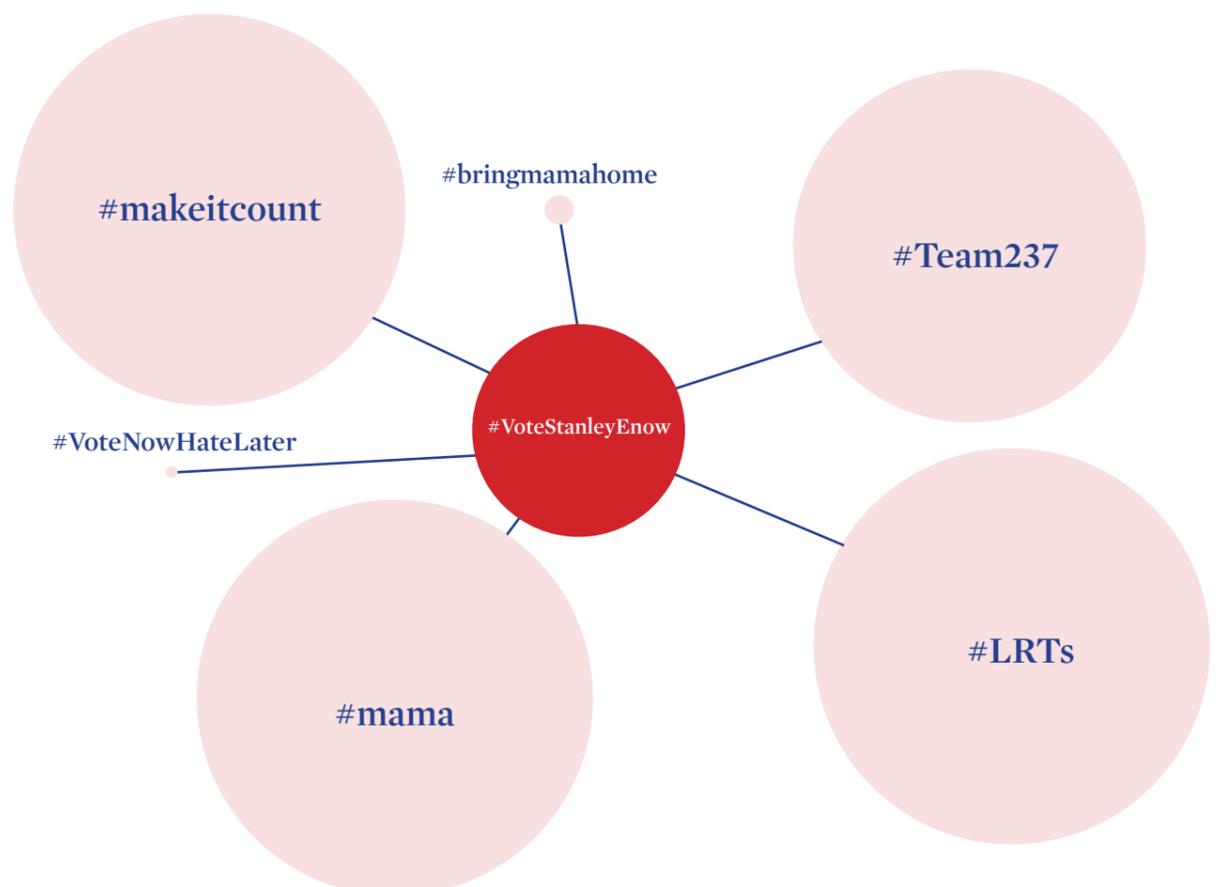
sources : twitonomy / hashtagify.me

Correlation / 100  0  Indice de Popularité



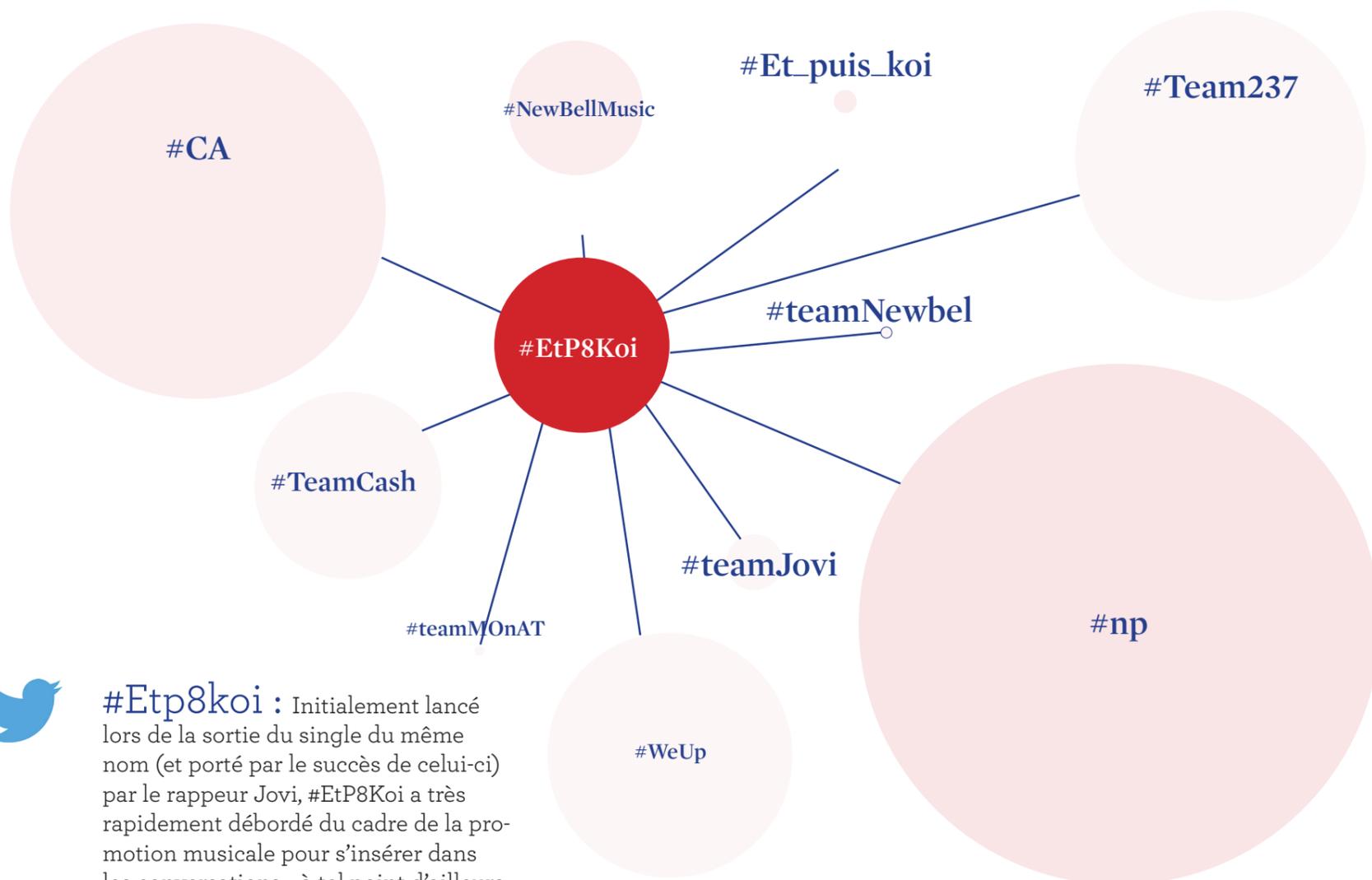
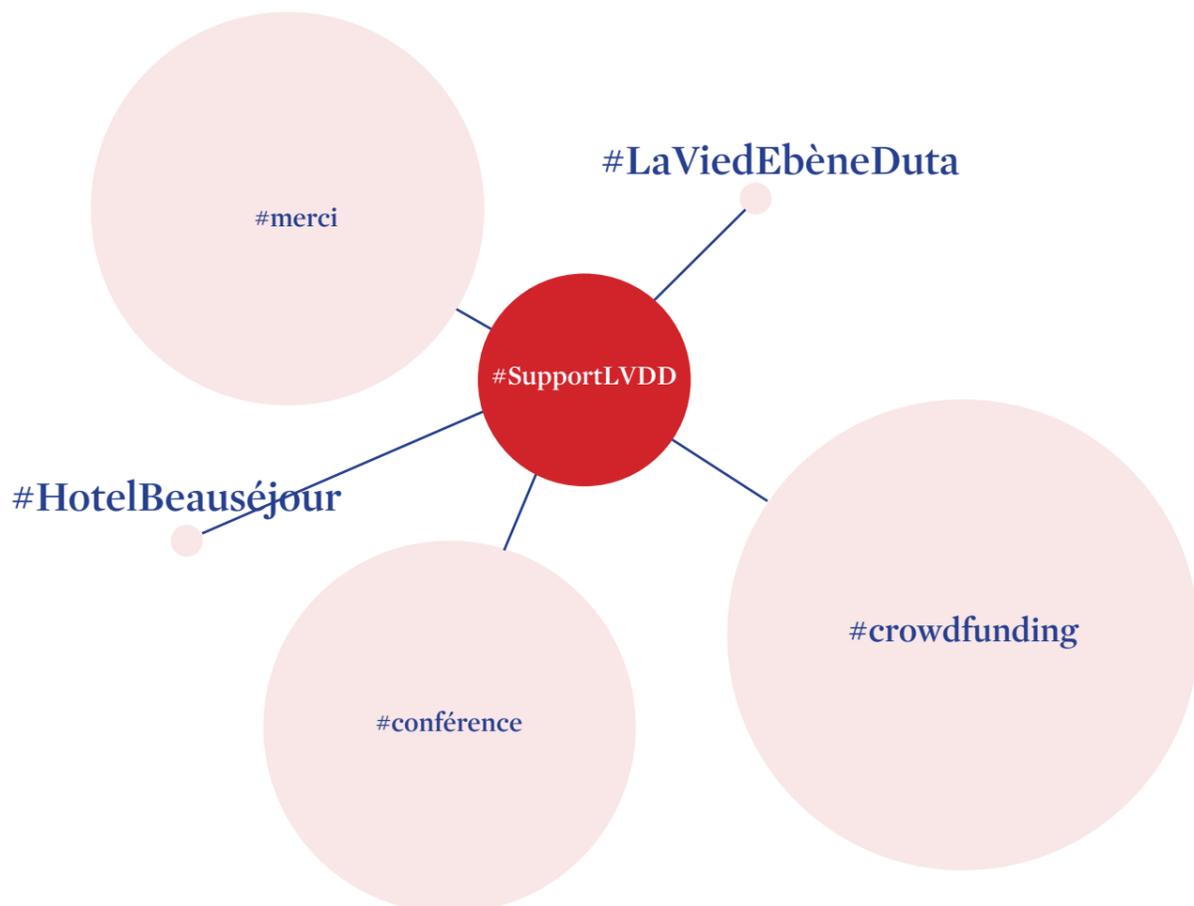
« L'utilisation de Twitter au Cameroun reste très concentrée sur Yaoundé et surtout Douala, qui figure dans le Top 10 des villes africaines les plus actives sur Twitter » (Source : Portland Communications).

 **#VoteStanleyEnow** : 1er nommé camerounais à la cérémonie de récompenses des MTV Africa Music Awards, le rappeur Stanley Enow était opposé à Burna Boy (Nigeria), Phyno (Nigeria), Heavy K (Afrique du Sud) et Uhuru (Afrique du Sud). Afin de mobiliser le maximum de votes, une campagne de votes a été lancée sur les réseaux sociaux dès le mois d'avril 2014 fin de pousser le public camerounais à soutenir l'artiste. Massivement relayé via Facebook, Twitter a été décisif dans la diffusion de l'appel aux votes. Célébrités, journalistes ou simples fans, la mobilisation s'est manifestée par un rappel quotidien à l'aide du hashtag mais également, à un appel à contribution en postant une image de soi tenant un papier où il était inscrit « Vote For Stanley Enow #MAMA ». Au mois de juin 2014, Stanley Enow a remporté le prix et par là même, démontré le potentiel de la communication digitale au Cameroun.

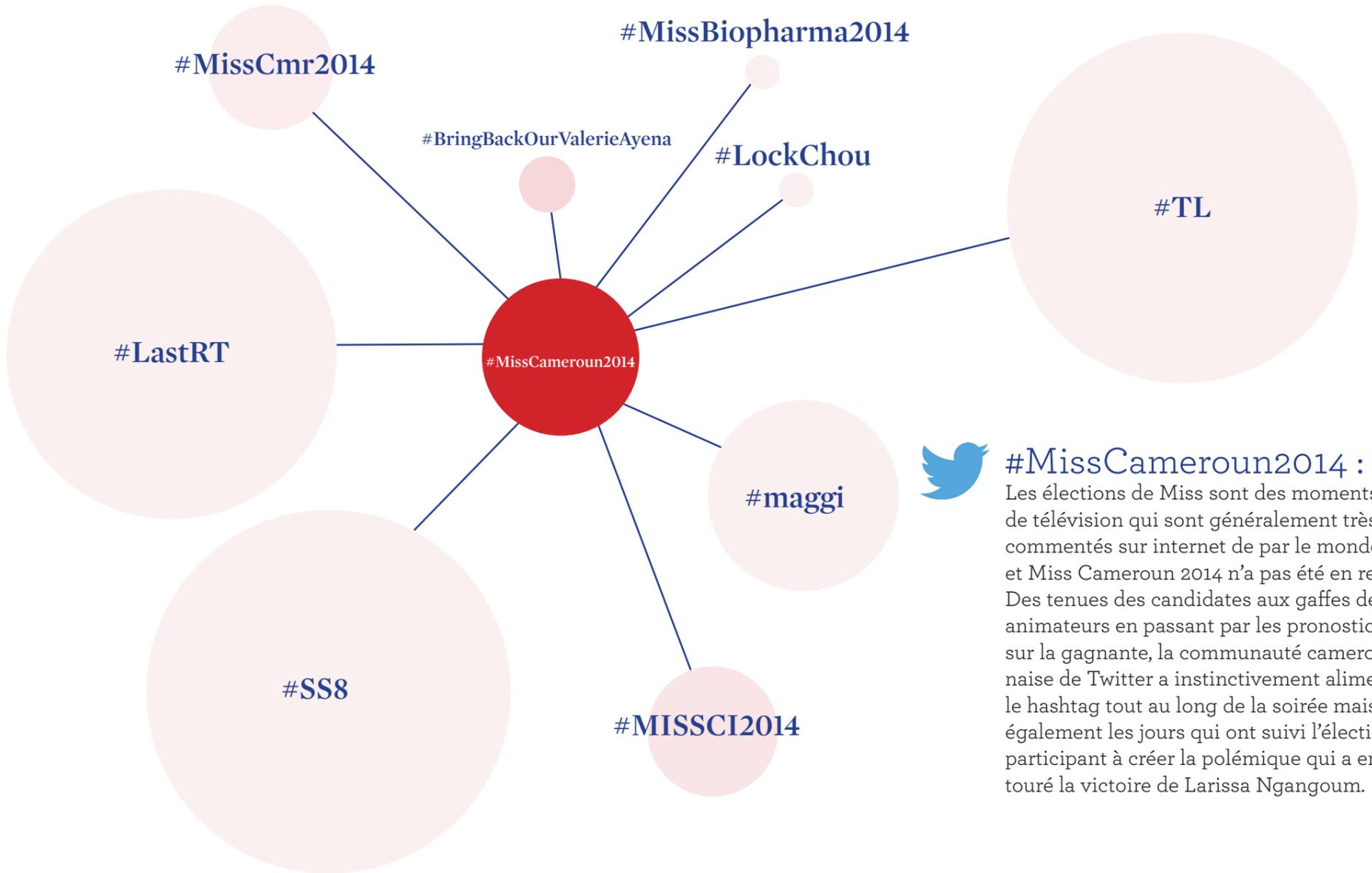




**#SupportLVDD** : Autre illustration : la campagne de levée de fonds en ligne pour financer la sortie physique de la bande dessinée « La Vie d’Ebène Duta ». Portée par Joëlle Ebongue, #SupportLVDD s’est décliné hors du web (événements, interviews radio..) et surtout sur le web (blogs, sites culturels, vidéos, réseaux sociaux). Grâce à une communauté en ligne solidaire et un buzz qui s’est bien construit sur la durée, le pari a été réussi. Sur les 8.000.000 FCFA demandés, ce sont finalement plus de 10.000.000 FCFA que la jeune femme pourra récolter au mois de février 2014, 3 mois après le lancement de la campagne.



**#Etp8koi** : Initialement lancé lors de la sortie du single du même nom (et porté par le succès de celui-ci) par le rappeur Jovi, #Etp8Koi a très rapidement débordé du cadre de la promotion musicale pour s’insérer dans les conversations... à tel point d’ailleurs, que l’opérateur MTN y fera allusion sur un de ses supports visuels quelques mois plus tard.

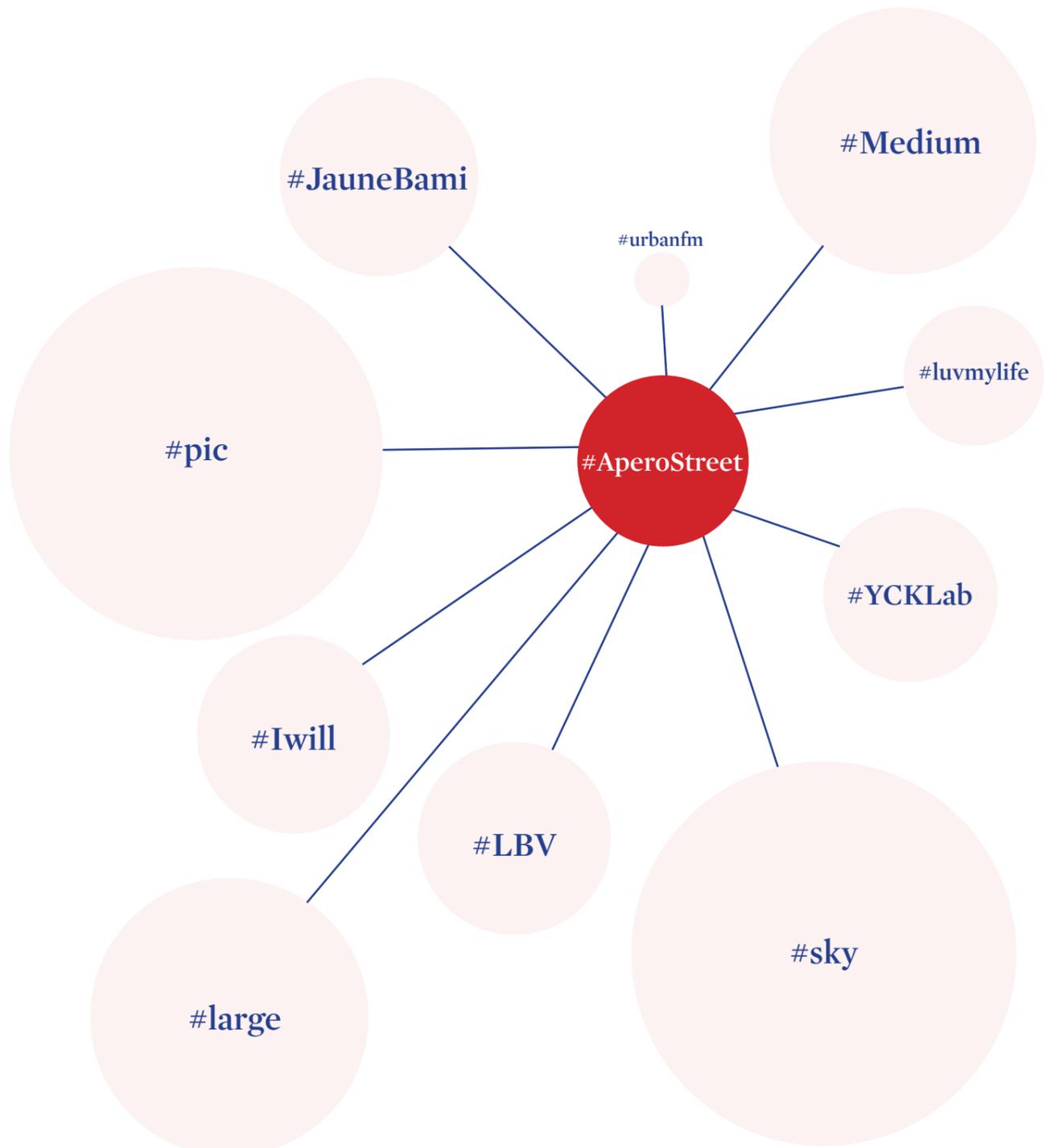


**#MissCameroun2014 :**  
 Les élections de Miss sont des moments de télévision qui sont généralement très commentés sur internet de par le monde, et Miss Cameroun 2014 n'a pas été en reste. Des tenues des candidates aux gaffes des animateurs en passant par les pronostics sur la gagnante, la communauté camerounaise de Twitter a instinctivement alimenté le hashtag tout au long de la soirée mais également les jours qui ont suivi l'élection, participant à créer la polémique qui a entouré la victoire de Larissa Ngangoum.



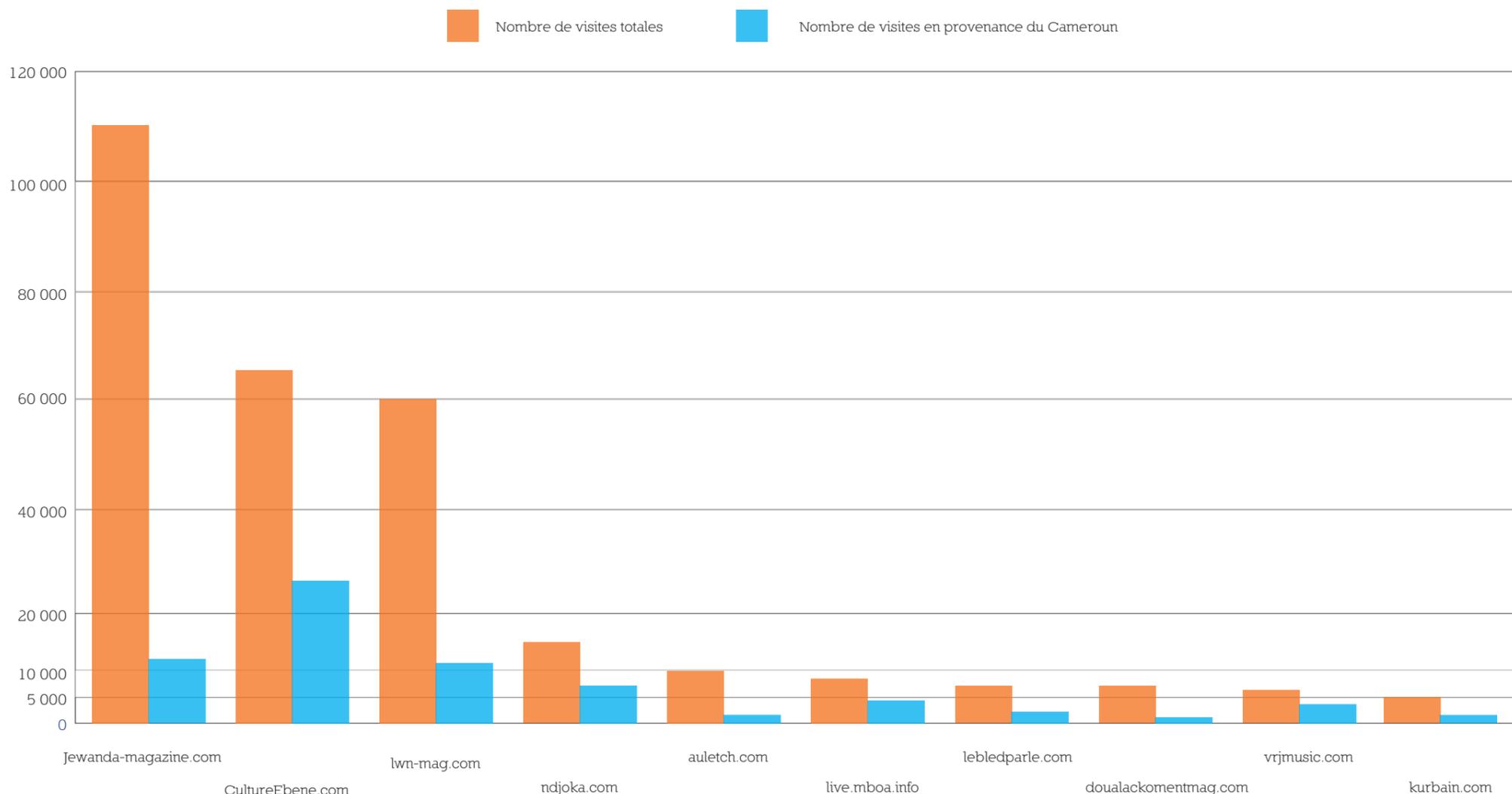
**#AperoStreet :**

Lancé pour la 1ère fois au mois de juillet 2014, APERO STREET est un événement musical, gratuit, thématique et en plein air. Sa particularité sera d'utiliser exclusivement les réseaux sociaux pour communiquer et attirer son public-cible.



# Top 10 des sites culturels les plus visités

Source des estimations: similarweb.com / Décembre 2014



## >> Classement par visites totales

- 1/Jewanda-magazine.com 110 000/mois
- 2/CultureEbene.com 65 000/mois
- 3/lwn-mag.com 60 000/mois
- 4/ndjoka.com 15 000/mois
- 5/aulech.com 10 000/mois
- 6/live.mboa.info 8 000/mois
- 7/lebledparle.com 7 000/mois
- 8/doualackomentmag.com 7 000/mois
- 9/vrjmusic.com 6 000/mois
- 10/kurbain.com 5000/mois

**TOTAL** 293 000 visiteurs

## >> Classement par visites en provenance du Cameroun

- 1/CultureEbene.com 26 481/mois
- 2/Jewanda-magazine.com 11 748/mois
- 3/lwn-mag.com 11 112/mois
- 4/ndjoka.com 6 529/mois
- 5/live.mboa.info 3 812/mois
- 6/vrjmusic.com 3 129/mois
- 7/lebledparle.com 1 971/mois
- 8/kurbain.com 1 890/mois
- 9/aulech.com 1 359/mois
- 10/doualackomentmag.com 1 220/mois

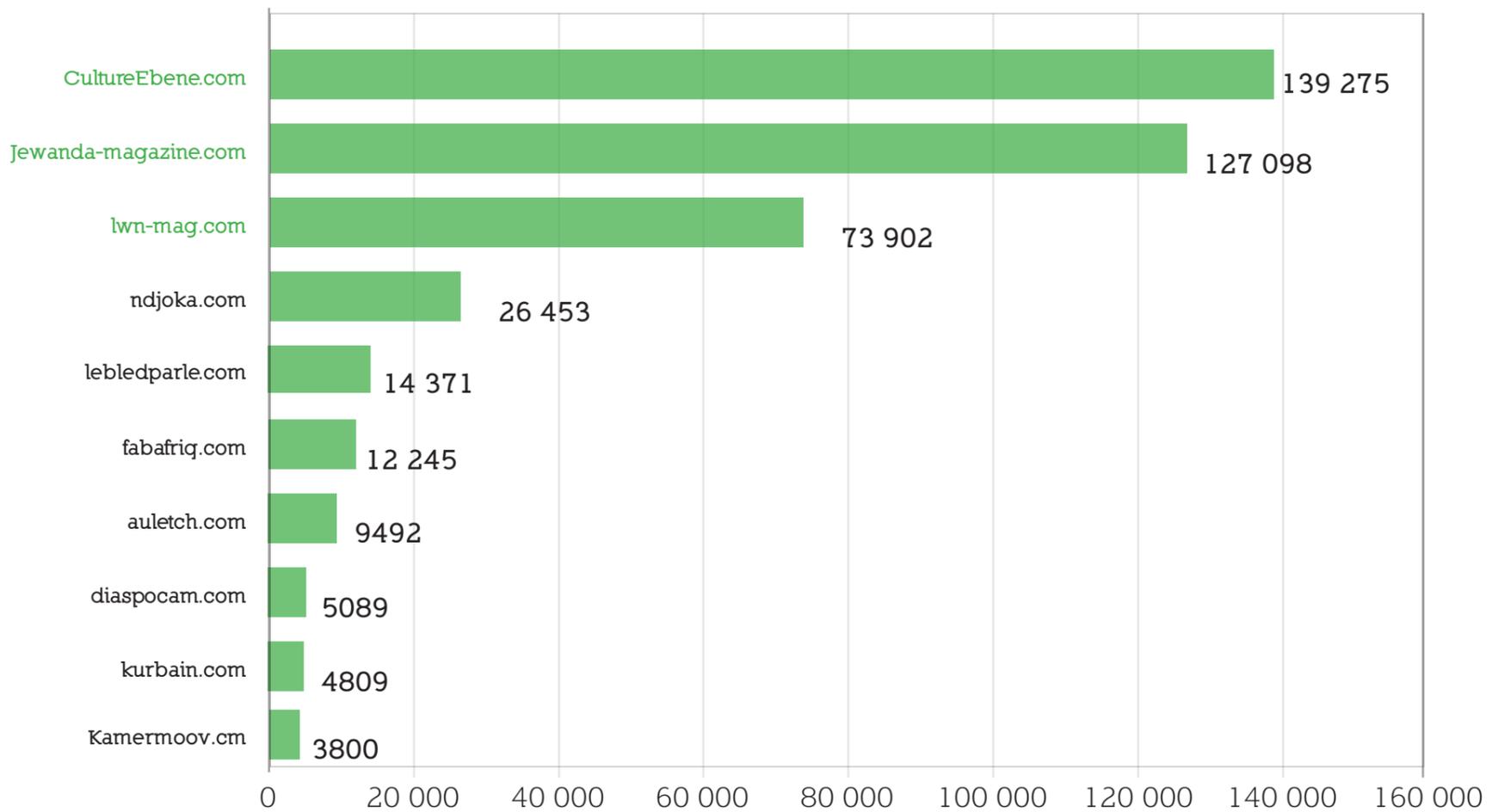
**TOTAL** 69254 visiteurs

Seulement **24%** des visiteurs des 10 sites culturels camerounais les plus visités **proviennent du Cameroun.**

## Top 10 des sites culturels sur Facebook



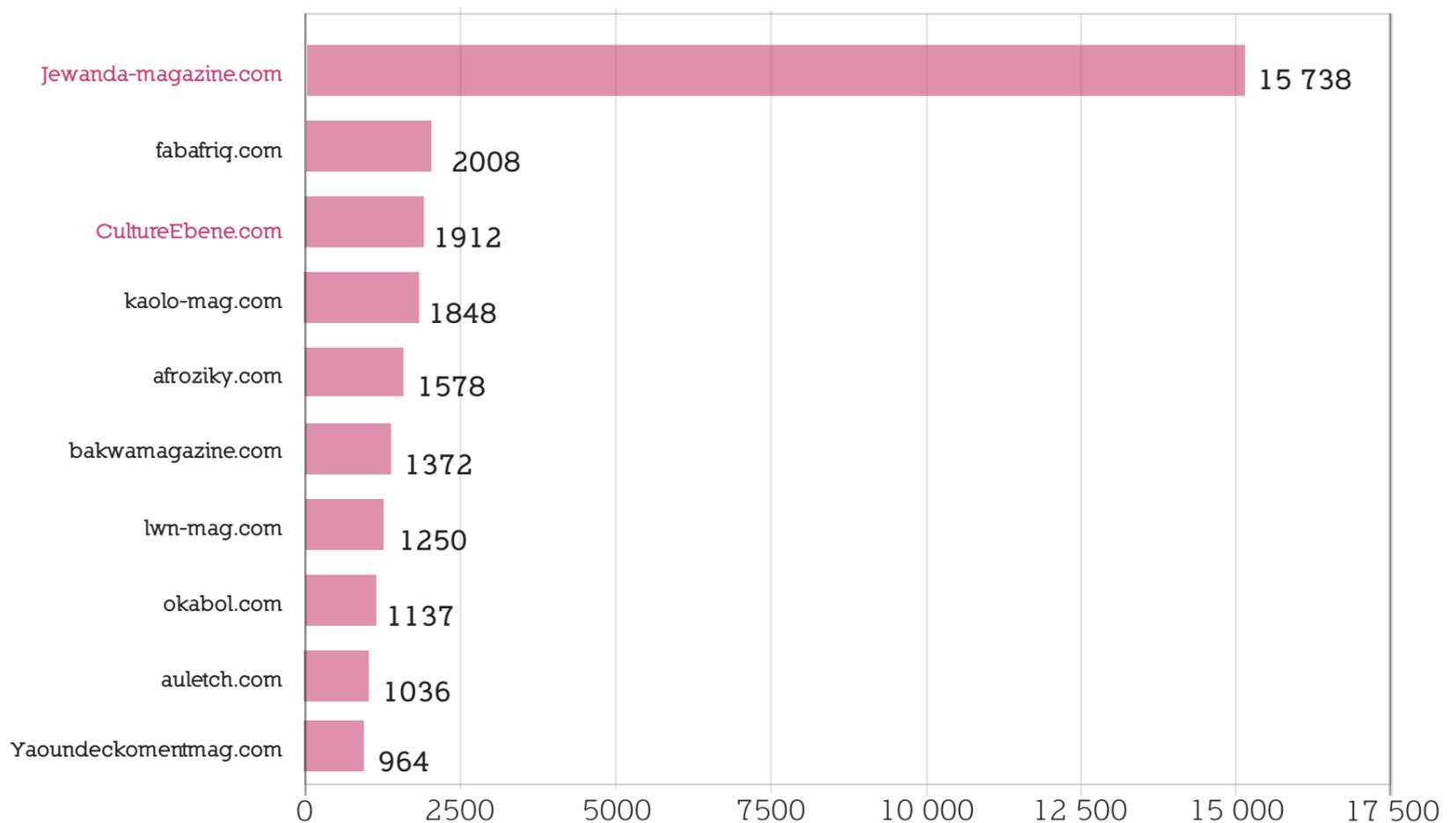
Les 3 sites culturels les plus visités sont également ceux ayant le plus de fans sur Facebook.



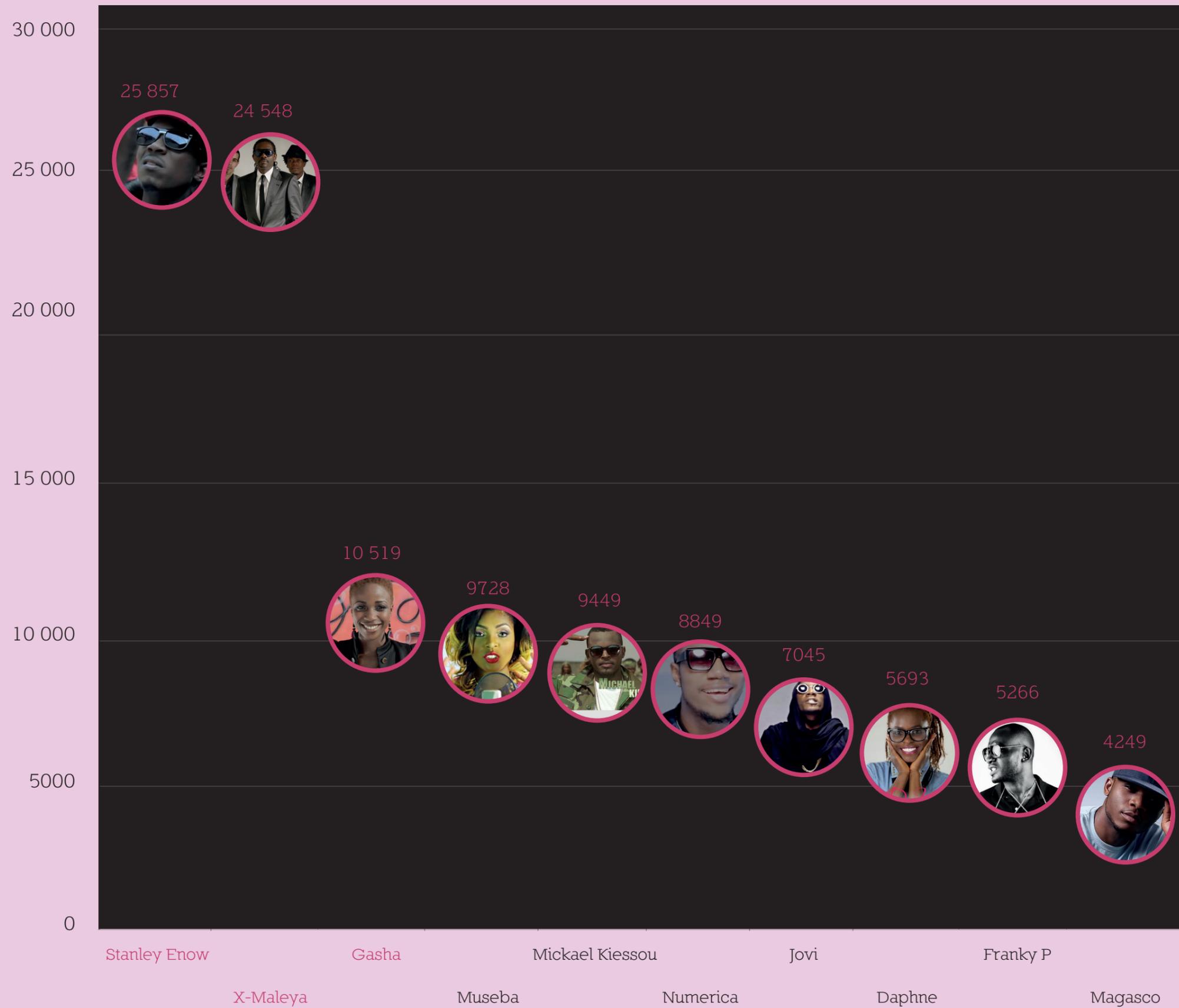
## Top 10 des sites culturels sur Twitter



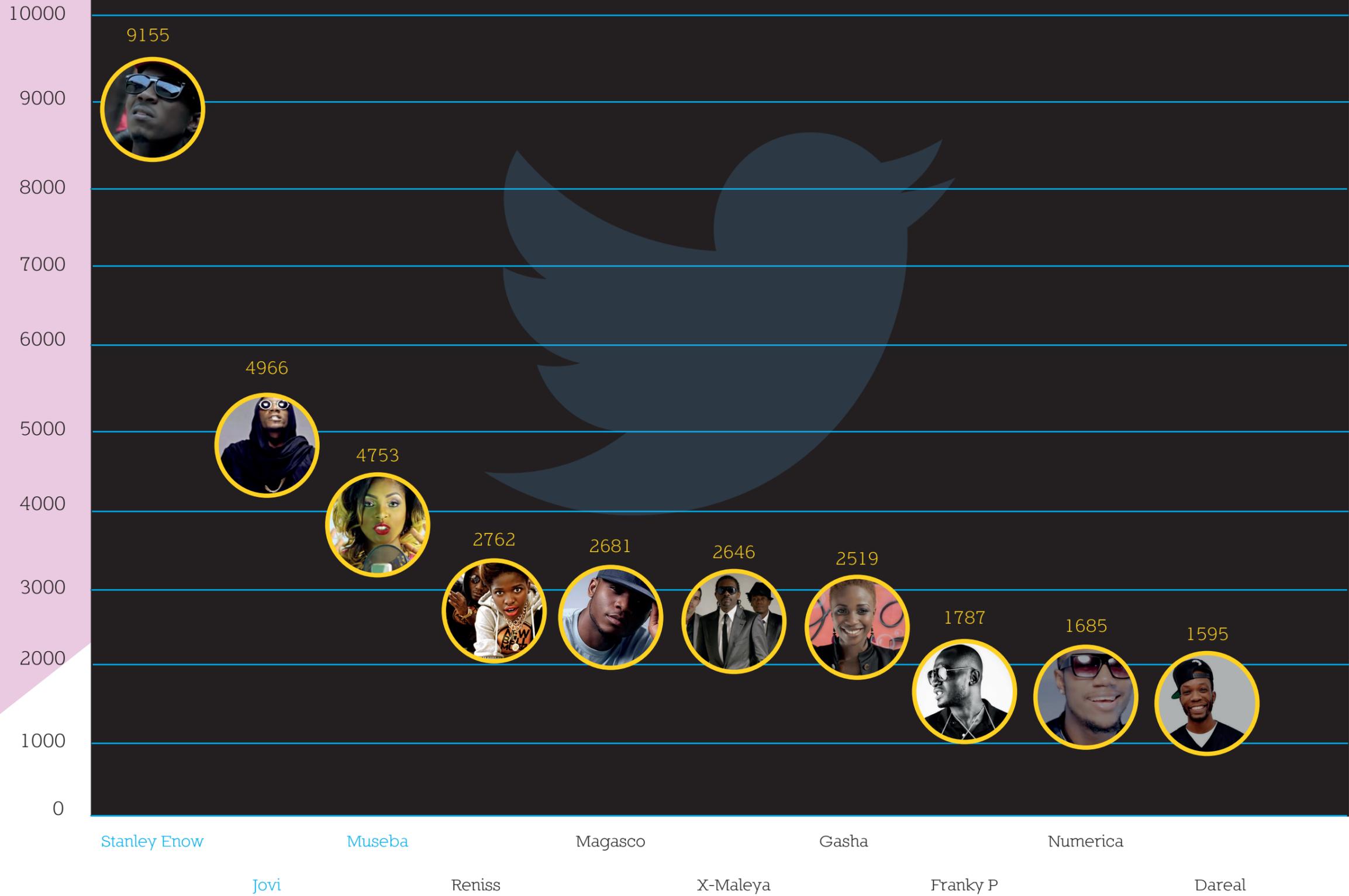
On retrouve 2 des 3 sites les plus visités parmi ceux ayant le plus de followers sur Twitter.



# Top 10 des artistes urbains les plus suivis sur Facebook

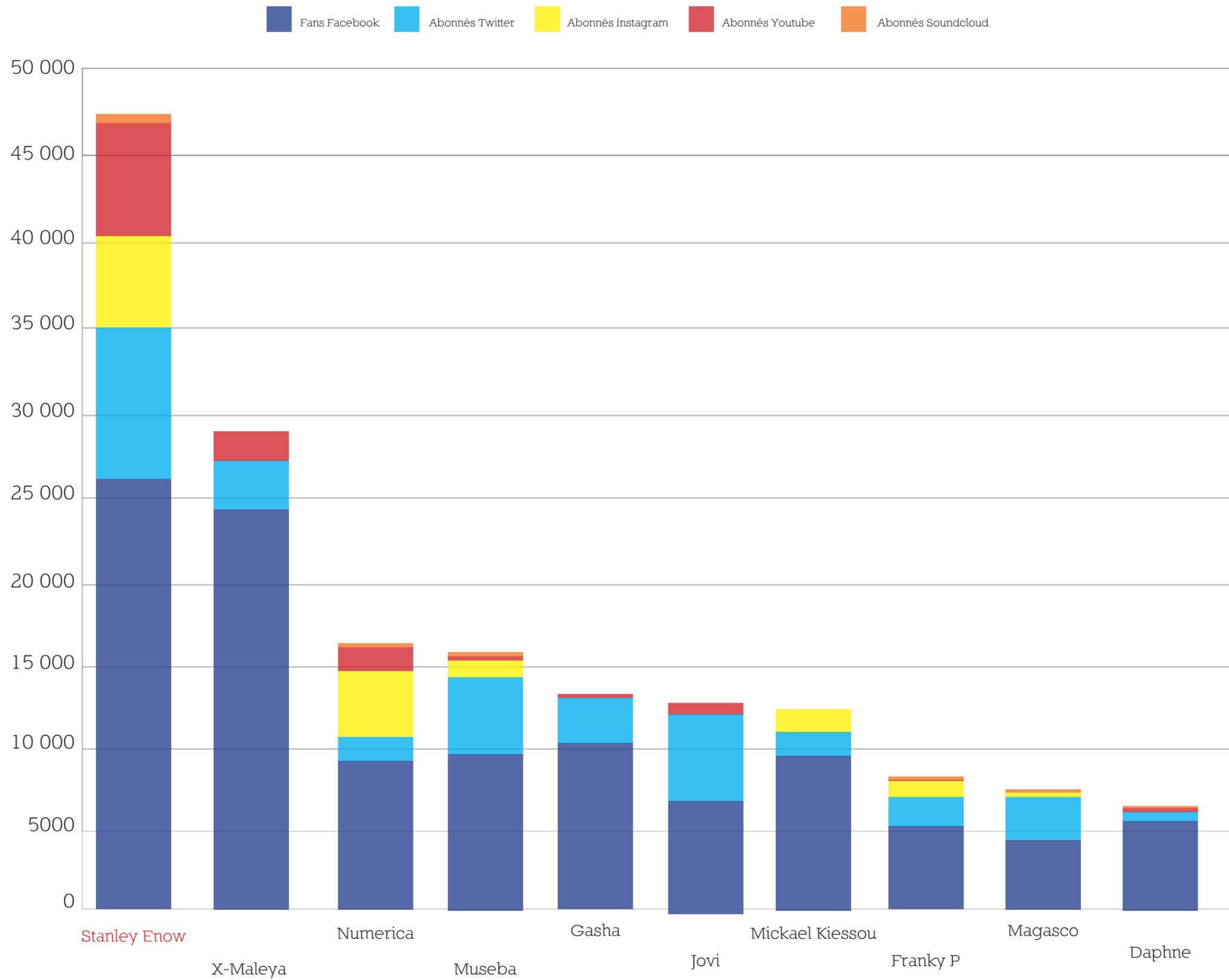


# Top 10 des artistes urbains sur Twitter



# Top 10 des artistes urbains les plus suivis sur les réseaux sociaux

Source des estimations: similarweb.com



## Le top 12 des artistes urbains sur Youtube 2014/2015

95 VIDEOS  
Visionnées :  
**+ 2 483 718** fois

Vidéo la plus regardée :

**MUSEBA**  
AFRICAN MAMA  
**+ 298 119** vues

Artiste le plus regardé

**STANLEY**  
**ENOW**  
**531 735** vues

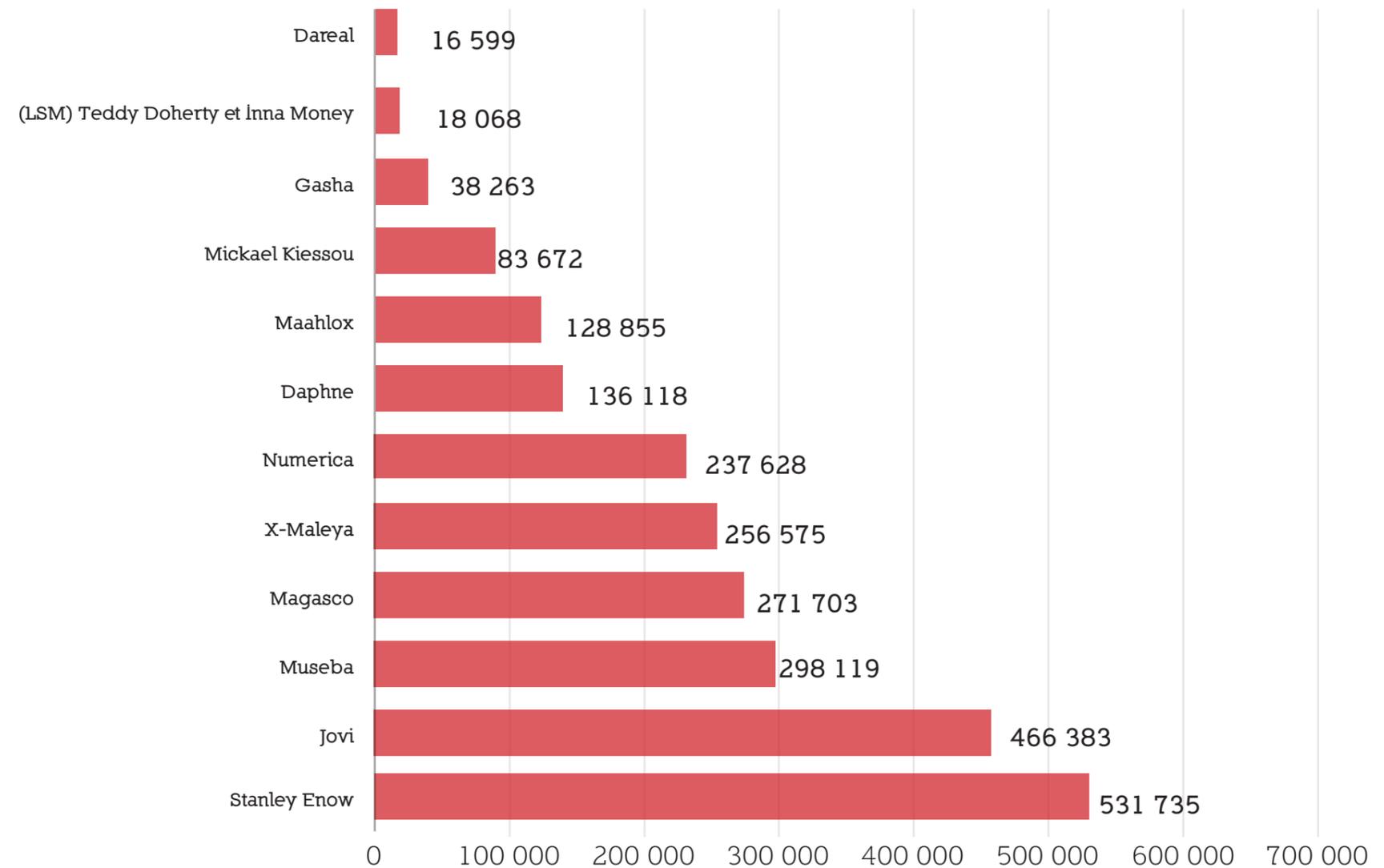
Meilleure moyenne  
de vues par clip

**JOVI**  
**+ 141 996** vues

Artiste ayant le plus de vidéos

**Michael**  
**Kiessou**  
**17 VIDEOS**

*Vues totales par artiste*



# Les 7 recommandations PANNELLE pour avoir une présence en ligne plus efficace.

## DISSOCIER LES COMPTES DU LABEL ET CEUX DE L'ARTISTE.

Très souvent, nous avons constaté que certains artistes ne possédaient pas de comptes individuels sur les différents réseaux sociaux. Leur contenu est donc partagé sous la seule et unique bannière du label.

Cette situation devient assez problématique d'une part, pour déterminer précisément pour quel artiste, les auditeurs / fans / followers suivent le compte et d'autre part, en cas de fin de collaboration entre l'artiste et son label, la situation peut très vite dégénérer avec une suppression totale du contenu de l'artiste. Un des exemples les plus récents, est celui de Gasha et de Steven's Music dont la fin de collaboration a contraint la chanteuse à repartir de zéro sur le portail YouTube.

Le label peut très bien posséder ses propres comptes mais il est impératif pour chaque artiste de posséder les siens également, cela est vital pour une gestion optimale sur le long terme.

## CRÉER / METTRE À JOUR ET MAINTENIR VOTRE SITE INTERNET

Si vous n'avez pas de site internet, c'est le moment d'en créer un. Il est vital d'avoir un site internet car ce dernier vous permettra de centraliser toute votre actualité sur une plateforme dont vous êtes propriétaire, contrairement aux réseaux sociaux.

Par ailleurs, votre site doit être relié à tous vos réseaux sociaux. N'oubliez pas d'enrichir votre site avec tous vos contenus médias : photos, vidéos, audio, etc. Et enfin, pensez à mettre à jour votre site internet de façon régulière, sans quoi il ne sera pas d'une très grande utilité.

## POSTEZ TRÈS RÉGULIÈREMENT DU CONTENU

Ceci ne devrait pas être un secret mais les artistes postant le plus régulièrement du contenu sont ceux qui possèdent les meilleurs chiffres sur les différents réseaux sociaux. 2 posts minimum par semaine, c'est le rythme des artistes urbains les plus performants au Cameroun sur les réseaux sociaux. (cf Stanley Enow)

## VARIEZ ET ADAPTEZ LA NATURE DES CONTENUS POSTÉS.

Ne postez pas uniquement des images/vidéos de promotion directes, vous pouvez également utiliser tout ce qui est contenu backstage, studio, rencontre avec le public, illustrations de fans, en plus des classiques liens YouTube/Soundcloud. N'hésitez pas également à faire participer votre fan base en organisant des concours (remix, photos, affiches, vidéos, etc.)

## SUPPRIMER VOS COMPTES RÉSEAUX SOCIAUX INACTIFS

Si vous ne postez pas régulièrement sur un compte réseau social, nous recommandons de le supprimer, et de vous concentrer sur ceux où vous êtes vraiment actif. Laisser un compte ouvert où la dernière actualisation visible date d'il y a plus de trois mois (voire deux ans) n'est clairement pas bon pour votre image de marque en ligne.

## AVOIR DES VIDÉOS DE QUALITÉ.

Au delà de la qualité de la musique, le public est de plus en plus attentif à la qualité des différentes vidéos réalisées par les artistes.

Augmenter la qualité de vos vidéos peut vous permettre de vous démarquer en plus de la qualité de votre musique. L'exemple le plus frappant est le rappeur Jovi. Il n'est pas l'artiste ayant le plus de vidéos sur l'année écoulée, cependant en conceptualisant ses clips, il s'est donné la possibilité de faire entrer plus facilement le public dans son riche univers artistique. Un point de fidélisation important pour son public et un point d'accroche pour séduire au-delà de sa base de fans.

Nous sommes dans une ère où la qualité du clip compte tout autant voir plus que la qualité de l'audio.

## NE PAS AVOIR PLUSIEURS COMPTES SUR LE MÊME RÉSEAU SOCIAL

Il n'y a aucune utilité à posséder deux ou trois pages Facebook ou deux comptes Twitter, vous allez disperser votre audience et elle ne saura plus quand et où trouver l'information pertinente vous concernant.

Par ailleurs, certains artistes ont tendance à confondre leurs profils personnels avec des pages ou comptes professionnels. Or, il faut savoir que :

- Tout le monde n'est pas sensé connaître vos comptes personnels
- Si on prend l'exemple de Facebook, les possibilités analytiques sont infiniment supérieures en ayant une « Page fan » et vous n'avez pas de limite en terme de nombre, tandis qu'un compte personnel a une limite de 5000 « amis ». Avoir une page officielle crée un point de concentration, permet de vous trouver plus facilement et surtout, vous permet de mieux connaître vos fans en analysant la manière dont ils réagissent aux différents types de contenu que vous postez.

# CHAPITRE IV – MEDIAS (TV & RADIO)

Les talk-shows culturels restent moins nombreux que leurs équivalents politiques. Dans ce contexte, deux principales émissions tirent leur épingle du jeu :



**JAMBO** : présentée par l'ancien humoriste Tchop Tchop, entouré de 2 chroniqueurs (Kelly White et Le Sénateur Kletus), « Jambo » est la grande messe commerciale du dimanche après-midi sur la chaîne Canal2. Bénéficiant d'une très grande popularité sur ce créneau horaire, l'émission sert surtout de

plateforme de promotion tout azimut. Événements, avant-première de clips, nouveaux produits de consommation ou établissements de loisirs... l'émission est devenue un passage obligé pour la plupart des entreprises privées ou des promoteurs culturels.

D'autres émissions ou talk-shows servant à la promotion culturelle existent dans le paysage audiovisuel privé, notamment « Afrobuzz Doua-

la », animé par Laura Dave sur la chaîne Vox Africa ou encore « The Rendez Vous » présenté par Solange Kiki Beyala.



**TAM TAM WEEK-END** : Émission culte de la chaîne nationale CRTV et diffusée le dimanche, Tam Tam Week End est en perte de vitesse depuis l'avènement de la télévision privée au Cameroun. Début février 2014, l'animateur Eric Nya a pris la main de la pré-

sentation du programme, et n'hésite pas à le moderniser progressivement. Un autre programme culturel de la CRTV qui a également bénéficié de quelques aménagements en 2014 est « Planète Stars », présenté par Alain Dexter.

On note également l'arrivée de « K-Tapul't », un nouveau talk-show produit par la société Maraboo TV et diffusé le samedi soir à 21h sur la chaîne Canal2. Toujours sur la même chaîne, MBOA, le célèbre programme télévisé dédié au Hip Hop, produit et animé par Tony

Nobody a été diffusé et rediffusé pendant toute l'année 2014.. mais de manière irrégulière et parfois, sans bande-annonce. Idem pour « Canal 2 Hit », autre émission musicale de la chaîne, animée par Jo Matrix le samedi en fin d'après-midi.



Et enfin, dans le registre cinéma, CRTV a innové au mois d'août 2014 avec « On7 », une toute nouvelle émission dédiée au cinéma africain et plus précisément camerounais. Présenté par Willy Stephane

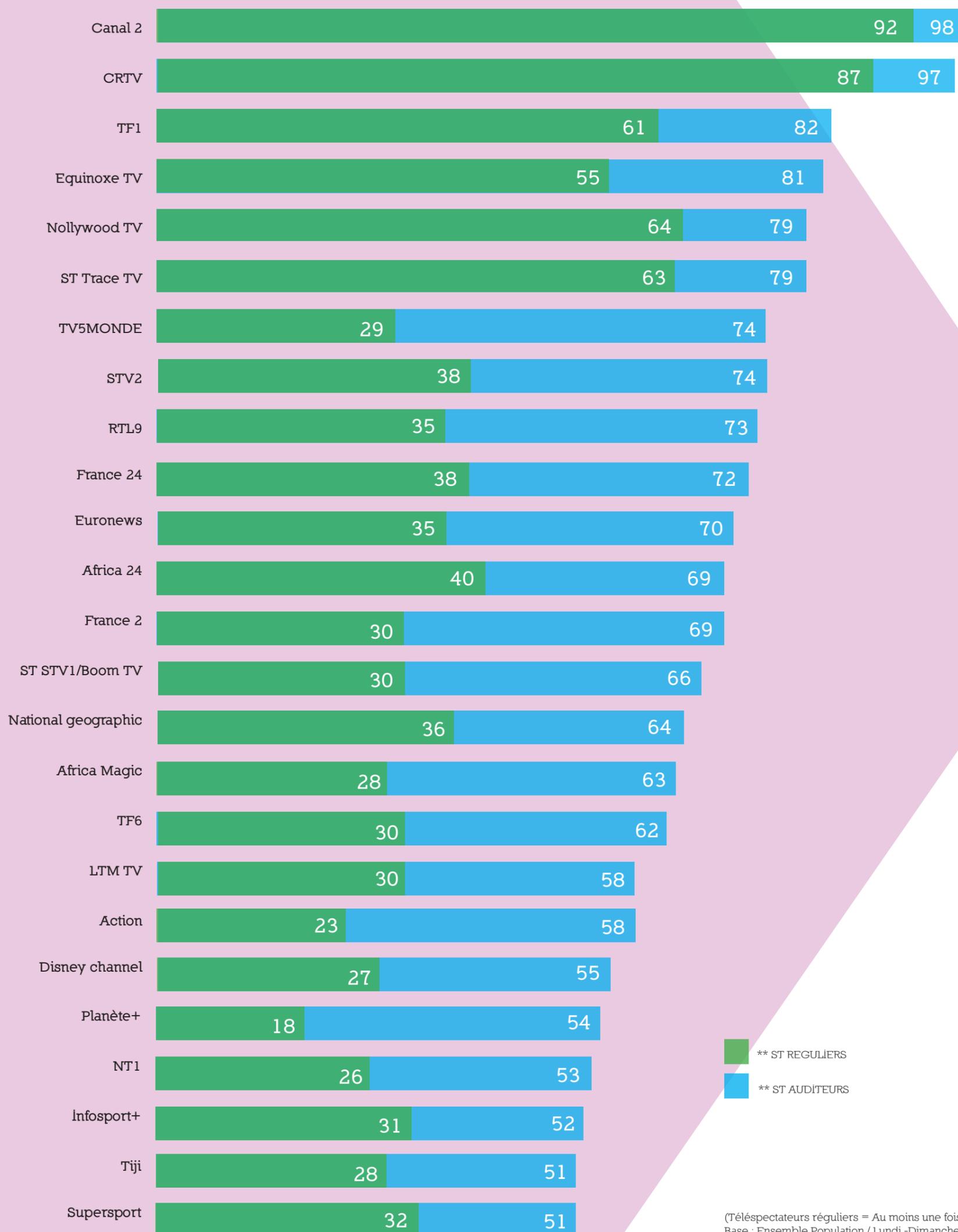
et Ade Kelly, le programme met en lumière les acteurs, producteurs et événements liés au 7ème art. La diffusion de l'émission a lieu le samedi à 19h.

**L'émission Urban'iz s'est offert un « lifting » en 2014** : Nouvel habillage, nouvelles rubriques, le programme présenté par l'animateur Fidjil et diffusé sur Equinoxe TV, reste le plus incontournable du paysage audiovisuel camerounais en matière de culture urbaine et plus précisément, de musique.

Toujours sur la même chaîne (Equinoxe TV), « Youth Inside » diffusé le samedi après-midi, reste un programme-phare pour la jeunesse et bénéficie désormais de quelques nouveaux animateurs.

# Top 25 des chaînes les plus regardées au Cameroun

*En terme d'habitude d'écoute (%)*



\*\* ST REGULIERS  
\*\* ST AUDITEURS

(Télespectateurs réguliers = Au moins une fois par semaine)  
Base : Ensemble Population / Lundi -Dimanche

source: TNS SOFRES 2014



De par sa notoriété, son réseau de diffusion et son budget de fonctionnement, le groupe TRACE TV reste le leader dans la diffusion musicale télévisée au Cameroun : elle est la 3ème chaîne la plus regardée toutes chaînes confondues et la 1ère chaîne musicale en termes d'audience quotidienne, d'après une étude TNS Sofres 2014.



Mais cela n'empêche pas des chaînes locales spécialisées de voir le jour. On pense notamment à Boom TV (Groupe STV), à Canal2Music, à UrbanTV Africa ou à Vi.Be, lancée par le réalisateur Napster Kallash. Il a également lancé courant 2014 la chaîne Hip Hop TV, qui pour l'instant n'émet que dans la ville de Yaoundé.

## RADIO

Du côté de la radio, l'émission Génération 2.0 de Nostalgie Cameroun a en 2014, confirmé son statut d'émission de référence sur la culture et les tendances urbaines. Animée du lundi au vendredi de 16h à 18h par Brice Albin et quelques chroniqueurs, le programme accueille la majorité des acteurs du show business et plus particulièrement, de la musique. Par ailleurs, de nombreux titres ou informations y sont diffusés en exclusivité.



**96 FM**  
**NOSTALGIE**  
 ça surprend au début...et après aussi !  
**Génération 2.0**  
 Du Lundi au Vendredi (16h-18h)  
 Avec *Brice ALBIN*



D'autres émissions plus ou moins sur le même créneau telles que « WAKA » et « Chez Koppo » ont également vu le jour sur Afrik 2 Radio, basée à Yaoundé, ainsi que deux émissions 100% urbaines (« Voltage » et « Wesh Attitude ») sur la station Mo'Radio.

Toujours du côté de Yaoundé, Eric Fopou-Sy a reçu plusieurs acteurs culturels dans son émission « La maximale » sur Kalak FM. Notons également l'arrivée de la station radio ELL FM à Douala, qui accueille également des personnalités issues du milieu culturel de manière régulière, sans oublier « Mes Potes du Samedi » sur Equinoxe Radio et « Le Métro du Soir » sur RTM, animé par Bonas Fotio.

# CHAPITRE V - ÉVÉNEMENTIEL



### MISS CAMEROUN 2014

Suivant le gain d'intérêt suscité par la présence de Valérie Ayena en tant que Miss Cameroun à Miss World 2013, l'élection de Miss Cameroun 2014 a été un des événements les plus suivis aussi bien en Offline qu'en Online. Le parcours des candidates, le casting ainsi que le soutien de nouveaux sponsors ont su créer l'attente au sein du public.

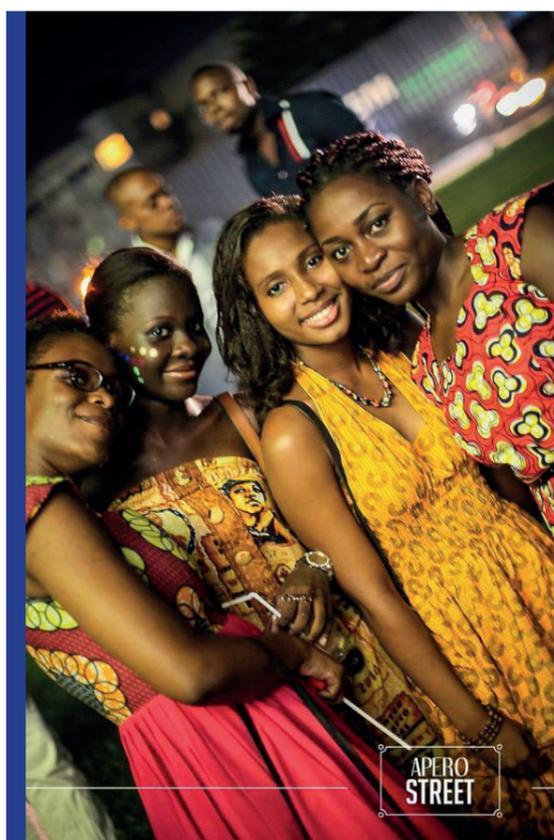
Retransmis en direct depuis le Palais des Congrès de Yaoundé le 25 juillet 2014 sur la chaîne nationale CRTV, l'élection se tiendra de 20h à 2h du matin environ, heure à laquelle Larissa N'gangoum, candidate basée aux Etats-Unis, sera choisie pour porter la couronne. Entre discrédit sur la légitimité de la jeune femme à participer au concours et les nombreux couacs de la soirée, l'édition 2014 de Miss Cameroun sera très commentée dès le lendemain, dans la presse comme sur les réseaux sociaux (voir page 21).



### MISS BIOPHARMA 2014

Le groupe cosmétique Biopharma, leader national dans le secteur de l'Hygiène et de la beauté, a déployé une activation en plusieurs étapes pour le lancement de son nouveau produit nommé « BALNÉO ». Faisant appel à deux ambassadeurs (les artistes Lynnsha et Kaysha) pour des affiches et des spots publicitaires bilingues, le groupe s'est également appuyé sur l'événementiel afin de donner le maximum de visibilité au produit. Biopharma a notamment organisé plusieurs activités (défilés etc) dans le stand érigé lors du salon PROMOTE (décembre 2014), mais surtout, la marque a lancé son propre concours de beauté. Intitulé « Miss Biopharma », ce concours s'est tenu de la mi-octobre à la mi-décembre, avec des castings organisés à-travers le pays et retranscrits via la télévision, le site web et la page Facebook officielle de Biopharma.

C'est le 12 décembre 2014 que se tiendra la finale, diffusée en direct sur la 2ème chaîne télévisée du pays, Canal 2. Prestation d'artistes (Teeyah, Viviane N'dour.), défilé des candidates et discours à la gloire de la marque... Biopharma a bénéficié d'un temps d'antenne considérable en prime-time pour diffuser son message auprès des consommateurs. La gagnante, Tinanga Jessy Keyliane, a remporté un contrat d'ambassadrice des Laboratoires Biopharma, d'une durée d'un an. Niveau organisationnel, très rapidement mis en comparaison avec l'élection Miss Cameroun et Miss Prestige, « Miss Biopharma » aura marqué les esprits par la qualité globale de son déroulement, bien que plusieurs points cruciaux restent à améliorer pour les prochaines éditions.



### APÉRO STREET ET FREAKY FRIDAYZ

Lancé au mois de juillet 2014 à Douala, Apero Street est un événement musical thématique, en plein air et gratuit d'accès.

Grâce à une communication exclusivement web et un bouche-à-oreille efficace auprès de son cœur de cible, l'événement a grandi très rapidement et séduit la jeunesse urbaine camerounaise. Désormais sponsorisé, notamment par l'opérateur téléphonique MTN Cameroun et la marque d'alcool Johnnie Walker, Apero Street en est déjà à sa 9ème édition et s'est même déporté à Yaoundé, à Kribi ainsi qu'au Gabon.

Un autre événement au format semblable qui a vu le jour en 2014 est « Freaky Fridayz ». Fortement axé sur la musique urbaine également et gratuit, il a lieu un vendredi par mois à Bonanjo, quartier d'affaires de la ville de Douala.





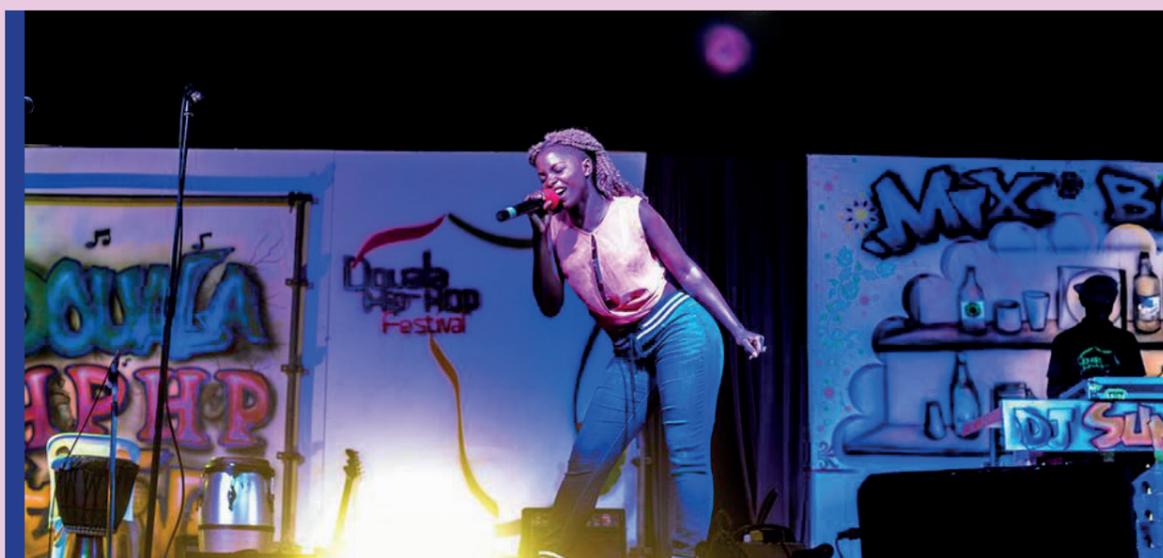
## STM HANGOUT

Organisé par le label STM Records au sein de la Fondation Tutu Muna de Yaoundé, « STM Hangout » est un événement spécialement conçu pour mettre en valeur la nouvelle génération montante de la musique urbaine au Cameroun. Plus proche du format « Showcase » et « Open Mic » que du concert classique, l'événement en est à sa 2ème édition et son succès devrait croître en 2015.

## MTN IFEST (voir page 18)

## SALON PROMOTE

Habituellement réservé au milieu de l'entreprise et au secteur des services, l'événement PROMOTE 2014 – qui se tient tous les deux ans – a cette fois-ci ouvert plus grandement ses portes au secteur culturel. De par l'appui gouvernemental reçu, la date de sa tenue (fêtes de fin d'année), le nombre d'exposants et son emplacement géographique, PROMOTE a attiré un public très nombreux, certains chiffres évoquant 150.000 visiteurs. La présence de la majorité des chaînes télévisées et radio sur place aidant, le salon PROMOTE a également servi de plateforme de promotion artistique et culturelle, notamment pour des événements (concerts, galas, défilés..).



## DOUALA HIP HOP FESTIVAL

Du 27 au 29 décembre 2014, s'est tenue la 4ème édition du Douala Hip Hop Festival au quartier Bonapriso, organisée par les structures Black Mountain et Green Grass. Sur le thème « Hip Hop et Développement Culturel en Afrique », plusieurs ateliers ont eu lieu (Danse, Écriture de textes..) ainsi que des débats et enfin, des concerts en soirée.

**GRAND ABSENT : LES SONNAH** Les Cameroon Academy Awards (voir notre Rapport 2013), qui ont eu lieu en décembre 2013 à Yaoundé, n'ont pas eu d'édition 2014. Aucune explication sur la non-tenue de l'événement n'a été officiellement fournie à ce jour.

# REMERCIEMENTS

Nous vous remercions d'avoir parcouru le Rapport PANNELLE 2014 sur la Culture Urbaine au Cameroun.

Si vous souhaitez contacter notre agence suite à ce rapport ou en savoir plus sur nos clients, projets et services, merci d'écrire à l'adresse suivante :

**contact@pannelle.com** ou encore de visiter notre site web : **www.pannelle.com**

