N° 001 / Bimestriel

PROJECTEUR magazine

DOSSIER
LES BANQUES AFRICAINES DOIVENT-ELLES CRAINDRE LA MONTÉE DES CRYPTO-MONNAIES ?

LE MOT DE L'EXPERT
CROISSANCE DE L'IA : UNE NÉCESSITÉ POUR LE SECTEUR BANCAIRE ?

RENCONTRE AVEC EUGÈNE YOTA, PCA ET BERTIN TONLEU, DG DE LA MICROFINANCE FOCEP S.A

Being creative is like giving life, it is literally giving birth to new opportunities, new concepts, new thoughts. And we all know how laborious it is to give life...

Glenn Nzume

COO at ALM CS

SOMMAIRE

7

Les banques africaines doivent-elles craindre la montée en puissance des crypto-monnaies ?

16

Les invités du mois

33

Une marque forte et puissante pour une performance business remarquable : application au secteur bancaire

DOSSIER

7 Les banques africaines doivent-elles craindre la montée en puissance des crypto-monnaies ?
9 Financement des PME : Qu'est-ce qui bloque ?

ENTREPRENEURIAT

13 Elle Fabrique du « vin «Made In Cameroun à partir de cerises exotiques et d'ananas

LA GRANDE INTERVIEW

16 les invités du mois

ABC DE LA BOURSE

19 introduction en bourse : qu'est-ce que c'est ?

CONSEILS RH

20 Quelques conseils pour attirer des candidats passifs
21 Comment construire son plan de carrière? Quelques astuces pour le réaliser
22 Ce que certains managers n'ont pas compris
23 Embauche: Un bon CV ne suffit pas pour décrocher un emploi !

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

24 Vaincre l'insatisfaction dans son travail
25 4 bonnes raisons pour lesquelles vous devez absolument faire l'onboarding de vos collaborateurs

A LA DÉCOUVERTE DES MÉTIERS

27 entretien avec Orphelia Julie Ngouang Boupda

LE MANAGER DU MOIS

28 Abakal Mahamat, l'exemple à suivre !

LE MOT DE L'EXPERT

29 La croissance de l'intelligence artificielle (IA) : Une nécessité pour le secteur bancaire au Cameroun

PAIE ET FISCALITÉ

31 Quels sont les droits à payer à un travailleur en cas de départ à la retraite ?

BRAND SPACE

33 Une marque forte et puissante pour une performance business remarquable : Application au secteur bancaire
36 Découvrez comment une agence de branding peut aider votre entreprise à at teindre ses objectifs

LE POINT DROIT

38 Quelles sont les différentes obligations juridiques et fiscales d'une entreprise ?

INSPIRATION D'AILLEURS !

39 Landry MILINGO, fondateur de LIBOKE, l'ONG qui vole au secours des personnes vulnérables en Afrique

LES BONS COINS DU 237

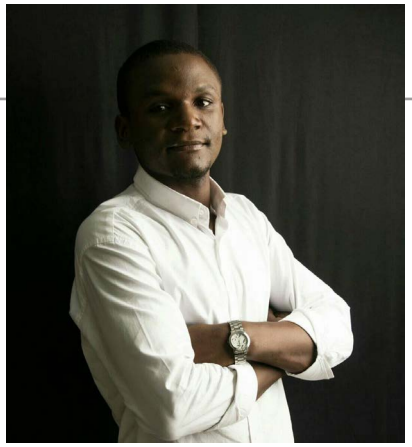
41 Découvrez l'hybride 237

EDTECH

42 STUDIES HOLDING, la startup EdTech qui révolutionne l'éducation, l'apprentis sage et la vie professionnelle

FOCUS

44 14 femmes qui performent dans l'univers RH



FABRICE TIENTCHEU
Directeur de Publication
de Projecteur magazine

SUR LES PAS DES GRANDS !

Vous avez sous les yeux, notre tout nouveau bébé. Oui, le premier numéro du magazine est enfin sorti ! Nous sommes ravis de pouvoir enfin partager cela avec vous. C'est un moment important pour notre média parce qu'il marque définitivement notre entrée dans la « cour des grands ».

Le lancement de ce média s'inscrit dans une grande aventure dont les premiers pas ont été posés il y a quelques années par un jeune de 25 ans, passionné par les métiers de la communication.

Comme vous le savez, Projecteur magazine est un média qui célèbre les dirigeants, entrepreneurs et cadres d'entreprises qui travaillent sans relâche pour construire le rêve camerounais.

En partageant leurs histoires, nous nous rappelons le pouvoir de l'ambition, de la vision et de la résilience.

Depuis Juillet 2021, nous donnons à nos abonnés (LinkedIn ou Facebook), la joie de lire des articles remplis d'histoires inspirantes et d'informations utiles.

> **“ Projecteur magazine est un média qui célèbre les dirigeants, entrepreneurs et cadres d'entreprises qui travaillent sans relâche pour construire le rêve camerounais**

Dans ce numéro, vous trouverez notre entretien avec les dirigeants de la structure FOCEP SA, la microfinance qui monte en puissance. Thierry-Roland Tabi vous parlera d'Intelligence Artificielle et de son importance dans le secteur bancaire. Nous aborderons aussi, les sujets liés au financement d'entreprises, à la crypto-monnaie et au Corporate Branding.

Ce bimestriel ambitionne d'être pour les entrepreneurs, dirigeants et professionnels, le nouveau rendez-vous de l'information, de l'inspiration et de l'innovation.

Nous espérons que vous prendrez autant de plaisir à lire ce magazine que nous avons eu à le produire.

Alors asseyez-vous, détendez-vous et profitez du premier numéro de votre magazine !

DIRECTEUR DE PUBLICATION
Fabrice Tientcheu
RÉDACTEUR EN CHEF
Achille Kagonbe,
REDACTION
Ngoura Abdoulkadir
Hermine Ngono Mbella

DESIGN
StephDesign
CRÉDIT PHOTO
ALM Creative Studios
SERVICE COMMERCIAL
(+237) 650515684
projecteurmaginfo@gmail.com

CONTRIBUTEURS
Rita Ndzie, Nicole Ngatchou, Rachel Youant Koffi, Paule Emmanuelle Assi, Danny Dior Ngongang, Jobrey Amona, Roland Tabi

SEVEN ADVANCED ACADEMY SCELLE UN PARTENARIAT STRATÉGIQUE AVEC LA FIRME AMÉRICAINE CODING DOJO

Seven Advanced Academy pourra désormais lancer des bootcamps Coding Dojo au Cameroun et dans la zone CEMAC. Les deux organismes de formation ont décidé de se mettre ensemble afin de fournir aux étudiants une formation de qualité à des prix préférentiels. La cérémonie officielle de lancement a eu lieu le 30 mars 2023 au siège de l'école de formation Seven Advanced Academy située à Bali, en face de l'hôtel Serena, à Douala.

A travers ce partenariat, les étudiants bénéficieront de formations en ligne, incluant des certificats de formation reconnus mondialement. Cette alliance permettra non seulement d'accroître la visibilité des deux institutions dans le domaine des technologies de l'information, mais aussi de faciliter l'insertion des apprenants dans les plus grandes

industries du monde. Les étudiants auront accès à des cours basés sur des technologies telles que la robotique, le machine learning, le big data, le développement de logiciels et bien plus encore. Nous y reviendrons !

FOCEP SA OUVRE UNE NOUVELLE AGENCE À BAZOU, DANS LA RÉGION DE L'OUEST CAMEROUN

La microfinance FOCEP SA a récemment procédé à l'ouverture officielle de son guichet à Bazou, dans la région de l'Ouest du Cameroun, en présence de plusieurs autorités administratives, portant ainsi à 10, son nombre d'agences sur le territoire national.

Une avancée importante qui confirme la volonté du Fonds Camerounais pour l'Epargne et le Crédit (FOCEP), de se positionner dans le « TOP 5 » des meilleurs EMF au Cameroun à l'horizon 2027. Après les grandes villes (Douala, Yaoundé & Bafoussam), la microfinance FOCEP SA s'attaque aux zones rurales avec un objectif clair : accélérer sa forte croissance enregistrée ces dernières années et favoriser l'inclusion financière.

REGINEPRO CONSULTING LANCE UNE FORMATION SUR LE MÉTIER DE CHIEF HAPPINESS OFFICER (CH0)

Afin de permettre aux professionnels (Directeurs, Managers, Responsables RH, Responsables de communication, Responsables de la médicine du travail, Personnes en reconversion) de veiller au bien-être de leurs collaborateurs en entreprise et renforcer la performance globale de leurs entreprises, ReginePro Consulting, cabinet à la pointe du mouvement du bien-être au travail, organise une formation axée sur le métier de : Chief Happiness Officer (CHO) ou Responsable expérience collaborateur (REC). La formation a débuté ce 17 Avril 2023 à Assinie en Côte d'Ivoire.

LES CAMEROUNAIS PEUVENT DÉSORMAIS COMPARER LES TARIFS DES SERVICES BANCAIRES

L'industrie bancaire camerounaise est en pleine expansion et de nouvelles initiatives sont constamment mises en place pour aider les clients à obtenir le meilleur service bancaire possible.
Une de ces initiatives est «Choisir ma banque», une application innovante et entièrement gratuite conçue pour aider les utilisateurs à prendre des décisions éclairées concernant leurs services bancaires.
Cette application lancée en Octobre 2022, offre aux consommateurs un accès à une plus grande variété d'options et de services bancaires.
Son fonctionnement est simple : il suffit de s'inscrire en indiquant votre nom et votre adresse e-mail pour accéder à une gamme de services tels que la comparaison des frais bancaires, la simulation de crédits, l'évaluation (notation) des services de votre banque.

CHOISIR MA BANQUE

Arrêtez de payer des services qui coutent une fortune sans répondre à votre besoin. Comparez, et choisissez les meilleurs services aux meilleurs couts.

Plateforme de comparaison de services bancaires

www.choisitabanque.com

NOS SERVICES

COMPARER LES TARIFS DES BANQUES

Comparez les tarifs et les services de plus de 15 banques au Cameroun.

SIMULER UN CRÉDIT

Simulez une demande de crédit et obtenez le résultat en un seul click.

NOTER LES SERVICES DE VOTRE BANQUE

Notez le meilleur service parmis ceux offerts par les banques.

CONSULTER UN ARTICLE SUR NOTRE BLOG

Parcourez nos différents articles sur le secteur bancaire au Cameroun.

(+237) 6 76 26 68 26

(+237) 6 76 26 68 26

choisitabanque@yahoo.com

www.choisitabanque.com

LES BANQUES AFRICAINES DOIVENT-ELLES CRAINDRE LA MONTÉE EN PUISSANCE DES CRYPTO-MONNAIES ?

La monnaie est au cœur du fonctionnement de nos sociétés. Elle y occupe une place à la fois centrale et particulière. Centrale, car toute transaction se règle en monnaie, qu'il s'agisse d'un achat de consommation, d'une opération de crédit, d'une transaction boursière ou du versement d'un salaire. Tout échange économique, qu'il soit réel ou financier-sauf cas rarissime du troc-, se double d'un échange monétaire. Mais la monnaie est également un « objet » économique à part.

Elle n'est en effet, ni un bien de consommation (elle n'est pas directement source de satisfaction pour le consommateur), ni un bien d'investissement (elle ne rapporte rien). En conséquence, la monnaie est fondamentalement un bien d'échange, massivement accepté, immédiatement et sans coût. Son principal intérêt est d'être accepté par tous, de servir de relation entre les individus, ce qui suppose une confiance réciproque, mais aussi envers l'institution qui émet la monnaie.

La globalisation financière accrue, et son caractère potentiellement instable voit émerger la dernière décennie un phénomène, relativement nouveau, et d'une ampleur remarquable, défiant toute hiérarchie monétaire. La cryptomonnaie.
Une espèce de monnaie numérique qui existe électroniquement. Le code monétaire et financier en son article L54-10-1 en donne la définition suivante : « c'est toute représentation numérique d'une valeur qui n'est pas émise ou garantie par une banque centrale ou par une autorité publique qui n'est pas nécessairement attachée à une monnaie ayant cours légal, mais qui est acceptée par des personnes physiques ou morales comme un moyen d'échange et qui peut être transférée, stockée ou échangée électroniquement » Lancée, officiellement, en 2009 avec la création du Bitcoin par le mystérieux Satoshi Nakamoto dont l'objet initial était davantage la décentralisation et la sécurisation des transactions de paiement ou de transferts de fonds que de la pure spéculation, les crypto-monnaies sont aujourd'hui en plein envolée de leur cours au point d'inquiéter les banques centrales (FED, BCE…) et les organismes de régulation.

Il sied de noter que l'un des principaux rôles d'une banque centrale est d'assurer la stabilité bancaire et financière d'un pays ou d'une zone en garantissant un écosystème de paiement régulé et efficace. Etant émettrices de la monnaie, et en en détenant le contrôle, les banques centrales régulent le système monétaire et supervisent le fonctionnement des marchés financiers. Les crypto-monnaies ne reposent sur aucune forme physique et échappent au contrôle des régulateurs.
Pouvant disparaitre aussi rapidement qu'elles sont créées, les crypto-monnaies ont également particularité de manquer de transparence et de cadre légal de gouvernance souffrant d'une grande faiblesse en matière de gestion des risques. Il en existe aujourd'hui plusieurs milliers, parmi lesquelles : Ethereum, Tether, Binance Coin, XRP, Cardano, Dogecoin, Litecoin… Les préoccupations des banques, longtemps considérées comme unique dépositaire des systèmes de paiements et régulant les échanges internationaux, résident dans les risques et menaces que représentent les crypto-monnaies d'un côté et l'érosion progressive de leur pouvoir sur l'économie financière de l'autre.

Partant de ce constat, les cryptomonnaies présentent un certain nombre de risques. Pour commencer, elles peuvent facilement devenir la cible de cyberattaques (piratages informatiques), voire faire l'objet d'usages criminels (blanchiment de capitaux, financement du terrorisme, d'activités illégales…).
Leur volatilité est en outre très élevée, exposant les investisseurs à des pertes financières potentiellement très importantes. A tout point de vue, les cryptomonnaies sont nées de la perte de confiance née de la crise économique et financière 2007/2009.
Les défaillances des institutions financières en sont à l'origine. La question se cristallise sur leur régulation aussi pour protéger les détenteurs, et garantir la stabilité du système dans son ensemble. Parmi les mesures, il faut réguler leur circulation en commençant par constituer un panier de cryptomonnaies éligibles. Ensuite adopter un cadre légal de fonctionnement, et limiter les opérations dans lesquelles, elles peuvent être utilisées.
Par ailleurs, la propriété d'une monnaie réside dans son acceptation massive, immédiate et sans coût. La BCE émet l'euro, la FED le dollar, la BEAC le CFA… Ces différentes monnaies servent de langage chiffré commun et lien social entre les différents habitants des zones couvertes.

Les crypto-monnaies ne détiennent pas cette propriété. Elles sont virtuelles et sont le reflet d'une non-société. Le paradoxe réside dans la convertibilité qu'elles disposent à l'égard des monnaies communément acceptées en l'occurrence l'euro et le dollar. Toute crise monétaire est d'abord une crise de société. Les banques ne sont que des institutions qui ont pour matière première la monnaie, servant de véhicule dans les sociétés. Elles n'ont pas à craindre de la présence des cryptomonnaies.
Traditionnellement, on attribue à la monnaie trois fonctions instrumentales : de compte, de paiement, de réserve. Or ces trois fonctions ne sont pas indissociables, car elles ne sont pas apparues ni simultanément, ni à travers les mêmes supports monétaires, et en remplissant des « services publics » impliquent une responsabilité particulière de la part de la collectivité.
La crypto-monnaie s'inscrit dans l'évolution de la nature formelle de la monnaie. Son plus grand défi et la somme de toutes ses limites résident dans sa nature fonctionnelle et conceptuelle. Enfin, la monnaie a toujours impliqué « une foi et une croyance sociale » (F. Simiand) car elle relie les contemporains mais aussi le passé, le présent et l'avenir. Il s'agit d'une règle sociale qui exprime et conforte les valeurs globales de la société. Dès lors toute crise monétaire ne peut être que le reflet d'une crise de société.■

JOBREY LOÏC AMONA
Head Supervision et Pilotage Corporate chez Société Générale CONGO

FINANCEMENT DES PME : QU'EST-CE QUI BLOQUE ?

Un des grands freins au développement des PME dans le monde est l'accès aux financements. Les petites et moyennes entreprises du Cameroun n'échappent pas à ce constat. Bien que constituant plus de 95% du tissu économique camerounais, ces TPE et PME peinent véritablement à se faire financer par les banques. A l'autel du tribunal populaire, il ne fait aucun doute que les banques portent l'entière responsabilité du sous-financement de ce type d'entreprises. Mais, qu'en est-il dans la réalité ?

Par **DANNY DIOR NGONGANG**,

Pour essayer de bien répondre à cette question, il y 4 aspects à visiter : secteur d'activité, forme juridique, environnement des affaires, l'activité bancaire.

1- LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Suivant le rapport de l'Institut National de Statistique, le secteur tertiaire est celui qui regroupe le plus d'entreprises au Cameroun (84%), porté par le commerce (plus de 60%). A l'observation des petits commerçants dans notre environnement, et même des PME actives dans ce domaine ou divers autres comme la commande publique ou les prestations de services, leur mode opératoire consiste presque uniquement à acheter des biens/services et à les revendre. Il n'y a ici pas de véritable valeur ajoutée apportée par l'entrepreneur ou l'entreprise.

La 2nde activité en termes de nombre d'entreprises est l'hébergement/restauration (13%), dominée ici par les bars (débits de boissons), motels et petits restaurants (cafétérias).

Les principaux risques ici sont soit la mévente du produit (le produit ne se vend pas ou alors pas aussi rapidement que prévu) soit dans le pire des cas, que la vente se réalise mais que la contrepartie financière ne suive pas ; ou alors la disparition, fermeture ou cessation d'activités du jour au lendemain de l'acteur économique.

Le secteur secondaire (15,6%) est lui dominé par des petites unités artisanales opérant dans la boulangerie, les ateliers de couture, les ateliers de soudure métallique, les menuiseries bois/aluminium, les ateliers de vitrerie, les fabriques de parpaings et autres ouvrages en béton. On dénombre aussi bon nombre de PME fournisseurs/sous-traitantes des multinationales ou de l'Etat.

Le secteur primaire est outre les aléas météorologiques et climatiques demeure plombé par la prépondérance des organisations familiales et la détention de parcelles non titrées, la survenance d'épidémies décimant des cheptels entiers, etc.

2- LA FORME JURIDIQUE

Le Cameroun compte de nombreux opérateurs économiques exerçant dans l'informel. Pour ceux qui sont régulièrement constitués en société, la forme juridique la plus importante (97%) est l'Entreprise Individuelle (ETS). Reposant sur la personne physique du promoteur, cette entreprise disparait de facto au décès de celui-ci.
Les SARL, SUARL représentent 2% des formes juridiques des entreprises camerounaises. Pour l'essentiel, ce sont des entreprises familiales dont le promoteur et principal dirigeant est accompagné de

sa compagne, frères et sœurs et enfants.

L'élément principal dans la constitution du tour de table n'est pas la compétence ou l'expertise, mais la relation familiale.

3- L'ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES

L'environnement des affaires même s'il peut être subjectif, donne des indications sur les relations qui peuvent exister dans le pays entre les différents acteurs économiques, et potentiellement peut favoriser une croissance de l'activité économique si chacun des différents acteurs y trouve son compte.

Je considère 3 acteurs principaux qui déterminent la qualité de l'environnement des affaires au Cameroun : l'Etat, les entreprises (PME) et les banques.

L'Etat établit les règles et joue en même temps le rôle d'arbitre. S'il échoue dans l'un ou l'autre de ces rôles, c'est tout l'environnement des affaires qui est à risque, et hypothèque les bonnes relations qui doivent exister entre les entreprises et les banques.

L'élément le plus important ici est la confiance des parties dans les règlements, lois et mécanismes en place et mis en place par l'Etat et ses démembrements. Par exemple, un élément de garantie très accepté est la garantie immobilière ; les titres fonciers présentés rassurent-ils les banques ? Les propriétaires de ces biens mis en garantie ne risquent-ils pas de se voir dénier leur propriété plus tard ?

Sur un tout autre plan, parfois, les PME ont besoin d'argent parce que leurs factures trainent pour être payées par des structures gouvernementales ou des grandes entreprises publiques ou privées. N'y a-t-il pas moyen de contraindre ces créanciers à payer dans des délais raisonnables ?

4- L'ACTIVITÉ BANCAIRE

La banque est une institution financière dont l'activité principale est la collecte de l'épargne, l'octroi de crédits et la mise à disposition à ses clients d'instruments de paiement. Elle exerce en s'appuyant sur un agrément accordé par un Etat qui lui délègue la responsabilité d'accompagner financièrement les différents acteurs économiques, de faciliter les paiements (salaires, prestations, etc.) et de sécuriser le capital et l'épargne des acteurs économiques.

IL RESSORT DONC DE TOUT CE CECI QUE :

- **L'argent est le nerf de la guerre. Plus une banque aura des dépôts, plus elle sera susceptible de financer l'économie. Cependant, la nature des dépôts a une incidence sur le type de financement disponible.**
- **La banque se substituant à l'Etat, doit trouver un moyen pour remplir au mieux son rôle de financier de l'économie**
- **La sécurisation des fonds des populations est une priorité pour les banques**

A la lecture de ces 4 points, nous ne pouvons pas affirmer que le sous-financement des PME est dû aux banques. Nous pouvons cependant noter que tant ces derniers, que l'Etat et les entreprises (PME) elles-mêmes disposent d'une marge de manœuvre qui peut permettre d'améliorer le niveau de financement actuel des TPE et PME. Que faut-il donc faire pour y parvenir ?

MES RECOMMANDATIONS AUX PME

La banque finance une activité qui présente de bonnes perspectives de remboursement. Il est important pour les chefs d'entreprises de se rassurer avant de se rapprocher d'une banque pour un éventuel crédit, que le bénéfice généré pourra lui permettre de rembourser le prêt et d'avoir une plus-value pour lui-même. L'activité à financer doit donc être bien connue et maitrisée par l'entreprise.

Un des critères déterminants dans l'octroi de crédit aux entreprises est le promoteur, le gérant, les principaux dirigeants, la structure organisationnelle, etc. La personne clé est-elle digne de confiance ? Dispose-t-elle des compétences, aptitudes pour bien diriger son entreprise ou est-il correctement entouré ? En cas de décès de celui-ci, des dispositions sont-elles prises pour que l'entreprise continue de fonctionner normalement et faire face à ses obligations ? Etc.

Le choix de la forme juridique peut avoir une incidence sur la décision de crédit. Si vous êtes une entreprise individuelle, le risque de ne pas se faire rembourser si vous décédez est plus important que dans une SA par exemple. Si vous devez travailler avec une banque, évitez d'être dans l'informel. Une SARL qui n'a pas d'éléments financiers stables, pas de locaux, pas d'historique d'activité peut être mise dans cette catégorie.

Les risques font partie de la vie de l'entreprise, encore plus de celle des PME. Le chef d'entreprise doit toujours prévoir une alternative au cas où ce pourquoi il sollicite le financement ne marche pas comme prévu. Il ne s'agit pas ici de garantie, mais bien d'alternative pouvant permettre de continuer à rembourser

La constitution des garanties est obligatoire lorsqu'on est entrepreneur. Si vous n'avez pas de garantie immobilière au départ, vous pouvez constituer une garantie financière dont vous ferez croitre le montant au fur et à mesure de vos activités. Vous pouvez avoir du matériel à offrir en nantissement tout en continuant votre activité, etc.

La banque n'est pas la seule structure capable de vous financer. Vous pouvez obtenir des crédits auprès de vos fournisseurs ; pour du matériel, il est parfois préférable de se rapprocher des sociétés de leasing.

MES RECOMMANDATIONS AUX BANQUES

Le financement doit être accordé toujours en recherchant l'intérêt des 2 parties. Des conditions difficiles (et inflexibles) à atteindre pour le client contribuent d'office à mettre un terme au processus de crédit

Chaque client, chaque activité a ses spécificités. Pour mieux financer les PME, il est important de comprendre ce qui fait la particularité de chaque demande et d'apporter la réponse idoine. 2 entreprises opérant sur le même marché et présentant le même besoin à la banque n'auront pas forcément droit au même type de crédit.

Comme les assurances, une des facettes du métier de la banque est la prise (mesurée) de risques. Alors, plutôt que de refouler tout de go certaines demandes émanant des PME pour cause de défaut par exemple d'états financiers certifiés ou de garantie, la banque pourrait solliciter de son client d'autres éléments susceptibles de lui permettre d'apprécier sa demande.

Certaines PME demandent l'argent pour l'argent, il revient à la banque en tant que professionnel dans la gestion financière, avant de mettre les fonds à la disposition de son client de se rassurer d'avoir encadré un certain nombre de choses, afin de minimiser le cas échéant la perte potentielle. Ceci pourrait permettre de financer plus de PME que ce qui est fait jusque-là.

MES RECOMMANDATIONS À L'ETAT

Une des grandes avancées ici serait la garantie de l'Etat sur certaines activités, pour permettre aux banques de mieux financer les PME qui y opèrent. Cet aspect en étude au MINFI avec le mécanisme de garantie de portefeuille en faveur des établissements de crédit. Si cette initiative voyait le jour, ce serait une grande avancée dans le développement du financement des PME par les banques

En dernier recours lorsqu'un client est insolvable, c'est au Tribunal de trancher entre la banque et son débiteur. Mais lorsque l'une des parties doute de cette instance ou de la procédure pour y arriver, il est plus facile d'éviter tout financement plutôt que de perdre son bien, temps, argent et réputation dans les tribunaux. Structures d'arbitrage spécialisées, registre foncier plus sûr, sont quelques aspects de nature à rassurer aussi bien les banques que les PME

Le paiement des factures des PME dans des délais courts par l'Etat et les grandes entreprises, permettra soit à ces entreprises de solliciter des financements pour des besoins différents et aux banques de les accompagner plus facilement, rassurées que les paiements ne traineront pas

Il existe aussi la possibilité pour les Etats d'accroitre l'offre à destination des PME en quête de financement. Au-delà des banques et structures de crédit-bail, créer le cadre pour que puissent se développer le financement via le marché boursier, l'affacturage, la titrisation, etc.

En fin de compte, un meilleur financement de l'économie et des PME, est l'affaire de tous. Si les banques sont au cœur car c'est c'elles que vient l'argent, autant l'Etat que les entreprises ont un rôle important à jouer pour que l'économie se porte beaucoup mieux.

cloudOver.ca

More information call us
+1 519 256 7423
info@cloudover.ca

1 MICROSOFT 365

2 CLOUD AZURE & AWS

3 TELEPHONIE CLOUD

4 SAUVEGARDE

5 OFFICE PROTECT

6 ANTIVIRUS PROFESSIONNEL

7 GESTIONNAIRE DE MOTS DE PASSE

8 OUTILS DE MAINTENANCE PRÉVENTIVE

9 CYBER SÉCURITÉ

Impactez vos objectifs grâce à nos produits gagnants

Nos Services

www.cloudover.ca

ELLE FABRIQUE DU « VIN «MADE IN CAMEROUN À PARTIR DE CERISES EXOTIQUES ET D'ANANAS

ROLANDE MEZINTCHI

“

La jeune entrepreneure se forme en permanence pour améliorer la qualité de ses produits et répondre aux exigences d'une clientèle grandissante.

Rolande Mezintchi. Le nom ne vous évoque sans doute pas grand-chose, mais il y a fort à parier que ce ne soit pas le cas dans les 5 prochaines années. Cette ancienne étudiante de l'Université de Yaounde I (Ngoa-Ekelle), est la promotrice de Tiki Sarl, une entreprise basée à Yaoundé (entrée stade Olembé), spécialisée dans la transformation des fruits en vin.

Son ambition, faire du vin blanc, le fer de lance du « Made In Cameroon ». La jeune entrepreneure se forme en permanence pour améliorer la qualité de ses produits et répondre aux exigences d'une clientèle grandissante.

Chez Tiki Sarl, les consommateurs ont le choix entre : Tiki qui est fait à base d'ananas. Le mot Tiki lui a été suggéré par sa mère, et veut dire ''trésor" en langue Douala. Il s'agit d'un «vin» issu de la fermentation alcoolique et de la fermentation malolactique de l'ananas dans le but de mettre à la disposition des consommateurs, une gamme de produits différents de ce qu'ils ont pour habitude de consommer. Sur les étagères, on trouve également P na rosella qui est un coktail alcolisé fait à base de vin d'ananas et de sirop d'oseille. Et Caprice qui est fait à base d'ananas et de cerises.

Léger en bouche, la note fruitée et acidulée que regorge ce vin procure à vos papilles gustatives une sensation de bien-être. Ce vin se consomme soit en apéro soit en mangeant des repas salés. Idéal pour vos repas en famille et pour vos invités. Ces vins sont disponibles dans:

LES BOUTIQUES MADE IN CAMEROUN (MUM MARKET)
située au centre artisanal à Yaoundé ; Chez Dr Food, à bonaberi 4 étages ;

CHEZ FG DEALS CORPORATION, À DOUALA BONAMOUSSADI ;
A la cave my rooft à Douala, située Yassa :

Prix: 5000 FCFA.

VOUS POUVEZ PASSER VOS COMMANDES AU (+237) 696175901

Caprice
Rose cérisés
2022

Sa force de frappe, son maillage progressif du territoire national, la qualité de ses services et le suivi de la clientèle par son personnel, font du FOCEP SA, un acteur important du secteur de la microfinance au Cameroun. L'entreprise a enregistré lors des trois dernières années, une forte croissance et compte accélérer son développement cette année avec l'ouverture de quatre (04) nouveaux points de vente et la finalisation de sa migration vers un nouveau système informatique plus performant. Rencontre avec Eugène NZOUADJEU Yota, Président du Conseil d'Administration et Bertin TONLEU, Directeur Général !

Propos recueillis par Fabrice Tientcheu

LES INVITÉS DU MOIS

EUGÈNE NZOUADJEU YOTA
Président du Conseil d'Administration

Bonjour Messieurs. Pouvez-vous vous présenter à nos lecteurs ?

PCA: Je suis Eugène **NZOUADJEU YOTA,** PCA de l'entreprise FOCEP SA, maire de la commune de BASSAMBA et Expert finances et contrôle de gestion de l'Institut International des entreprises de Orléans en France (promotion 1989). Industriel en France depuis 35 ans, je suis le promoteur de 2 entreprises en France. La première se nomme FMC (Fabrication mécanique du Centre), spécialisée dans la fabrication des composantes pour l'industrie lourde (les pièces automobiles, d'aviation, d'hydraulique sous-marin…) et la deuxième société est spécialisée dans la conception et la fabrication d'outillages pour l'industrie pharmaceutique. Au Cameroun, j'ai investi dans l'hôtellerie et l'Education.

DG: Bonjour Fabrice, Je suis Monsieur **TONLEU Bertin**, Directeur Général du FOCEP S.A. depuis 2007. Après mes études en comptabilité, finances et gestion, j'ai dû faire mes classes dans un cabinet comptable pendant 10 ans avant de rejoindre CCEI Bank qui deviendra par la suite Afriland First Bank, où j'ai passé 15 belles années. L'expérience acquise, je décide d'embrasser de nouveaux challenges. Je m'investis d'abord pour le projet Financial House avant d'être séduit par FOCEP S.A. Depuis près de 16 ans donc, j'officie comme Directeur Général de cette microfinance qui ne cesse de gagner en importance.

Comment se porte FOCEP S.A ?

PCA: FOCEP se porte très bien aujourd'hui. C'est une entreprise en pleine croissance. De deux (02) agences à l'ouverture, FOCEP compte aujourd'hui dix (10) implantations au Cameroun et compte boucler l'année 2023 avec quatorze (14) agences et Guichets. Concernant les ressources humaines, nous sommes partis en 2007 avec un effectif de 10 employés, et comptons à ce jour un effectif de 250 hommes et femmes se mouvant au quotidien pour l'atteinte de nos objectifs.

Quel bilan pouvez-vous faire de vos 16 années de présence sur le marché camerounais ?

DG: Crée en 2007 avec un capital très modeste et un total de bilan de FCFA 200 millions, FOCEP S.A sera agrée en 2010 avec un capital de FCFA 270 millions. A ce jour, son capital a progressé régulièrement et a atteint en 2021 FCFA 1,5 milliard. FOCEP a enregistré en 2019 l'entrée dans son capital d'un nouvel Actionnaire, en l'occurrence FINAFRICA ; une filiale du GROUPE DUVAL basée en France qui est spécialisée dans la Microfinance et l'Assurance en Afrique. FOCEP qui s'est inscrit dans la bonne gouvernance respecte toutes les normes prudentielles prescrites par le Régulateur et enregistre chaque année une forte croissance de ses principaux agrégats structurels. Il se présente aujourd'hui comme un Acteur très important et incontournable dans le secteur de la Microfinance au Cameroun.

Vous avez récemment procédé à l'inauguration d'une nouvelle agence à Bazou(Ouest-Cameroun) et vous prévoyez l'ouverture d'une autre dans la commune de Tonga. Que traduit cette extension de votre réseau d'agences ? Mieux, quelles sont vos ambitions au Cameroun ?

PCA : L'ouverture d'un Guichet à Bazou et prochainement à Tonga, comme l'ouverture prochaine de deux (02) autres agences dans la ville de Douala répond à la fois

BERTIN TONLEU
Directeur Général du FOCEP SA

à notre stratégie d'Inclusion financière et de croissance définie dans le cadre de notre Business plan 2022 – 2027. Aujourd'hui, FOCEP est présent dans 3 régions du Cameroun : la région du Centre où nous avons 3 agences : la région du littoral où nous comptons actuellement 5 agences et la région de l'Ouest.

Je précise à vos lecteurs que nous ouvrirons avant la fin de cette année, 2 nouvelles agences à Douala dans les quartiers Bonaberi et Bonamoussadi. FOCEP ambitionne de se positionner dans le « top 05 » des meilleures EMF au Cameroun à l'horizon 2027.

La grande partie de la population camerounaise n'a toujours pas accès aux services financiers de qualité. Quelle est la réponse de FOCEP SA aux personnes exclues des mécanismes bancaires classiques ?

DG: FOCEP donne la possibilité à toute personne majeure (sans distinction de sexe) de pouvoir ouvrir un compte dans ses diverses agences disséminées dans le territoire Camerounais sans frais. Bien plus, à travers notre stratégie de collecte journalière, nous offrons la possibilité à tous de pouvoir sortir de l'informel pour avoir un compte bancaire. La stratégie d'inclusion financière sus évoquée participe de cette volonté de toucher le plus grand nombre possible de Camerounais.
Il en est de même de notre politique de crédit basée sur la proximité, la promptitude, le Conseil et les taux d'intérêts accessibles et fortement concurrentiels pour faciliter l'accès au crédit du plus grand nombre d'Agents Economiques au sein de notre structure.

A quels défis fait face le secteur de la microfinance au niveau national ?

PCA: Au niveau national, comme dans le secteur bancaire, le secteur de la microfinance qui est handicapé par la rareté des ressources, n'échappe pas non plus aux Agents Economiques Véreux qui ne tiennent pas à leurs engagements, détériorant ainsi la qualité du portefeuille crédits de notre Secteur.
Néanmoins, les EMF multiplient d'adresses pour asseoir les meilleures politiques de crédits et stratégies de recouvrement. Ils sont aidés dans leurs missions par les pouvoirs publics qui multiplient des stratégies afin de contraindre ces derniers à entendre droit.
Même si toutes ces mesures ne sont toujours pas assez efficaces, il faut néanmoins relever qu'elles contribuent à atténuer les risques. Aux nombres des mesures prises par les pouvoirs publics, nous pouvons par exemple citer l'entrée en vigueur en fin 2019 de la loi sur la pénalisation du non remboursement du crédit, le déploiement du Comité National Economique et Financier (CNEF) qui a mis sur pied un ensemble de plateformes que les EMF renseignent ; notamment la Centrale des Risques qui permet de déclarer tous les bénéficiaires de crédit et tous les porteurs de crédits impayés. L'observation de ces obligations aide les EMF dans leurs prises de risques et leur évite le surendettement de leurs clients.
Dans le même ordre d'idées, la COBAC qui est l'organe régulateur a revu la règlementation du Secteur en 2017 pour la rendre un peu plus contraignante. Cette nouvelle règlementation vise à protéger davantage notre Secteur d'activité.

Quel est le profil des personnes que vous accompagnez ou soutenez ?

DG: Nous accompagnons tout porteur de projet viable et licite ; jeunes, hommes et femmes de bonne moralité ainsi que les TPE, PME évoluant dans les secteurs du commerce général, de l'éducation, de l'Agro-pastoral, bref, dans notre mission d'entreprise citoyenne, nous accompagnons aussi l'Etat dans le financement des activités des jeunes dans le cadre du Plan Triennal Spécial – Jeunes.

Votre microfinance attire

de plus en plus nouveaux partenaires & investisseurs. Pouvez-vous nous expliquer les raisons de cette forte attractivité ?

PCA: Les raisons que nous pouvons évoquer sont entre autres la bonne santé et la croissance de notre EMF, la qualité des hommes qui la dirigent, mais aussi le sérieux de son personnel …

La concurrence est de plus en plus rude dans le secteur de la microfinance en pleine expansion au Cameroun. Pouvez-vous nous parler des produits et services qui font la particularité de FOCEP S.A sur le marché local ?

DG: FOCEP n'a véritablement pas une particularité en termes de produits. C'est d'ailleurs le cas pour l'essentiel des EMF car nous exploitons le même produit. Cependant, sa force réside dans la qualité de ses services, la proximité avec sa clientèle, le conseil, le suivi de la clientèle par son Staff.

Quelles sont les objectifs du FOCEP S.A pour l'année 2023 ?

PCA : Après la forte croissance enregistrée ces trois (03) dernières années, FOCEP compte l'accélérer en 2023 avec notamment l'ouverture de quatre (04) nouveaux points de vente et la finalisation de sa migration vers un nouveau système informatique plus performant afin de se préparer à sa digitalisation qui semble devenir incontournable pour les entreprises modernes du secteur financier.

Que peut-on vous souhaitez pour les 3 prochaines années ?

DG : Que nos objectifs et nos ambitions se réalisent pour nous hisser dans le Top « 05 » des meilleurs EMF du Cameroun. Il ne vous a pas échappé que le Cameroun Compte à ce jour plus de 400 EMF agrées.

Un dernier mot ?

PCA: Que vos actions permettent au FOCEP de consolider sa vision.

INTRODUCTION EN BOURSE : QU'EST-CE QUE C'EST ?

L'Introduction en bourse d'une entreprise est une transaction financière qui implique une entreprise qui vend ses actions en bourse. L'ouverture du capital pour le public, ainsi qu'aux salariés, particuliers, institutions est l'une des organisations principalement de long terme et un peu compliquée, et seules les entreprises ayant réalisé un chiffre d'affaires suffisant peuvent en être propriétaires.
En contrepartie, la bourse de la société présente de nombreux avantages : elle permet de lever des capitaux, d'accroître sa réputation et d'attirer le marché financier lorsque cela est nécessaire, voire de fournir des liquidités aux actionnaires. Bien qu'elle puisse généralement favoriser la croissance et l'investissement d'une entreprise, la cotation en bourse n'est pas sans risque, mais dépend également de fluctuations de prix parfois imprévisibles.

Passer par sa banque ou son courtier pour en souscrire

Pour participer à une introduction en bourse d'une entreprise, vous devez passer par un intermédiaire financier (banque ou courtier) disposant d'un compte titres ou d'un plan d'épargne en actions (PEA). Si vous utilisez la banque en ligne, assurez-vous de communiquer le code ISIN et le mnémonique de l'entreprise pour éviter toute confusion. Si vous opérez sur Internet, l'introduction en bourse sera répertoriée dans une section spécifique. Tout ce que vous avez à faire est de sélectionner les fichiers qui vous intéressent et de passer une commande.
Chaque introduction a un calendrier précis et une date limite. La date limite de commande est généralement 17h00 le dernier jour de l'abonnement. Dans la plupart des cas (mais ce n'est pas une règle), l'abonnement est gratuit. Après le tri de l'ordre, la définition et l'introduction du prix et l'attribution des titres, la première cotation aura lieu quelques jours plus tard. Au premier jour de cotation, il est parfois impossible de revendre vos titres via Internet (il s'agit d'un simple « engagement »). Cependant, vous pouvez les transférer en contactant l'intermédiaire par téléphone.

S'introduire en Bourse : pourquoi ?

Une introduction en bourse d'une

entreprise est une transaction financière visant à obtenir un capital sur l'activité du boursier. Les buts de l'entreprise, il peut y avoir trois situations :

- L'entreprise souhaite réaliser un investissement sans avoir besoin de ses actionnaires et banquiers existants.
- L'entreprise veut réduire son crédit. Pour rappel, les activités de financement ne sont pas équivalentes à des prêts en comptabilité. Il est enregistré au niveau des fonds propres de la société au bilan et non au niveau de la dette.
- Dans les deux premiers cas, l'entreprise émettra de nouveaux titres (actions, généralement avec droit préférentiel de souscription, obligations convertibles, etc.) sur le marché pour améliorer ses capacités de financement. D'ailleurs, ceci est introduit par voie d'augmentation de capital.
- L'entreprise peut décider d'ouvrir des capitaux pour attirer de nouveaux investisseurs. Dans ce cas, il permet à ses actionnaires existants de se retirer de tout ou partie de l'entreprise ; il s'agit généralement d'une exigence pour les fonds de capital-risque, qui ont été soutenus au début de la création de l'entreprise et espèrent générer des plus-values substantielles à récupérer ses fonds.

Dans ce dernier cas, la société n'émet pas de nouvelles actions (ou autres titres). Par conséquent, il n'est pas introduit en augmentant le capital, mais en vendant des actions.

Introduction en bourse : ses avantages

Le but principal d'une introduction en bourse d'une entreprise est de lever des fonds pour assurer la croissance : c'est une option pour la dette bancaire ou obligataire. Les sociétés cotées sont également bien connues en raison de leur présence sur le marché financier.
En outre, les actionnaires historiques peuvent également bénéficier d'une plus grande liquidité. En outre, le coût des fonds levés par une introduction en bourse est généralement inférieur à celui des autres sources de financement. D'une part, il présente les avantages suivants :

- Collectez des fonds pour financer votre croissance
- Fournir des liquidités à vos actionnaires
- Améliorez la visibilité locale et internationale de votre entreprise
- Améliorez votre réputation et votre crédibilité grâce à tous les contacts
- Unissez vos employés
- Faciliter le recrutement
- Créez des opportunités de sortie pour vos investisseurs historiques
- Bénéficiez de prix transparents et uniques
- Visitez la série d'indices boursiers de renommée mondiale.

QUELQUES CONSEILS POUR ATTIRER DES CANDIDATS PASSIFS

Attirer des talents pendant un processus de recrutement n'est pas toujours une tâche aisée, surtout lorsqu'il s'agit des candidats passifs. Ces derniers sont pourtant très recherchés pour des postes nécessitant une grande expertise. Attirer un candidat passif consiste à lui présenter les atouts de votre entreprise pour l'inciter à accepter un nouveau défi. Comment séduire les candidats passifs afin de susciter leur intérêt à vous rejoindre? On vous donne toutes les astuces dans cet article !

Un candidat passif est un salarié qui correspond au profil du poste à pourvoir mais qui est déjà employé par une entreprise concurrente ou qui n'est pas en recherche d'emploi active.
Vous devez premièrement connaître le candidat afin de personnaliser votre approche et préparer un argumentaire solide. Dans tous les cas, une marque employeur séduisante reste le meilleur pilier d'attraction des candidats passifs.

Connaître le candidat afin de personnaliser votre approche

Lorsque vous repérez un candidat, vous devez adapter votre stratégie d'approche et votre argumentaire aux réalités de ce dernier.
Avant d'approcher un candidat, vous devez chercher à connaître à minima sa fonction actuelle, sa formation de base, son parcours professionnel, sa fourchette de rémunération et éventuellement d'autres avantages attachés à sa fonction.
Aujourd'hui, les réseaux sociaux professionnels facilitent la recherche d'informations sur la fonction d'un salarié. Vous devez rassembler le maximum d'informations positives et négatives concernant son entreprise actuelle et faire une comparaison avec la vôtre pour mieux construire votre argumentaire.

Construire un argumentaire solide

Pour construire un argumentaire solide capable de susciter l'intérêt du candidat pour votre poste, vous devez au préalable faire une comparaison entre les avantages qu'offre votre entreprise et ceux dont le salarié bénéficie actuellement dans son entreprise.
Ne négligez aucun point de différentiation qui permet à votre entreprise de marquer le point : le salaire, les avantages sociaux, les perspectives d'évolution, le climat social, etc.
Avant de contacter le candidat, rassurez-vous que ce que vous lui offrez est bien meilleur que ce qu'il a déjà au poste actuel car, il est difficile pour ce type de candidat de changer d'entreprise aux mêmes conditions de son poste actuel.
Ainsi, la pertinence de votre discours résidera dans ce que vous souhaitez apporter au candidat, en plus de ce qu'il bénéficie déjà.

Rendre attrayante sa marque employeur

La meilleure façon d'attirer les candidats passifs consiste à vanter votre marque employeur. Pour cela, il convient de mettre en avant la culture de votre entreprise, ses valeurs, ses réalisations et bâtir
des courtes vidéos qui présentent des témoignages des collègues sur l'expérience collaborateur.■

Rita Ndzie
Gestionnaire RH

COMMENT CONSTRUIRE SON PLAN DE CARRIÈRE? QUELQUES ASTUCES POUR LE RÉALISER

Chaque collaborateur est et demeure le principal acteur de sa carrière. Si vous souhaitez aller loin dans votre carrière professionnelle, alors vous devez dessiner votre trajectoire. Voici quelques astuces pour le réaliser

Construire son plan de carrière

Faites un bilan de votre vie personnelle et professionnelle (atouts, axes d'amélioration, compétences, etc.);

Définissez des objectifs clairs et précis en fonction de vos motivations et contraintes personnelles (objectifs à court, moyen et long terme);

Identifiez les moyens nécessaires pour atteindre vos objectifs (coaching, formation, etc.).

Astuces pour réaliser son plan de carrière

Une fois le plan de carrière élaboré :

partagez-le avec votre HRBP et votre Manager :

- Restez attentifs à toutes les opportunités qu'offrent votre entreprise et qui sont en droite ligne avec votre plan de carrière
- Mettez l'accent sur la performance au poste actuel; c'est un facteur déterminant pour obtenir le poste de vos rêves ;
- Rapprochez-vous des collègues qui occupent les fonctions qui vous intéressent pour connaître les activités, enjeux, contraintes et difficultés du poste, ainsi que les compétences qui sont attendues du titulaire de ce poste. Le HRBP pourra également vous apporter le support nécessaire pour une meilleure connaissance du poste en question ;
- Investissez sur votre développement professionnel; autant que vous pouvez, cherchez des formations/certifications qui vont en droite ligne avec votre plan de carrière ;
- Travaillez vos aptitudes comportementales; soyez ouverts aux critiques et trouvez en cela une opportunité de s'améliorer ;
- Accroissez votre visibilité : personne ne saura de quoi vous êtes capables si vous cachez vos talents. Impliquez- vous dans la vie associative, les projets et évènements de votre entreprise. Vous avez certainement des atouts que ces Managers ignorent!

CE QUE CERTAINS MANAGERS N'ONT PAS COMPRIS

PAR RACHEL YOUANT KOFFI

Certains managers n'ont pas compris qu'avoir des collaborateurs sous leurs responsabilités est un grand privilège et non une occasion d'abuser de leur pouvoir.

Que vaut un manager sans son équipe ? Que vaut un manager sans une équipe qui le légitime et qui l'accompagne au quotidien ?

Ceux qui ont compris que leur position de manager est une opportunité de transformation des autres réussissent aisément leur mission. C'est de cela qu'il s'agit.

Le bon manager sait qu'il n'est pas expert en tout. Il ne se bat pas pour avoir le premier et le dernier mot. Il donne la parole aux autres, il les écoute, il tient compte de leurs avis, même ceux qui semblent «insensés».

Le bon manager sait qu'à travers les erreurs, son équipe s'améliorera. Il ne se désolidarise pas quand tout va mal.

Vivement que nos entreprises soient remplies de bons managers qui construisent et non qui détruisent l'estime de soi-même de leurs collaborateurs.

“ Le bon manager sait qu'à travers les erreurs, son équipe s'améliorera. Il ne se désolidarise pas quand tout va mal.

EMBAUCHE : UN BON CV NE SUFFIT PAS POUR DÉCROCHER UN EMPLOI !

Si vous êtes en quête d'emploi, voici quelques conseils pour mettre encore plus de chances de votre côté et trouver du travail.

1- SOYEZ TRES FORT MENTALEMENT

Tout le monde n'a pas la même expérience en termes de recherche d'emploi:

- Certains n'ont jamais vraiment eu à postuler pour trouver du travail: ils se voient proposer des postes ou sont débauchés par d'autres entreprises ;
- D'autres n'ont qu'à penser à avoir un nouvel emploi pour en décrocher un assez facilement et rapidement ;
- Chez d'autres par contre, qu'ils soient en poste ou pas, trouver un nouveau travail est une véritable épreuve qui peut durer dans le temps.

Si vous êtes dans le dernier cas, sachez que tarder à trouver du travail ne signifie pas que vous êtes un incapable. Intégrez juste le fait que certains process de recrutement prennent beaucoup de temps.

- Ne vous étonnez pas de n'avoir pas encore été rappelé si vous avez postulé il y'a une semaine, un mois: vous pouvez être contacté bien longtemps après avoir postulé.
- N'arrêtez pas d'améliorer votre CV, de vous entraîner aux entretiens d'embauche et de postuler, même quand vous n'avez pas encore de retour sur vos candidatures.
- Ne laissez pas votre journée être gâchée lorsque vous recevez des mails de refus suite à vos candidatures: d'autres portes restent encore ouvertes même si l'une d'elles vient de se fermer.
- Ne vous laissez pas abattre quand vous étiez la parfaite représentation de la fiche de poste, et que vous n'avez tout de même pas été retenu.

Il est normal dans de telles situations de douter de soi ou de se décourager mais n'abandonnez jamais: On ne peut pas échouer éternellement quand on a la volonté et qu'on continue de croire qu'on peut réussir malgré tous les échecs qu'on a connus. Persévérez!

2- AYEZ LA FOI !

De mon expérience personnelle, l'on ne décroche pas nécessairement un emploi parce que l'on coche toutes les cases sur la fiche de poste ou que l'on a les meilleurs diplômes des meilleures écoles.

> **“ On ne peut pas échouer éternellement quand on a la volonté et qu'on continue de croire qu'on peut réussir malgré tous les échecs qu'on a connus. Persévérez!**

Il n'y a quelque fois aucune logique derrière certains recrutements : MEME DANS CE DOMAINE-LA, LES MIRACLES EXISTENT.

Priez pour être orientés vers les personnes et entreprises qui ont besoin de votre profil...■

Paule Emmanuelle ASSI
auteure du livre de méditation : «The Blessing Box»

VAINCRE L'INSATISFACTION DANS SON TRAVAIL

Plusieurs raisons peuvent expliquer la baisse de productivité au travail. Parmi ces raisons, il y a l'insatisfaction au travail. Ceci peut se manifester de l'une des façons suivantes: Se sentir ignoré·e ; se sentir inutile ; se sentir inférieur·e

Cette situation impacte non seulement votre productivité au travail mais aussi votre attitude à la maison. Il ne sera pas rare d'être très souvent de mauvaise humeur, irritable, émotionnellement instable avec vos biens aimés.
Voici la bonne nouvelle. Vous n'avez pas besoin de continuer à vous culpabiliser. Vous n'êtes pas une mauvaise personne, incapable de faire correctement son travail ou d'aimer ceux qui l'aiment. Il est très probable que votre insatisfaction au travail vienne de ce que votre travail n'est plus un sujet de joie pour vous. Vous aimeriez être ailleurs, faire autre chose, rencontrer de nouvelles personnes… Seulement malgré la situation, vous préférez souvent rester à votre poste par nécessité. Vous préférez endurer cette douleur émotionnelle pour continuer à subvenir aux besoins de votre famille, payer les factures… même si elle aussi souffre de votre insatisfaction.

Voici quelques pistes de solutions

Être honnête avec soi-même - C'est votre responsabilité

Avoir le courage de regarder les choses en face et de faire un diagnostic neutre de la situation. Un ensemble de questions peuvent être posées ici: Ce travail me permet-il réellement de m'épanouir? Ce travail est-il en phase avec mes valeurs? Me permet-il de devenir la meilleure version de moi-même? Ce travail est-il la meilleure façon de créer un impact et contribuer de façon significative ?

Très souvent, au lieu de se poser les bonnes questions, on cherche un bouc émissaire

> **“ Très souvent, au lieu de se poser les bonnes questions, on cherche un bouc émissaire**

C'est émotionnellement satisfaisant de pointer un doigt accusateur sur les autres. Ceci vous ''dédouane" de toute la responsabilité et vous place dans la position de victime. Seulement, cette stratégie ne résout pas clairement et définitivement la situation. Il y aura toujours une chose ou une personne à pointer du doigt. Et plus le temps passe, plus la situation se complique.

Embrasser ce qui vous passionne réellement

La qualité des questions détermine la qualité des réponses. Regarder les choses en face et se poser les bonnes questions est un signe de courage qui vous place dans la bonne direction. Vous pouvez ainsi envisager d'autres alternatives possibles.

Quel que soit votre choix de carrière ou de vie, votre objectif ultime, conscient ou non, est de vivre dans la joie. Pour ne pas refouler ce désir naturel, il vous faut embrasser ce que vous passionne réellement car c'est là que vous exprimez toute notre énergie positive et contribuer de façons significatives à l'avancement de cette humanité.

Créer un plan de redéploiement

Que les choses soient bien claires. Je ne vous encourage pas à démissionner de votre emploi sur le champ. Ce serait une grosse erreur. Il faut plutôt créer ce que j'appelle un plan de redéploiement. Il faut y aller de façon stratégique et ne pas lâcher une branche sans avoir attraper une autre.

L'objectif de cette démarche est de vous apporter la clarté dont vous avez besoin pour prendre une décision sage. Peut-être que quelques aménagements de votre condition de travail peuvent vous donner un nouvel élan. Peut-être que l'option idéale réside dans un changement de cadre de travail. Cet exercice éclairera votre lanterne.

Votre plan consistera à identifier ce qui est réellement un sujet de joie pour vous et déterminer les étapes pour y arriver. Les choses ne se feront pas du jour au lendemain toutefois le jeu en vaut la chandelle.■

Par Patrick Njapa

4 BONNES RAISONS POUR LESQUELLES VOUS DEVEZ ABSOLUMENT FAIRE L'ONBOARDING DE VOS COLLABORATEURS

L'onboarding, traduit en français par "embarquement", est un processus utilisé par les entreprises pour valoriser l'intégration (ou la réintégration) des nouveaux collaborateurs. Ce mécanisme définit des actions qui ont pour but de créer rapidement des liens avec les membres de l'équipe, se familiariser au nouvel environnement de travail et donc d'entreprendre son nouveau poste sereinement et avec engagement.

Nous vous livrons dans cet article 4 bonnes raisons pour lesquelles vous devez absolument faire l'onboarding de vos collaborateurs.

1- Mettre en confiance, rassurer et encourager : + 20% de l'engagement du collaborateur

Intégrer une nouvelle entreprise, une nouvelle équipe, un nouvel environnement de travail est un moment d'interrogations.
Il y a toujours ce petit moment de stress, où on se pose des questions parce que c'est un nouveau changement que nous amorçons dans notre carrière professionnelle.
Quoi de plus rassurant dès le 1er jour de trouver un Chief Happiness Officier « CHO » disponible ou un Responsable expérience collaborateur « REC » qui nous accueille, qui est à notre écoute et nous fournit toutes les informations nécessaires (induction sur la culture d'entreprise, fiche de poste, missions à faire les 1ers jours…etc.).
De plus, trouver une équipe accueillante, un mentor ou tuteur disponible pour nous accompagner pendant nos premiers petits pas dans l'entreprise : c'est le moment opportun pour marquer l'esprit du collaborateur.
Un collaborateur qui bénéficie d'un tel dispositif va se sentir en confiance parce que vous avez levé toutes ses inquiétudes et éliminer son stress.
Il vous sera redevable pour cet accueil, pour la sympathie et la disponibilité que vous lui avez accordé dès son arrivée.

On estime qu'environ 80% d'entreprises n'ont pas de programme d'engagement des collaborateurs.

Exécuter un tel accueil pour un collaborateur lui fera se sentir unique et privilégié. C'est le départ d'une expérience collaborateur personnalisée et efficiente.
Il va s'investir davantage, faire ses preuves et valider sa période d'essai sereinement avec un gain d'engagement de 20%.

2- Suivre l'engagement du collaborateur : + 30% de l'engagement du collaborateur

Notez bien que l'engagement d'un collaborateur se construit, se mesure et se bonifie : l'engagement est dynamique.
L'engagement d'un collaborateur ne se fait pas d'un coup de baguette magique. Accueillir un collaborateur ne suffit plus pour booster et maintenir son engagement dans la durée.
Il faut définir des actions personnalisées en accord avec votre culture d'entreprise et le profil DISC du collaborateur pour faire évoluer sa dynamique d'engagement

3- Mesurer le pouls de l'équipe : + 20 % de l'engagement de l'équipe

Un collaborateur qui intègre (ou réintègre) une équipe crée inévitablement un changement dans le fonctionnement et les relations de celle-ci.
Pour que cette nouvelle collaboration soit bénéfique et engageante pour tous les coéquipiers, il est impératif de mesurer certains indicateurs de la qualité de vie et des conditions de travail (QVCT) en équipe (ambiance, cohésion, management, les valeurs, etc.)
Ceci dans l'optique d'éviter le mal-être et une crise dans l'équipe pouvant entrainer la détérioration de la santé mentale ainsi qu'une baisse de performance.
Par expérience, nous distinguons 2 profils de nouveau collaborateur, à savoir :
Le profil bienveillant, empathique, compatissant qui apporte une nouvelle énergie positive et engageante ;
Le profil malveillant qui distille une énergie négative, divise, installe le malaise et inhibe les capacités des autres membres de l'équipe.
Ne commettez pas l'erreur d'abandonner la recrue avec sa nouvelle équipe sans droit de contrôle et de regard.
Mais plutôt, valorisez l'équipe en leur donnant le droit d'évaluer les actions de la nouvelle re-

crue sur la performance de l'équipe è Mettez des gardes-fours à la nouvelle recrue !
C'est pour cela qu'il est nécessaire de mesurer et définir des actions correctives efficaces, réparer le tir au moment opportun. Toutes ces actions apportent un gain d'engagement de 20% dans l'équipe.

4- Gagner du temps, en sérénité et en compétitivité : 20% performance entreprise

Selon certaines études, 40 % des collaborateurs qui ne sont pas passés par un processus d'intégration structuré avouent qu'il leur a fallu au moins 2 à 3 mois avant de commencer à être productifs.
Exécuter un projet d'onboarding facilite :

- L'intégration du collaborateur ;
- Un démarrage efficace et efficient dès l'arrivée ;
- Un coaching, un mentorat rapide et efficace ;
- Un gain de temps dans l'acceptation des nouveaux collègues et la qualité des relations.
- Une réduction des fluctuations du personnel ;
- Une culture d'entreprise forte au profit de la performance - marque employeur de l'entreprise.

La période d'intégration ou encore onboarding est un moment clé de sa vie dans l'entreprise. Si cette période n'est pas bien préparée et suivie, une longue période de doute, de stress s'installe et peut déstabiliser le collaborateur et son équipe.
Les nouvelles recrues pendant la période d'onboarding voient une chance de vite démarrer dans l'entreprise, les employeurs apprécient d'avoir un collaborateur bienveillant et rapidement efficace.
Toutes les parties prenantes de l'entreprise gagnent dans l'exécution d'un parcours d'onboarding transparent et efficace.

Avez-vous d'autres bonnes raisons d'exécuter un parcours d'onboarding à nous partager ?

Par **Régine Moukete**

ENTRETIEN AVEC ORPHELIA JULIE NGOUANG BOUPDA

Pour ce premier numéro de notre rubrique « à la découverte des métiers », nous nous intéressons au métier de Directeur Grandes entreprises et Institutionnels. Quelles qualités faut-il développer pour exercer comme Responsable Corporate au sein d'une banque ? Comment évolue ce métier ? Quelles sont les contraintes liées à son exercice? Nous avons posé la question à une professionnelle. Orphelia Julie Ngouang Boupda se confie sur son métier.

Propos recueillis par **Achille KAGONBE**

Q1: Bonjour Madame Orphelia Julie Ngouang Boupda. Pouvez-vous nous décrire votre parcours ?

Bonjour Projecteur Magazine. Mon parcours académique est classique. Après avoir obtenu mon baccalauréat (économie et social) au lycée Dominique Savio de Douala, je suis partie faire mes études supérieures en France: Deug Eco-gestion à Paris 1 Panthéon-Sorbonne et un master en Finance a l'ISC Paris Business School.
J'ai commencé ma carrière chez GE commerciale Finance en tant qu'analyste puis débauchée par BNP PARIBAS où j'ai passé 10 ans. Tout d'abord chez BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES en tant que stock-options account manager sur un portefeuille entreprises CAC 40 et ensuite, j'ai intégré la direction des produits Cash management au sein du groupe BNP PARIBAS
Fin 2016, retour au pays pour rejoindre le Corporate de la SCB en tant que Senior Banker et 2 ans plus tard, je prends la tête de la direction pour occuper mon poste actuel de Directrice Grandes Entreprises et Institutionnels.

Q2: Quelles sont les qualités à développer pour devenir un excellent Directeur Grandes entreprises et Institutionnels ?

Je pense que l'ouverture d'esprit et le sens de l'analyse sont des atouts majeurs

Q3: Comment voyez-vous ce métier dans 5 ou 10 ans ?

A mon avis à horizon 10 ans, ce métier noble et ancestral conservera le même ADN avec en plus une révolution de la digitalisation des process, le perfectionnement des ressources tant l'environnement concurrentiel est fort et instable.

ORPHELIA JULIE NGOUANG BOUPDA

Q4: A quoi ressemble la journée-type d'un Responsable Corporate ?

En véritable chef d'orchestre, le responsable corporate assure la prise en charge quotidienne des sujets liés au portefeuille entreprises, encadre et dirige ses équipes tout en s'assurant de développer les compétences de chacun, et gère la stratégie commerciale de la banque en ligne avec celle du groupe.

Q5: Quelle est votre principale satisfaction par rapport à ce métier ?

Ma principale satisfaction est d'obtenir de mes équipes une adhésion forte et durable à la réalisation des objectifs ambitieux que je leur assigne. Ma satisfaction vient aussi d'une présence accrue sur les deals à forte valeur ajoutée et de notoriété publique. Être partie prenante du développement du pays et des grands projets d'envergure.

ABAKAL MAHAMAT, L'EXEMPLE À SUIVRE !

Il est en train de transformer la filiale camerounaise du groupe BGFIBank. Outre le maillage progressif du territoire national, Abakal Mahamat ne cesse de multiplier les initiatives visant à favoriser l'épanouissement de ses collaborateurs. La plus parlante, c'est la prise en charge par l'institution qu'il dirige, de l'intégralité des soins de santé des parents des employés. Chose inédite dans le secteur bancaire.

La rédaction vous dresse le portrait de ce dirigeant exceptionnel, surnommé « l'homme des réformes » par la presse locale et « le Général en Chef » par ses collaborateurs.

Abakal Mahamat a au cours des années, acquis une vaste expérience dans l'univers de la banque au Cameroun et a gravi les échelons du succès, occupant dès l'âge de 38 ans un poste de Directeur Général.
À force de travail et d'implication, ce pur produit du système éducatif camerounais a pu sublimer son destin et se faire une place de choix dans le monde bancaire.
Au milieu de cette jeunesse gagnée par le désespoir ou l'anxiété, Abakal Mahamat apparaît comme un modèle de réussite et un motif de fierté.
Lors de sa brillante carrière, ce professionnel « immergé dans la culture de l'excellence » a tour à tour été chargé des comptes à Advans Cameroun, Analyste de crédit chez Afriland First Bank et Responsable des comptes secteur public chez Ecobank Cameroun.
En 2011, BGFIBank Group s'installe au Cameroun et il est recruté comme Chef de l'agence de Yaoundé, chargé d'animer le point de vente bancaire. Pendant quatre ans, il s'emploiera à donner de belles couleurs à cette banque dans sa zone de compétence.
Cette performance lui permettra de monter en grade, d'abord au poste de Directeur Réseau C/0, puis celui de Directeur Général Adjoint. Sa boussole : améliorer en permanence la satisfaction du client.
Pour donner une dimension planétaire à son profil, il décroche un certificat en management à HEC Paris (en 2017), puis deux Masters en management financier entre 2018 et 2019 (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, IHFI/IAE Paris Sorbonne)

Abakal Mahamat

Le 1er Octobre 2019, ce travailleur infatigable prend les rênes de la BGFI Bank Cameroun, en remplacement de Loukoumanou Waidi pour poursuivre les chantiers de modernisation et de transformation de l'entreprise qui a récemment fêté ses 10 ans (au mois de Mars dernier) sur le territoire camerounais.

En près de 5 ans, Abakal Mahamat a déjà conquis les cœurs. Sur les réseaux sociaux, ses collaborateurs chantent ses louanges à longueur de journée. Et il faut dire que l'homme mérite bien l'admiration qui lui est dévolue.
Sous son règne, l'entreprise a gagné en importance et vise désormais sans complexe le leadership du secteur bancaire au Cameroun. De nouvelles agences ont vu le jour, ainsi qu'une banque de détail. Entre 2019 et 2022, BGFI Bank a respectivement réalisé un Bénéfice net de 3 Milliards FCFA ; 6.3 Milliards FCFA ; 8 Milliards de FCFA et **10,103 milliards de FCFA**.
En décembre 2022, BGFIBank Cameroun est devenue la première banque camerounaise à obtenir la certification AML 30000, réaffirmant ainsi l'engagement du Groupe et sa filiale Camerounaise à lutter contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.
Sur le plan social, la banque se démarque également de la concurrence au travers de sa fondation. En témoigne, le forage d'eau inauguré à l'Hôpital Laquintinie de Douala le 24 Janvier dernier ainsi que le don d'un groupe Electrogène dans cette formation hospitalière.
Titulaire d'une Maitrise en économie monétaire et bancaire, ce manager camerounais animé par la volonté d'inscrire une part d'humain dans son entreprise, est le symbole d'une jeunesse brillante, déterminée à poser les bases solides d'une Afrique conquérante et prospère.■

Article rédigé par
Fabrice Tientcheu

LA CROISSANCE DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE (IA) : UNE NÉCESSITÉ POUR LE SECTEUR BANCAIRE AU CAMEROUN

Roland Tabi,
Co-directeur du CSIANA Cameroon

> **"l'IA est utile pour automatiser les processus internes, tels que la vérification des antécédents des clients (dans le cas de demande de crédits) et la détection des fraudes**

Bâtir un socle de connaissances et de compétences au Cameroun grâce aux avancées considérables de l'intelligence artificielle pour le secteur bancaire

Les nouvelles technologies ont un impact considérable dans la société camerounaise. À l'ère actuelle, les algorithmes sont capables de prendre notre relais sur des actions aussi mélangées que pointues : prise de décision, traduction, reconnaissance vocale (comme Siri pour iPhone) ou visuelle…

L'intelligence artificielle est ce que l'on appelle un concept « parapluie », c'est-à-dire qu'il englobe une grande variété de sous-catégories telles que l'enseignement, la politique ou l'économie.

Une banque remplit une multitude de fonctions : la gestion des moyens de paiement ; la sécurité des transactions financières ; l'octroi des crédits ; l'intermédiation sur les marchés financiers ; jusqu'à l'octroi de crédits immobiliers. La première des fonctions de la banque, la plus concrète, c'est celle de gérer les moyens de paiement quotidiennement.

Conscient du poids de ce relatif, force est de constater que la connectivité Internet, les smartphones et les réseaux sociaux ont tous transformé la manière dont ces tâches se réalisent, comment nous communiquons, nous nous divertissons et travaillons. Les technologies de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage automatique ont également des implications importantes pour l'avenir de l'emploi et de la productivité.

Si les retombées matérielles susceptibles de découler du processus de dématérialisation en cours sont évidents, les transformations les plus profondes entraînées par le passage au numérique sont peut-être avant tout sociales et culturelles.

Le premier fait a trait à l'introduction du mobile money dans l'expérience quotidienne. Des populations « laissées » jusque-là, (par exemple, dans des communes comme Nchemba II, Akwaya, Tinto ou Eyumodjock dans le département de la Manyu) à l'écart entrent dans les circuits de la mobilisation par le biais de la finance.

Les réseaux sociaux, tels que Facebook, Twitter et Instagram, ont changé la donne, précisément dans la façon dont les gens communiquent et se connectent les uns aux autres. Les gens peuvent maintenant partager leurs pensées, leurs sentiments et leurs expériences avec des amis et des personnes du monde entier en quelques secondes.

Quant aux réseaux sociaux, ils jouent également un rôle clé dans la propagation de l'information, permettant aux gens de s'informer sur les événements actuels et de prendre part à des discussions en ligne sur des sujets d'actualité, même si la phase éthique de ces utilisations reste discutable d'un point de vue juridique.

Le Cameroun est un pays riche en ressources naturelles et humaines. Il possède un marché intérieur en fort croissance et un emplacement géographique stratégique en Afrique centrale.

La venue des nouvelles technologies, d'un point de vue générale, oriente le Cameroun à relever certains défis quotidiens comme l'amélioration de son accès à l'électricité et à internet. Ces infrastructures sont essentielles pour permettre à la chaîne bancaire et les entreprises technologiques, de se développer et de prospérer dans un environnement en pleine mutation. Sans elles, les entreprises technologiques locales seront « orphelines » et handicapées par rapport à leurs concurrents de la sous-région.

LE MOT DE L'EXPERT

Le cas d'usage des banques européennes comme facteur d'exemple pour le Cameroun

Bien que fascinant et interrogative, l'intelligence artificielle (IA) suscite des approches juridiques, métaphysiques, voire philosophiques. L'IA est utilisée depuis des années 1950, capable d'effectuer des opérations comparables à celles de l'esprit humain, telles que l'apprentissage ou le raisonnement logique.
En France, par exemple, les entreprises comme la Société Générale et Le Crédit Lyonnais (LCL Banque et Assurance), pour ne citer que celles-ci, utilisent l'IA pour améliorer l'expérience client, automatiser les processus internes et augmenter leur efficacité opérationnelle.
Ces banques utilisent l'IA pour améliorer l'expérience client grâce aux chatbots pour répondre aux questions courantes des clients et en utilisant des systèmes de reconnaissance vocale ou faciale pour simplifier les processus d'authentification. Cela permet aux clients d'accéder à leurs comptes et de recevoir des informations plus rapidement et plus efficacement.

l'IA est utile pour automatiser les processus internes, tels que la vérification des antécédents des clients (dans le cas de demande de crédits) et la détection des fraudes

Parmi tous ces exemples qui se profilent, l'IA est utile pour automatiser les processus internes, tels que la vérification des antécédents des clients (dans le cas de demande de crédits) et la détection des fraudes. Les systèmes d'IA peuvent analyser rapidement des quantités massives de données pour détecter des patterns suspects, ce qui permet aux banques de réagir rapidement aux tentatives de fraude.
Last but not the least, l'IA permet aux banques d'augmenter l'efficacité opérationnelle en automatisant certaines tâches complexes, telles que la comptabilité et la gestion des risques. Cela permet aux employés de se concentrer sur des tâches plus importantes, comme la prestation de conseils financiers aux clients.
En outre, même si le tsunami technologique est en marche, - et rien n'arrêtera sa progression -, il faut craindre les dérives occasionnées, sans doute par cette technologie, au sein du secteur bancaire, pour la phase de l'explicabilité, pour une IA de confiance durable et respectueuse.

L'ère de la 4ème révolution industrielle et la FINTECH au Cameroun

La 4ème révolution industrielle est en train de bouleverser de nombreux secteurs, y compris celui des banques au Cameroun. Les avancées technologiques telles que l'intelligence artificielle, la blockchain, l'Internet des objets et la robotique ont un impact profond sur la façon dont les banques interagissent avec leurs clients et gèrent leurs opérations.
Dans le secteur bancaire camerounais, l'utilisation croissante de la technologie est en train de transformer l'expérience client en permettant aux utilisateurs de gérer leurs comptes bancaires en ligne, de faire des transactions en ligne en toute sécurité et de recevoir des conseils financiers personnalisés en temps réel. Les banques utilisent également l'analyse de données pour mieux comprendre les besoins et les comportements des clients, ainsi que pour offrir des services personnalisés.
En sus, la technologie blockchain est également en train de changer la façon dont les banques gèrent les transactions. Les transactions effectuées via la blockchain sont plus sûres et plus rapides, car elles sont enregistrées de manière décentralisée et sont donc moins exposées aux risques de piratage et de fraude car à l'opposée, la sanction des « hackers » ne se fera pas attendre.
Enfin, l'Internet des objets (IoT) est en train de changer la façon dont les banques utilisent les données. Les banques peuvent désormais utiliser les données recueillies auprès des objets connectés pour mieux comprendre les besoins des clients et les comportements d'achat, ainsi que pour offrir des services personnalisés.
Autant de signaux qui laissent penser que la 4ème révolution industrielle est en train de transformer le secteur bancaire au Cameroun, en permettant aux banques de mieux comprendre les besoins des clients, de gérer les transactions de manière plus sûre et de fournir des services personnalisés. Les banques qui sauront saisir les opportunités offertes par ces nouvelles technologies auront un avantage compétitif sur leurs concurrents.■

QUELS SONT LES DROITS À PAYER À UN TRAVAILLEUR EN CAS DE DÉPART À LA RETRAITE ?

Par **Nicole NGATCHOU,**
CEO de NAAS RH

Les droits à verser à un retraité ne sont pas identiques. Ils diffèrent d'une convention collective nationale à une autre. Certaines conventions collectives accordent au travailleur retraité, une indemnité de fin de carrière, une prime de reconversion, les gratifications, les indemnités de congés payés, les frais de transport agent, famille et effets personnels pour un travailleur déplacé de son lieu d'embauche à une autre ville du fait de l'employeur ainsi que le nombre de jours travaillés dans le mois.
D'autres conventions collectives attribuent au salarié retraité les mêmes droits cités ci-dessus, plus une prime de bonne séparation. Prenons par exemple le cas de la Convention Collective Nationale des entreprises de stockage et de distribution des produits pétroliers :

L'indemnité de fin de carrière (Article 38, alinéa) à la charge de l'employeur est égale pour chaque année de présence dans l'entreprise à un pourcentage du salaire mensuel moyen brut des douze (12) derniers mois qui ont précédé le départ à la retraite.

Le pourcentage applicable au salaire moyen brut varie comme suit :

- 40% pour chacune des cinq premières années ;
- 45% pour chacune des années de la 6ème à la 10ème incluse ;
- 50% pour chacune des années de la 11ème à la 15ème incluse ;
- 60% pour chacune des années de la 16ème à la 20ème incluse ;
- 65% pour chacune des années de la 21ème à la 25ème incluse ;
- 70% au-delà de la 25ème année.

Prime de Reconversion (Article 38, alinéa 7)

Le travailleur retraité perçoit en outre une prime de reconversion. Sauf pratiques plus avantageuses, les travailleurs ayant acquis droit dans le cadre de la législation en vigueur à une pension retraite et comptant au moins dix (10) ans de service dans l'entreprise au moment du départ, bénéficient d'une prime de reconversion calculée comme suit :

Ancienneté de 10 à 20 ans : 1 500 000 FCFA
Ancienneté de 21 à 25 ans : 2 000 000 F CFA ;
Ancienneté de 26 à 30 ans : 3 000 000 F CFA ;
Ancienneté de 31 à 35 ans : 4 000 000 F CFA ;
Ancienneté au-delà de 35 ans : 5 000 000 F CFA
Bien entendu, ces tranches sont non cumulables

Cependant, la Convention Collective Nationale des Sociétés Portuaires du Cameroun verse au travailleur retraité comme indemnité de fin de carrière (article 59 de cette Convention Collective), deux (02) fois l'indemnité de licenciement.L'article 55 de cette Convention Collective détermine l'indemnité de licenciement ainsi qu'il suit :

En cas de licenciement, hormis le cas de faute lourde, le travailleur ayant fait l'objet d'un engagement définitif et ayant accompli au moins douze mois de travail effectif a droit à une indemnité de licenciement distincte de celle du préavis.

Sauf pratique plus avantageuse, cette indemnité est représentée pour chaque année par un pourcentage déterminé du salaire brut mensuel moyen des douze derniers d'activités qui ont précédé la date de son licenciement.

Ces taux applicables sont fixés ainsi qu'il suit :
• De 1 à 5 ans : 20% du salaire brut mensuel moyen des douze derniers mois ;
• De 6 à 10 ans : 30% du salaire brut mensuel moyen des douze derniers mois ;
• De 11 à 15 ans : 40% du salaire brut mensuel moyen des douze derniers mois ;
• De 16 à 20 ans : 45% du salaire brut mensuel moyen des douze derniers mois ;
• Plus de 20 ans : 50% du salaire brut mensuel moyen des douze derniers mois

Par ailleurs, cette même convention collective des sociétés portuaires accorde au travailleur retraité une prime de bonne séparation se situant entre 2 et 5 mois de salaire brut.
Sur le plan fiscal et social, il est important de noter que toutes les primes et indemnités ci-dessus citées et qui sont versées à un travailleur au moment de la retraite sont taxables mais pas cotisables.

LES FONCTIONNAIRES

L'admission à la retraite marque la fin normale de la carrière du fonctionnaire et lui ouvre droit à une pension payée par le Trésor Public ou toute autre caisse de retraite dans les conditions fixées par décret du Président de la République.

Elle intervient :
- d'office : lorsque le fonctionnaire est atteint par la limite d'âge, quelle que soit la fonction administrative qu'il peut exercer en vertu d'un acte individuel ou collectif, sous réserve des dispositions des statuts particuliers ou spéciaux ;
- ou par anticipation : le Décret n°2020/802 du 30 Décembre 2020 a harmonisé l'âge de départ à la retraite des fonctionnaires par le Président de la République, à compter du 1er janvier 2021. La limite d'âge pour l'admission à La retraite du fonctionnaire est fixée pour chaque catégorie de la manière

suivante :
- **personnel des catégories A : 60 ans ;**
- **personnel des catégories B : 60 ans ;**
- **personnel des catégories C et D : 55 ans**

Toutefois, en raison de la nature ou de la spécificité de certaines fonctions, le Président de la République peut déroger aux dispositions ci-dessus.

Le nombre d'annuités liquidables pour le calcul de la pension doit correspondre au nombre d'années de service effectif en qualité de fonctionnaire.

Le fonctionnaire qui réunit au moins (15) ans d'ancienneté peut être mis à la retraite par anticipation sur sa demande.

Celui qui, à la cessation d'activité pour quelque cause que ce soit, ne peut bénéficier d'une pension retraite, a droit à un remboursement immédiat de la totalité des retenues opérées sur son traitement au titre des cotisations pour pension durant sa carrière.

L'admission à la retraite du fonctionnaire est prononcée par arrêté du Ministre chargé de la Fonction Publique. Ledit arrêté liquide les droits à pension du fonctionnaire retraité.

LES AGENTS DE L'ETAT RELEVANT DU CODE DE TRAVAIL

Le Décret n°2020/7951/PM du 30 décembre 2020 a harmonisé l'âge de départ à la retraite des agents de l'Etat relevant du Code du Travail. L'âge de départ à la retraite des Agents de l'Etat relevant du Code du travail est, à compter de janvier 2021 harmonisé à 60 (soixante) ans.
Un arrêté signé par le Ministre de la Fonction Publique liquide les droits à pension du personnel des agents de l'Etat relevant du Code du Travail. En conclusion, vous pouvez dire qu'au Cameroun, les droits de départ à la retraite d'un travailleur ne sont identiques dans tous les secteurs d'activité, chaque secteur ayant sa spécificité.■

UNE MARQUE FORTE ET PUISSANTE POUR UNE PERFORMANCE BUSINESS REMARQUABLE : APPLICATION AU SECTEUR BANCAIRE

« Les consommateurs restent fidèles aux marques qui partagent les mêmes valeurs qu'eux. » Howard SCHULTZ

Les entreprises, quel que soit le secteur d'activité ont très souvent l'habitude de se focaliser sur la recherche acharnée de la croissance par la mise en œuvre d'initiatives business. Pourtant, il n'est pas toujours facile de comprendre sa clientèle et de pénétrer un marché.

Coca-Cola, Pepsi, Apple, Samsung, pour ne que citer celles-là sont des géants mondiaux parce qu'elles ont construit dans le temps des marques fortes et puissantes.

Notre discussion portera sur l'impact de la puissance de la marque dans la croissance business d'une entreprise. Nous aborderons les facteurs concourant à la puissance de marque et éluciderons les piliers du capital marque dans le développement de la croissance business.

Nous nous attarderons un peu sur les principes fondamentaux d'une marque, les marqueurs permettant de rendre forte une marque et sur les leviers distinctifs d'une marque permettant d'assurer la croissance business.

Et enfin, nous essayerons de mettre en évidence des éléments disruptifs qui pourrait permettre aux entreprises du secteur bancaire de se démarquer en termes de Capital et Puissance de marque pour une croissance business en continue.

Les principes fondamentaux d'une marque

De manière générale, une marque se compose de signes, symboles ou caractères particuliers s'associant à une entreprise particulière. Ces éléments distinctifs peuvent avoir une signification claire ou complexe, une couleur particulière ou représenter un élément immédiatement reconnaissable et/ou identifiable par le public.

Elle devrait partager des émotions, des souvenirs positifs et peut s'appuyer sur un slogan distinctif.

J'ai pour habitude de dire qu'une marque doit en premier marquer les deux sens que sont « La vue » et « L'Ouïe » Pourquoi ? Parce que ce que l'on voit et/ou entend reste généralement en souvenir positif comme négatif.

Dans la quête permanente de la croissance de l'entreprise, la fonction marketing devrait suivre sa marque afin que celle-ci représente à la fois un enjeu commercial et brand dans la scénarisation des initiatives marché. Pourquoi ? Parce qu'elle vient augmenter la perception de qualité des produits/services offerts et augmenter la valeur ajoutée de l'entreprise.

Ainsi, une marque et sa stratégie d'évolution devrait entrer dans la stratégie marketing de l'entreprise et constitue même un actif majeur associé à une valeur financière non négligeable. Pour exemple, à combien pourrait-on chiffrer la valeur financière d'une marque comme Coca-Cola ? ou Pepsi ? ou Nike ? Certainement en milliards de dollars.

Construire dans le long terme la réputation d'une marque reviendrait à travailler sur 2 piliers importants à savoir :

- La puissance de marque ou encore Brand Power : Est un indicateur saillant permettant de mesurer la confiance que confèrent les clients à une marque. Elle se traduit par la responsabilité à respecter ses promesses vis-à-vis de son public. Ici, on évalue les marqueurs de sens (la valeur, la familiarité et la fiabilité), les éléments différentiant dans des push et incitations brand et enfin sur la proéminence (tout élément saillant que le public a à considérer à un moment donné à la faveur de la marque)
-
- La santé de marque ou Brand Health : Est un indicateur permettant d'évaluer la santé ou le pool à travers les axes tels que la notoriété, la considération, la préférence et la loyauté que le public manifeste envers la marque.
- Dans la suite nous verrons comment développer le capital marque et travailler sur les éléments constitutifs de la santé de marque.
- Rappelons que la marque joue un rôle bicéphale à savoir :
- Sur les consommateurs : Elle est une promesse entre l'entreprise et le client. Cette promesse se traduit par une identité particulière qu'une

entreprise veut conférer à ses produits/services ;
- Sur l'entreprise elle-même : Elle offre une garantie légale qui la protège contre toute copie.

Comment développer le Capital Marque et sa puissance pour une meilleure croissance business ?

La stratégie de marque devrait constituer une grande priorité dans la stratégie marketing dans sa globalité car elle permettrait de bien fidéliser les clients et de se différencier des concurrents. Cette différentiation pourrait provenir des facteurs fonctionnels liés au produit/service ou émotionnel liés au vécu vis-à-vis de la marque.

Avant d'entrer dans le vif du sujet concernant le développement du capital marque et de sa puissance, nous nous interrogeons sur les facteurs permettant de rendre forte une marque vis-à-vis de ses clients ou alors de la concurrence.

Notons que l'objectif primordial d'une stratégie de marque serait de conférer une identité particulière aux produits /services que fournit une entreprise. Et la réussite de cette stratégie reposerait sur la capacité à faire percevoir cette promesse d'identité particulière aux clients.
Travailler à rendre une marque forte reviendrait à :

- Transformer positivement et structurellement la performance sur la perception des produits/services fournit par l'entreprise ;
- Rendre croissant le scoring de fidélité des clients vis-à-vis des produits/services et/ou de l'entreprise ;
- Anéantir la vulnérabilité des actions de la concurrence sur les produits/services et/ou clients de l'entreprise ;
- Favoriser un climat mutuellement profitable avec la chaine de distribution et de partenariat ;
- Communiquer de façon efficace et efficiente avec impact saillant sur les clients.

Ce travail de longue haleine exige une démarche d'ascèse élucidée par la *pyramide Brandz*
Autrement dit, pour développer une marque forte, il faut adopter une démarche ascendante partant du point « 1 » au point « 5 ». Une marque forte est une marque qui est :

Connue ou qui a une notoriété forte

Avant toute chose, il faut travailler les aspects de notoriété spontanée ou assistée. Ceci se traduit par la présence régulière de la marque dans les tous les canaux de communication (TV, Radio, Presse, OOH et Réseaux sociaux) ;

Essayée et dont la valeur ajoutée à l'essai est perceptible

les facteurs fonctionnels liés au produit/service doivent être mis en avant pour susciter le trial. Cependant, l'émotionnel mis en avant dans les différentes déclinaisons des campagnes de communication devrait inciter à l'essai ;

Considérée car les promesses sont respectées

le discours commercial ou l'argumentaire commercial ne devrait pas être un discours sophiste, mais plutôt un discours permettant aux clients de se sentir concernés, considérés et compris ;

Préférée de par les bénéfices perceptuels comparables à ceux que la concurrence pourrait offrir

Le sensoriel est le principal levier sur lequel l'on agit permettant de créer une distinction claire et favorable à la marque ;

Fidélisée par les consommateurs, un sentiment de loyauté est manifesté quel que soit les circonstances d'usage ou de confrontation

La démarche communicationnelle et d'incitation marché devrait être axée sur l'histoire, le vécu des clients vis-à-vis de la marque. Ce vécu ou histoire doit rappeler non seulement des moments de joie, mais aussi ceux de tristesse que les clients ont connus vis-à-vis de la marque et malgré tout, le cheminement continu.

Une récursivité dans l'exécution de la démarche ascendante de la pyramide Brandz est recommandée et une évaluation à travers un baromètre d'évaluation de la santé de marque à fréquence trimestrielle ou semestrielle devrait être envisagée et couplée à un autre baromètre media à fréquence semestrielle ou annuelle permettant de maitriser les canaux sur lesquels le positionnement des produits/services et/ou marque devrait avoir plus d'impact.

Application au secteur bancaire

En se focalisant uniquement sur la banque de détail, sachant que son activité principale qui consiste à la collecte de dépôts, distribution de crédits et gestion de moyens de paiement, fait d'elle un écosystème mouvementé traduit par une dynamique des agents économiques (particuliers & entreprises).

Cette dynamique impose aux différents acteurs une agilité bivariée entre le commercial et le branding afin de se démarquer et de générer un intérêt perceptuel aux yeux des clients.

Les offres commerciales bancaires n'étant pas des

biens de grande consommation, la démarche de mise en place d'une marque forte pour une croissance de la performance use des mécanismes parallèles mais suivant la même démarche pyramidale.

Comme vu de ce qui précède, la stratégie de marque s'inscrit dans la stratégie marketing ou globale de l'entreprise. Le budget alloué à l'activation de la marque ne doit aucunement être considéré comme une dépense mais plutôt comme un investissement. Et la réputation se construirait dans le long terme par une démarche constante dans la transcendante de la marque.

La question cruciale que l'on se poserait est celle de savoir : Quel est l'établissement bancaire au Cameroun le plus connu ?

La réponse à cette question peut sembler triviale si nous raisonnons du point de vue d'un établissement bancaire. C'est-à-dire que Afriland, BICEC, Ecobank, BGFI Bank UBA, City Bank, CBC, SCB, Société Générale et consorts pourraient chacun de son côté dire ou affirmer que « Comme j'ai un réseau large des agences commerciales alors je suis la banque la plus connue » ou encore « *Comme j'ai un plus grand nombre de clients particuliers et/ou entreprises alors je suis la banque la plus connue » et voir, « Comme je suis la plus ancienne alors je suis la plus connue »* etc.

Sachant que les produits bancaires proposés sont quasi alignés et substituables les uns aux autres dans le marché, la puissance de marque ne viendrait pas seulement des produits proposés mais de l'expérience vécu (l'histoire d'amour ou de désamour), de l'impact sociétal, de l'agilité de la force de vente sur le terrain, de la communication efficace et impactante…

Dès lors, la démarche à adopter pour construire une marque forte en ce qui concerne les établissements bancaires pourrait donc être la suivante ?

A- Travailler la notoriété de marque : Ici, la stratégie consisterait à travailler sur 2 aspects importants à savoir :

- Activer la marque sur des communications (de masse et/ou Corporate) commerciales ponctuelles ou pérennes de façon structurée et structurante.

- Solliciter le canal TV/ Radio pour des communications ponctuelles ou circonstancielles ;
- Solliciter le OOH (affichage) notamment des panneaux publicitaires pour des communications à périodicité longue (12 mois par-là) avec un maillage distribué autour des centres commerciaux et d'affaires, des quartiers huppés et/ou à forte densité de potentiel bancarisé.

- Activer la marque sur des communications institutionnelles et Brand visibility sur des actions RSE, et d'activation sur la musique, l'éducation et le football demeurant le fort ancrage des populations.

B-Travailler la considération de marque : Mettre en place des baromètres d'évaluation du niveau de satisfaction client et celui d'évaluation de la santé de marque à travers les différentes initiatives d'activation brand.

- Proactivité de la force de vente et optimisation du parcours client en agence et dans le traitement des demandes ;
- Mise en place d'un concept de « Journée tous Vendeurs » avec des descentes terrain régulières non pas seulement la force de vente mais aussi tout l'administratif. Une périodicité trimestrielle recommandée. La descente terrain n'est pas que sur le grand public mais aussi au sein des organismes, instituions et entreprises ;
- Mise en place d'un concept de « Le client est Roi » au sein du réseau d'agences par l'animation du top management régional à rotation dans les agences (périodicité trimestrielle).

Aujourd'hui, les opérateurs bancaires doivent penser la banque de demain avec les acteurs avec lesquels ils écriront l'histoire et bâtiront la croissance structurelle. La puissance de marque et son impact auprès de la cible et le grand public serait le gage de succès de ce challenge.

En résumé, la construction d'une marque forte confère une garantie de croissance structurelle à long terme. Il est important d'investir savamment sur la croissance de la puissance de marque pour espérer une prospérité remarque sur le business.■

PAR TRISTAN MBIANDA NANA

DÉCOUVREZ COMMENT UNE AGENCE DE BRANDING PEUT AIDER VOTRE ENTREPRISE À ATTEINDRE SES OBJECTIFS

Lorsque vous essayez de développer votre entreprise, il peut être difficile de savoir par où commencer. Il y a tellement de choses à faire : embaucher de nouveaux employés, améliorer le service à la clientèle, acheter de nouveaux équipements, et la liste est longue. Mais la seule chose dont vous avez besoin avant tout est une identité de marque claire.

Beaucoup d'entreprises, en particulier en Afrique, ignorent cet aspect de leur activité parce qu'elles pensent que c'est trop cher, ou parce qu'elles pensent que leur entreprise est si petite et insignifiante qu'elle n'en a pas besoin. Mais à long terme, investir dans votre identité de marque sera l'une des meilleures décisions que vous puissiez prendre. Non seulement cela aidera votre entreprise à croître, mais vous constaterez également que cela rend la vie beaucoup plus facile pour vous et vos employés.
Ne pas avoir une stratégie de marque claire en place peut être un énorme obstacle pour votre entreprise, et peut même conduire à son effondrement si vous n'avez pas les bonnes personnes en place. Vous voudrez peut-être **embaucher des experts** pour vous aider avec cet aspect de votre entreprise.

Définitions des termes

1. Image de marque

L'image de marque est le processus de création d'une identité mémorable, cohérente et unique pour votre entreprise ou votre produit qui donnera envie aux gens d'acheter chez vous.
Cela implique la création de logos, de designs, d'énoncés de mission, de messages marketing et bien plus encore afin de bâtir une réputation positive pour votre entreprise.

2. Stratégie de marque

La stratégie de marque est le processus d'élaboration d'un plan qui décrit comment vous voulez que votre marque soit perçue par les clients et le marché.
Il s'agit de comprendre qui est votre public cible, ce qu'il aime et n'aime pas dans des produits ou services similaires, et comment il achète.

3. Identité de marque

Une identité de marque est la combinaison de tous les éléments, y compris les graphiques, les schémas de couleurs, les polices et les logos qui définissent votre produit ou service.

4. Agence de branding

Une agence de branding est une entreprise qui aide les entreprises à développer une identité et une réputation fortes.
Ils peuvent également vous aider à créer une stratégie de marque et à l'exécuter avec des projets de conception graphique tels que des logos, des sites Web, des cartes de visite, des brochures, etc.
Les agences de branding ne se contentent pas de créer un plan de marque de haut niveau pour votre entreprise. Ils aident également à suivre les résultats afin que vous puissiez voir à quel point votre image de marque fonctionne.

Avantages de l'embauche d'une agence de branding

Les entreprises perdent 80 milliards de dollars chaque année en raison de campagnes de marketing mal planifiées. À l'origine de ce problème se trouve l'absence d'un message de marque qui s'aligne sur leurs objectifs.
L'embauche d'une agence de branding aidera votre entreprise de plusieurs façons, notamment:

1. Éliminer la nécessité pour plusieurs organismes de réaliser des projets individuels :

Une agence de branding peut gérer tous vos besoins marketing, de la conception de logo et de cartes de visite au développement de sites Web et à la gestion des médias sociaux.
Cela permet d'économiser du temps et de l'argent, qui seraient autrement dépensés pour plusieurs agences effectuant des projets individuels.

2. Maintenir la cohérence

Une agence de branding vous aidera à maintenir la cohérence de tous les supports marketing, y compris votre site Web, vos médias sociaux, vos supports imprimés, etc. Cela aide votre entreprise à paraître plus professionnelle et cohérente avec ses clients.

3. Gain de temps

Une agence de branding vous aidera à gagner du temps en prenant en charge tous les besoins marketing afin que vous puissiez vous concentrer sur d'autres tâches importantes de votre entreprise.

4. Expertise

Une agence de branding possède l'expertise nécessaire pour créer du matériel de marketing de haute qualité qui vous aidera à développer votre entreprise.

Il est moins coûteux à long terme de travailler avec une agence de branding plutôt que d'essayer de créer votre propre identité de marque. Et une fois qu'ils ont établi cette identité de base de votre marque, elle aura rarement besoin d'être remodelée.

Prenons l'exemple de Coca-Cola.

Cette marque est restée un haut niveau pendant plus de 100 ans parce qu'elle a évolué tout en conservant son logo emblématique, ses couleurs et son message de base cohé-

rents tout au long de cette période.
Après avoir travaillé avec une agence, vous pouvez consacrer moins de temps au marketing et concentrer davantage votre attention sur la création d'expériences client exceptionnelles.
J'espère que vous avez apprécié l'article !

QUELLES SONT LES DIFFÉRENTES OBLIGATIONS JURIDIQUES ET FISCALES D'UNE ENTREPRISE ?

Le droit est un phénomène qui saisit tous les pans de la vie humaine et davantage, la vie de l'entreprise. Il nous parait donc évident de traiter de la question relative aux différentes obligations juridiques et fiscales d'une entreprise dans le cadre de cette chronique dédiée à l'accompagnement juridique de la PME.

Parler d'obligation c'est parler d'un lien de droit qui contraint une personne à donner, à faire ou à ne pas faire quelque chose vis-à-vis d'une autre personne ou d'une autorité étatique, le cas échéant.

L'entreprise en tant que sujet de droit à part entière est donc soumise à des obligations aussi bien juridiques que fiscales.

Les obligations juridiques auxquelles est soumise l'entreprise sont d'ordre administratif, comptable, social et commercial. Elles s'étendent du respect de certaines formalités administratives telles que la tenue annuelle d'assemblée générale des associés à l'information claire et sans équivoque du public sur les produits et services de l'entreprise ; en passant par la conformité des comptes de l'entreprise au système comptable applicable et le cadre règlementaire régissant la relation entre l'employeur et les salariés.

Me Abel-John ELESSA,
Associé-Gérant du cabinet ELESSA & PARTNERS LAW FIRM

Les obligations fiscales quant à elles tiennent à des déclarations et paiements de divers impôts selon que la fréquence exigible soit annuelle ou mensuelle.

Le respect de ces différentes obligations permet en effet à l'entreprise de se prémunir du risque règlementaire dont l'inobservation entraine des sanctions administratives et pénales à son encontre.

Connaître les obligations auxquelles est soumise l'entreprise est donc une nécessité pour assurer le fonctionnement optimal de celle-ci et lui garantir une expansion sereine et durable. L'expertise juridique se présentant ainsi de manière inéluctable comme un gage de développement de l'entreprise.

En-êtes-vous conscients ?

LANDRY MILINGO, FONDATEUR DE LIBOKE, L'ONG QUI VOLE AU SECOURS DES PERSONNES VULNÉRABLES EN AFRIQUE

Il est le président-fondateur de l'association LIBOKE, une ONG qui vole au secours des personnes vulnérables en Afrique. Landry Milingo fait partie de cette diaspora active qui œuvre pour la construction d'une Afrique nouvelle, où les notions de dignité, d'Amour et de Solidarité résonnent de manière vibrante et forte dans le cœur de tous. Son engagement lui a récemment permis de recevoir le titre d'ambassadeur du social et du Développement de son pays, la République Démocratique du Congo.

Rencontre avec cet informaticien, visionnaire congolais qui souhaite proposer à l'Union Africaine, une Taxe Solidaire Africaine et qui a mis sur pied un dispositif numérique dénommé « Elykia » qui favorise une redistribution automatique des aides sociales

Bonjour Monsieur MILINGO. Pouvez-vous nous décrire votre parcours ?

J'ai un parcours assez atypique. Je suis informaticien de métier et j'ai changé de voie afin de me consacrer pleinement à ce qui m'anime : venir en aide aux personnes dans le besoin dans différents secteurs (Education, Santé, Environnement). Pour exceller dans le domaine, je suis retourné sur les bancs de l'école pour obtenir un Master en tant que Directeur de l'économie sociale et solidaire en France

Comment vous est venue l'idée de créer l'Association LIBOKE et quel bilan pouvez-vous en faire ?

Aujourd'hui, l'association LIBOKE se porte bien au niveau innovations sociales. Nos cellules pour la plupart digitales permettent de venir en aide à diverses populations démunies (Femmes violées, femmes enceintes, personnes vivant avec un handicap, orphelins etc.) mais comme tout organisme, nous avons besoin de moyens financiers pour améliorer nos dispositifs d'aide et accroitre le nombre de bénéficiaires de nos actions. Aujourd'hui l'Afrique saigne, demain ses enfants panseront sa plaie

Pouvez-vous nous partager l'actualité de cette association et les différentes activités que vous comptez mener cette année ?

Actuellement, nous sommes dans une phase de déploiement de tous nos dispositifs à travers le continent. Je pourrai citer ici :

La Carte de sortie de maternité : Mettre à disposition une carte afin que nos mamans ou futures mamans puissent bénéficier de CPN (Consultation Pré-Natale), échographies afin de passer leurs grossesses en toute quiétude ;

Les Bons de pharmacies / Alimentaires : Mise à disposition de bons numériques de santé et alimentaire pour les personnes en grande précarité. Ces bons peuvent être utilisés dans nos centres de santé, pharmacies et commerces de proximité partenaires (favorisant l'économie locale)

La Carte d'hygiène féminine : Dispositif permettant d'aider les jeunes filles en milieu scolaire. Lors de leurs menstrues, elles pourront chaque mois avec cette carte se procurer des produits nécessaires pour leurs protections auprès des établissements de santé partenaires.

Nous opérons dans tellement de secteurs qui me sera difficile de vous dire quelle activité domine sur les autres.

Je ne pourrai oublier de vous citer une activité qui nous tient particulièrement à cœur, car elle crée un magnifique cercle vertueux. En fait, l'association a mis en place un atelier où des personnes vivant avec un handicap (mal voyants, amputés, handicapés moteurs…) fabriquent des ardoises scolaires, et celles-ci sont distribuées gratuitement à des écoles défavorisées sur tout le continent. L'éducation doit avoir sa place comme tout autre domaine

dans ces environnements désastreux.
Toutes ces activités m'ont conduit à recevoir le titre d'Ambassadeur du social et du développement en République Démocratique du Congo

Quels sont les défis et challenges que vous êtes appelés quotidiennement à relever ?

Je me lève tous les jours avec cette doctrine d'un auteur japonais Ryunosuke Satoro : « Seuls, nous sommes que des gouttes d'eau, ensemble nous formons un océan ». Mon challenge est de tisser la plus belle toile afin d'attirer le plus de personnes et d'entités possibles pour que nous puissions œuvrer ensemble et construire une Afrique nouvelle et faire disparaître le plus de maux possibles.

D'où puisez-vous cette passion pour l'humain, et plus largement pour l'engagement social ?

Je pense que l'engagement social se nourrit et se puise dans l'amour que nous pouvons avoir de son prochain et surtout l'espoir de voir nos frères, sœurs, tantes, mères sortir d'une précarité qui perdure depuis bien trop longtemps.

Quelles sont vos ambitions avec l'association LIBOKE ?

Je souhaite développer encore des cellules sociales pour aider le plus de monde possible et proposer à l'Union Africaine, une Taxe solidaire Africaine afin de mettre en place un système numérique similaire à l'association LIBOKE qui permettra cette fois d'atteindre des millions de personnes quotidiennement.
Nous avons lancé un projet appelé « les bassins de l'espoir ». Il s'agit de doter de nombreux orphelinats de bassins de pisciculture, le but étant de faire naître une auto-alimentation et un modèle économique qui leur sera propre. Nous espérons que ce projet lancé en République Démocratique du Congo (et très bientôt en Mauritanie), s'exportera aussi ailleurs.

Que peut-on vous souhaiter pour l'année en cours ?

Une bonne santé, car sans elle, l'association LIBOKE ne peut exister !!!
Pour finir, j'invite vos lecteurs à nous suivre sur les réseaux sociaux pour être au courant de notre actualité!

DÉCOUVREZ L'HYBRIDE 237

Situé à la nouvelle route bastos à côté de groupo piccini, L'HYBRIDE 237 est un restaurant stylé à la décoration moderne.

Pour vos papilles, l'HYBRIDE 237 s'impose comme un lieu de plaisir et de découverte.

Le cadre idéal pour les retrouvailles entre amis, collègues et amoureux !

Contact :
+237 6 95 04 70 08

STUDIES HOLDING, LA STARTUP EDTECH QUI RÉVOLUTIONNE L'ÉDUCATION, L'APPRENTISSAGE ET LA VIE PROFESSIONNELLE

Pour ce premier numéro, la rédaction vous invite à découvrir la startup STUDIES HOLDING, entreprise camerounaise au cœur de la transformation digitale et agile de l'éducation et de l'emploi en Afrique.

La jeune startup a misé sur la révolution digitale d'un secteur qui semble avoir un grand avenir devant lui, puisque le constat est sans appel : dans notre société de plus en plus connectée & nomade, les métiers évoluent sans cesse (la moitié de ceux de 2025 n'existe pas encore).

Pour répondre à ces tendances de fond, Studies Holding innove sur plusieurs fronts - JOB BOARD & CVTHEQUE, soutien scolaire digital, massive learning, corporate training, Auto-formation, aide à l'orientation en ligne, outil de gestion de carrière, outils collaboratifs socio-éducatifs, plateforme e-learning - pour favoriser l'autonomisation, la mobilité et la réussite.

Comment ça marche?

StudiesCM, la plateforme au Coeur de la vie des Camerounais

Le portail digital convivial et interactif au cœur de la vie des camerounais pour dépoussiérer l'accès à l'information gratuite pour tous. Le portail compte 07 volets complémentaires facilitant la construction du projet de vie (éducatif et professionnel) de la petite enfance à l'âge adulte. Vous y trouverez par exemple, l'annuaire des écoles du Cameroun répertoriés par niveau, secteur, localité, métiers, etc. Lien utile : www.studies-cm.com

STUDIESLEARNING démocratise le E-LEARNING

Certifiée en 2022 "Innovating education system" par l'Union Africaine. C'est d'abord un outil LMS (Learning Management System) multi-users, puis un transfert de compétences agile en digital learning pour une pratique massive par les formateurs traditionnellement en présentiel afin d'offrir au grand public, une plateforme e-learning pour apprendre sans limites. Des MOOCs (Massive Open Online Courses), des SPOCs (Small Private Online Course), une large communauté de formateurs diversifiée et multisectorielle (90% basés en Afrique) pour un lot d'attestations, certifications et diplômes ouverts sur l'Afrique **(www.studieslearning.com)**

MonCVpro, Le facilitateur de vie avec option réussite

Rédiger un CV peut rapidement s'avérer être un casse-tête entre le choix des formules justes, le design et le petit détail qui fait la différence. Résolument un créateur d'avenir, ce CVbuilder permet la création ultra-rapide des CVs pro et la mise en forme adaptative à chaque profil en moins de 05 min. Lien utile : **www.moncvpro.com**

Son petit truc en + ?

Son équipe de super-héros mène une guerre sans pitié contre l'empire du décrochage et de l'échec. En interne aussi, ils innovent.

Si la startup Edtech attire beaucoup de candidats à l'emploi, ce n'est pas pour rien… Sa culture d'entreprise unique y est forcément pour quelque chose : transparence totale de l'information, décentralisation du management, autonomie totale des collaborateurs.
Studies Holding est une entreprise de droit Camerounais, dont le siège social se trouve à Douala.

Tel : 00237 685 13 39 96

Email1:contact@studiescm.com

Email2:contact@studieslearning.com

STUDIES HOLDING

No Pain, Big Gain !

La startup Edtech 100% Camerounaise qui réinvente l'apprentissage et la vie professionnelle en développant des plateformes et des outils innovants.

Une Dream Team de super-héros au service de la transformation digitale et agile de l' éducation à l'emploi en Afrique.

VOTRE APPAREIL NE DEVRAIT PAS ÊTRE UN FREIN POUR VOUS PERMETTRE DE PROFITER DES FORMATIONS EN LIGNE

La formation en ligne pour tous

Mon CV PRO

Créateur d'avenir & éditeur de CV pro en ligne.

Facilitez-vous la vie et optez pour une solution ultra-rapide:

- Parcourez nos modèles de CV
- Choisissez le modèle qui vous ressemble.
- Saisissez vos informations dans les bonnes cases.
- N' oubliez pas d'insérer votre photo c'est toujours un plus.
- Votre CV peut être téléchargé
- Votre avenir prend forme, vous êtes un Pro!

prenez de l'avance sur votre carrière.

studies

Demain se prépare aujourd'hui

www.monCVpro.com www.studies-cm.com www.studieslearnia.com

LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DE L'EFFICACITÉ

Favoriser l'autonomie, la mobilité et la réussite.

ANNUAIRE DES TALENTS

14 FEMMES QUI PERFORMENT DANS L'UNIVERS RH

Elles sont passionnées par l'humain et sont au cœur des différents sujets qui préoccupent leurs entreprises. Théoriciennes des ressources humaines ou DRH d'entreprises, ces femmes ont un point commun : Elles pilotent les RH en Afrique. La rédaction vous propose de découvrir, le portrait de ces camerounaises dont la compétence, le sens relationnel et l'empathie garantissent au quotidien, la marche harmonieuse de l'entreprise.

PAR FABRICE TIENTCHEU

1- Alice Fernanda MOUKONDO, DRH chez Tractafric Motors & Tractafric Equipment Cameroon

Elle est devenue en Février 2023, Directrice des Ressources Humaines de Tractafric Motors & Tractafric Equipment Cameroon, après des passages remarqués chez DHL Express ; SAHAM Assurance et près de 05 ans au sein de la BANQUE INTERNATIONALE DU CAMEROUN POUR L'EPARGNE ET LE CREDIT (BICEC). Alice Fernanda MOUKONDO trace sa route. Bonne observatrice, cette jeune camerounaise sait en cas de conflit, repérer un terrain d'entente qui servira le mieux à toutes les parties.

En tant que Head of HR chez Tractafric Motors & Tractafric Equipment Cameroon, Alice Fernanda MOUKONDO s'emploie au quotidien à valoriser les carrières, à développer des compétences individuelles et collectives et surtout, à gérer l'inclusion et la diversité.

Retour sur un parcours fait d'humilité, de détermination et d'échanges constants avec les opérationnels.

Titulaire d'un Master 2 en GRH (université Catholique d'Afrique Centrale), l'ancienne élève du collège Chevreul de Douala débute sa carrière professionnelle alors qu'elle est encore sur les bancs de l'Université.

'' Elle multiplie ensuite les stages et gagne en expérience et en compétences

Par la suite, elle assure l'intérim de la Responsable de la Main d'œuvre Usine de Nestlé (Cameroun) pendant son congé de maternité, avant d'être recrutée par la BANQUE INTERNATIONALE DU CAMEROUN POUR L'EPARGNE ET LE CREDIT (BICEC), pour mettre en place la GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences).

Après avoir passé près de 5 ans au sein de la BICEC, l'envie d'un nouveau challenge se fait ressentir et elle s'engage chez SAHAM Assurance (SANLAM) pour remplir la fonction de Responsable des Ressources humaines.

Sa mission : traduire la vision de l'entreprise en initiatives RH qui améliorent les performances, la rentabilité, la croissance de l'entreprise et l'engagement des employés

En Juin 2019, l'opportunité de rejoindre DHL Express s'ouvre et la lionne n'hésite pas à la saisir. Chez DHL Express, elle officie comme Directeur Des Ressources Humaines pour 4 pays (Cameroun, Tchad, Guinée Equatoriale, Centrafrique).

Sa mission : traduire la vision de l'entreprise en initiatives RH qui améliorent les performances, la rentabilité, la croissance de l'entreprise et l'engagement des employés.

PHILOMÈNE BELLA
Directrice organisation et Ressources Humaines chez LafargeHolcim (Côte d'Ivoire)

2-Philomene Bella, Directrice organisation et Ressources Humaines chez LafargeHolcim Côte d'Ivoire

C'est une femme d'action à la vocation de servir l'humain. Philomene Bella est un leader empathique et accessible. Cette camerounaise cumule plus de 17 ans d'expérience dans la gestion des ressources humaines au sein de diverses entreprises multinationales.

Elle est Titulaire d'une maîtrise en gestion des ressources humaines et en communication de l'Université catholique d'Afrique centrale et son champ d'expertise couvre la gestion des talents, le resourcing, la gestion du changement, la gestion des relations avec les employés et la communication

Philomene Bella commence sa carrière en 2004 en tant que stagiaire RH chez Guinness Cameroun S.A (DIAGEO) dans le département des ressources humaines. Pendant son programme de formation, la jeune challengeuse travaille sur divers projets dans différents départements tels que les ventes, le marketing et la production.

En 2006, elle rejoint la multinationale suisse Barry Callebaut Group, l'un des principaux leaders de l'industrie de transformation du cacao, en tant que responsable de la formation et du développement à CHOCOCAM TIGER BRANDS, puis en tant que Human Resources Business Partner dans l'usine SIC CACAOS, gérant environ 150 personnes.

Ambitieuse et curieuse, Philomene Bella travaille également en tant que HRBP pour BRITISH AMERICAN TOBACCO West Africa Area pendant plus de 4 ans, couvrant six pays en Afrique centrale et occidentale.
En 2013, elle s'installe chez GlaxoSmithKline en qualité de responsable des ressources humaines pour l'Afrique occidentale et centrale basée à Abidjan.

Une ville dans laquelle elle s'épanouie pleinement sur le plan professionnel puisqu'en Avril 2017, elle sera recrutée par Holcim Cote d'Ivoire pour occuper le poste de Directrice de l'organisation et des ressources humaines.

Depuis 2020, Philomene Bella dirige la communication et l'agenda du développement durable, en plus des ressources humaines. Sa principale mission, définir les stratégies en matière de ressources humaines et de communication afin d'offrir un avantage concurrentiel permettant de réaliser la vision de l'entreprise.

REINE EPASSY
DRH chez BANQUE ATLANTIQUE

3-Reine Epassy, DRH chez BANQUE ATLANTIQUE

Elle fait partie de ces professionnelles RH qui placent l'Expérience Collaborateur au cœur de leur stratégie. Reine Epassy considère qu'aujourd'hui, l'expérience proposée pour le personnel doit être de qualité égale à celle proposée aux clients de la banque. Jeune, parfaitement bilingue, discrète, diplomate et dotée d'une forte capacité de résilience, cette camerounaise s'emploie à faire bouger les lignes au sein de son organisation.

Elle est titulaire d'un Law and Logic Bachelor (LLB.Hons) obtenu à l'Université de Buea et d'un Master of Arts in Human Resources Management (MA HRM) de l'Université de Bolton (Royaume Uni).

Sa carrière, elle l'a effectuée au sein de différents secteurs. D'abord dans l'Industrie de la Transformation, en rejoignant successivement Diageo (comme Human Resources Projects Advisor), et CHOCOCAM TIGER BRANDS (comme Human Resource Business Partner).

Mais c'est véritablement l'univers de la banque qui l'attire et plus précisément les banques panafricaines. En 2012, elle est recrutée par Ecobank Cameroun en qualité de Talent Manager. Elle poursuit ensuite son parcours bancaire panafricain à UBA CAMEROON SA, où elle occupe le poste de HR Business Partner pendant 4 ans.

Passionnée de Gastronomie et de Design Intérieur, Reine Epassy quitte UBA Cameroun en qualité de Regional HR Business Partner CEMAC en 2018, pour occuper le poste de DRH de la Banque Atlan-

tique Cameroun. Une fonction que cette lionne dotée d'un bon sens relationnel et résolument tournée vers l'humain, remplit avec passion, compétences et dynamisme.

Ses principales missions, élaborer et mettre en œuvre la politique des Ressources Humaines de manière à ce qu'elle accompagne et soutienne la stratégie et la performance de la banque mais surtout, partager avec les collaborateurs les enjeux majeurs pour la banque, tout en jouant un véritable rôle de Conseil auprès de sa hiérarchie.

LINDA LORETTA NGANKO
DRH d'Activa Assurances Group

4- Linda Loretta NGANKO, DRH d'Activa Assurances Group

Elle est décrite par ses collègues comme « une femme à l'écoute de ses collaborateurs, qui sait adapter son discours en cohérence avec le projet stratégique du groupe ». Linda Loretta NGANKO est une professionnelle expérimentée au contact du terrain et au cœur de ses équipes.

L'ancienne élève du collège Alfred Saker de Douala est présente dans l'univers RH depuis plus de 20 ans et a contribué pendant 14 ans, à la croissance du géant des télécoms, MTN Cameroon.

Elle y est recrutée en Septembre 2005 pour aider les équipes dans la progression de leurs compétences. De HR Officer, elle sera 4 ans plus tard, promue au poste d'EMPLOYEE ENGAGEMENT SPECIALIST avant de devenir HR BUSINESS PARTNER & EMPLOYEE ENGAGEMENT MANAGER.

Ambitieuse et disciplinée, Linda Loretta NGANKO a pu durant son séjour à MTN, s'extraire de ce secteur technologique sujet à la transformation de ses métiers, pour accompagner le Cabinet SHUKAKI & Partners, en qualité de Senior HR Consultant.

ANNA BIANG NGALLY
: Directrice des Ressources Humaines de la BANQUE INTERNATIONALE DU CAMEROUN POUR L'EPARGNE ET LE CREDIT (BICEC)

5-Anna Biang Ngally : Directrice des Ressources Humaines de la BANQUE INTERNATIONALE DU CAMEROUN POUR L'EPARGNE ET LE CREDIT (BICEC)

Elle a réussi à faire de son engagement professionnel, une passion. Anna Biang Ngally est une femme de terrain. Sa particularité, trouver à chaque fois des solutions et contribuer à la performance économique de son entreprise, tout en sécurisant les trajectoires professionnelles.

Passée par l'Université Catholique d'Afrique Centrale (UCAC) et titulaire d'une Maitrise en Finance & Management (Université de paris), Anna Biang Ngally a roulé sa bosse dans plusieurs entreprises (Huawei, Groupe BGFIBank, Groupe SOMDIAA) avant de rejoindre la BICEC en 2019.

Au cours de sa carrière professionnelle, cette dame de poigne a acquis de l'expérience dans la mise en place d'activités de gestion des ressources humaines ainsi que dans la gestion d'un système mature.

Son expertise couvre le recrutement et l'intégration, l'administration du personnel, la paie, les politiques RH, l'élaboration et le suivi du budget de la paie, l'évaluation de la performance, la formation, les négociations de l'administration du travail, la gestion des relations avec les syndicats et les représentants du personnel, la conformité aux règles de l'Union européenne.

Passionné par le développement personnel et le mentorat pour les managers et les cadres supérieurs, Anna Biang Ngally suis actuellement un programme pour devenir un coach exécutif certifié.

DJEINABOU SOULEYMAN
DRH de NACHTIGAL HYDRO POWER COMPANY

6- Djeinabou SOULEYMAN, DRH de NACHTIGAL HYDRO POWER COMPANY

C'est une femme audacieuse, déterminée et humble. Djeinabou SOULEYMAN est animée par la passion de son métier et par le goût du challenge. Titulaire d'une Maîtrise en Droit des Affaires et d'un DESS en Management, cette mère de 3 enfants a participé à plusieurs Cycles Internationaux Spécialisés de l'Ecole Nationale d'Administration de Paris dans le domaine de Gestion des Ressources Humaines et la Conduite du Changement. A son actif, plus de 18 ans d'expérience dans le domaine du management.

Djeinabou SOULEYMAN a effectué l'essentiel de sa carrière à la CAMTEL (Cameroon Telecommunications), l'unique opérateur national de téléphonie fixe.

Elle démarre sa carrière chez CAMTEL comme cadre à la Division des Affaires Juridiques avant de devenir Cheffe de Service de la gestion des carrières. En 2009, elle est promue Sous-Directrice du développement des Ressources Humaines, et s'emploie à repenser le système d'administration du personnel. Quatre plus tard, elle est nommée Directrice adjointe des Ventes à la Direction Commerciale et Marketing pour opérationnaliser le système de management par objectifs.

C'est en 2016 qu'elle devient Directrice des Ressources Humaines chez CAMTEL (Cameroon Telecommunications) et marque rapidement les esprits. Parmi ses faits d'armes, la mise en place d'un nouveau système d'évaluation des performances et du rendement des employés et la mise en place d'un système de motivation axé sur la performance, l'ouverture des centres de formation aux clients externes.

Positive, curieuse et ouverte à la critique, Djeinabou SOULEYMAN est depuis le 16 Juillet 2019, au cœur du développement durable du Cameroun. Cette Mum-leader officie désormais comme Directrice des Ressources Humaines et moyens généraux chez NHPC (NACHTIGAL HYDRO POWER COMPANY) et s'emploie au quotidien à donner plus de force au projet Nachtigal, un projet qui s'inscrit dans une perspective de développement pérenne du secteur énergétique, et se pose comme un des leviers du succès du développement du Cameroun.

AGATHE S K ELUNDOU,
DRH chez Addax Petroleum

7- Agathe SK Elundou, DRH chez Addax Petroleum

Parmi les femmes RH qui font bouger les lignes au Cameroun, Agathe S K Elundou est une curiosité. Elle est l'une des rares professionnelles à avoir été formées dans les deux plus grandes écoles locales de management [UCAC de Yaoundé (DUT en Management), puis ESSEC de Douala (Master en Management des Organisations].

Femme de terrain et de réflexion, cette camerounaise se distingue également par son dynamisme et sa capacité à faire briller les autres. Des valeurs, qui puisent leur source dans son magnifique parcours.

Elle débute sa carrière au sein du groupe Barry -CALLEBAUT comme Human Resources Projects de SIC Cacaos, puis rejoint le Groupe Shell en 2007, en qualité de Human Resources Representative de Pecten Cameroon Company. Une expérience qui va lui permettre de monter en compétences et surtout, de se familiariser avec l'industrie pétrolière.

C'est en 2011, qu'elle est recrutée par Addax Petroleum pour occuper le poste de Rewards & HR Administration Supervisor.

Modèle féminin de volonté et d'adaptabilité, Agathe S K Elundou est depuis 2013, la Directrice des ressources Humaines de cette entreprise spécialisée dans l'exploitation pétrolière.

NATHALIE NGOBO
DRH du Groupe ARNO

8- Nathalie NGOBO, DRH du Groupe ARNO

Elle fait partie de ces femmes qui redessinent la discipline au Cameroun. Nathalie NGOBO respire la force tranquille, la stabilité. Au compteur, plus de 15 ans d'expérience professionnelle dans la gestion et la motivation des ressources humaines multiculturelles. Leader créatif, stimulant et flexible, elle est aussi un équipier solidaire et empathique, puis un fin négociateur. Cette femme a fait tout son parcours académique au Cameroun (Licence ès Lettres à l'Université de Yaoundé, DEPA (Diplôme d'Etudes Professionnelles Approfondies) à l'ESSEC de Douala). Elle accompagne ses collaborateurs à être heureux et performants au quotidien en leur permettant de donner le meilleur d'eux même afin de trouver le plein épanouissement au travail.

Gestionnaire aguerrie et orientée résultats, cette boule d'énergie a fait ses preuves dans divers secteurs d'activités (pétrole et dérivés, industries de transformation, hébergement et restauration, commerce, etc.), à travers son passage remarqué dans des entreprises comme PECTEN CAMEROON COMPANY, NICKCERY GROUP INTERNATIONAL SERVICES ou BEETLE HERITAGE HOLDING

Depuis Juin 2019, sa solide expérience lui permet d'apporter une contribution précieuse au Groupe ARNO, qui porte des valeurs qu'elle partage (la famille, la confiance, la qualité), se développe, tout en offrant de beaux projets à construire.

Passionnée et talentueuse dans le domaine de la motivation et l'encadrement, cette Camerounaise résiliente, engagée et aux qualités relationnelles appréciables, souhaite aujourd'hui, laisser ses marques au sein de ce Groupe, présent sur le territoire Camerounais depuis bientôt 60 ans et qui a su se réinventer à travers la diversification de ses activités dans les secteurs de l'énergie, la technologie du bâtiment (avec les différentes prestations de services associées) & la distribution de vins, champagnes et spiritueux de luxe.

STÉPHANIE MBIALEU
DRH Prudential Beneficial Insurance Cameroun

9-Stéphanie Mbialeu, DRH Prudential Beneficial Insurance Cameroun

Elle revendique plus de 18 années d'expérience dans le management et les ressources humaines. Stéphanie Mbialeu est une femme curieuse, proactive et très proche de ses collaborateurs. Titulaire d'un MBA en Assurances (ESA - Ecole Supérieure d'Assurances), cette camerounaise passée par PARIS PANTHEON SORBONNE (Paris) et par la Weller International Business School, a essentiellement fait ses classes au sein du groupe Orange, où pendant plus de Huit ans, elle occupait le poste de Head of Department- Development, talent, careers, recruitment, performance pour la filiale camerounaise.

Excellente communicatrice, Stéphanie Mbialeu se distingue par sa rigueur et son sens de l'organisation. Elle est depuis 2016, Directrice des Ressources Humaines chez Prudential Beneficial Insurance Cameroun, l'un des leaders du secteur de l'assurance et de la réassurance au Cameroun et dans la sous-région.

EBÉNÉZÉRINE MOUDIO
Country Human Resources Director and West Africa Cluster O&HR Coordinator chez Lafarge

10- Ebénézérine Moudio (Ebeny), Country Human Resources Director and West Africa Cluster O&HR Coordinator chez Lafarge

Elle est décrite par proches comme une dirigeante innovante et attachante. Ebénézérine Moudio (Ebeny) est une femme discrète mais très impliquée dans l'évolution de son entreprise.

Cette lionne du management se distingue par ses grandes capacités à délivrer les résultats agréés et les missions qui lui sont confiées, même dans les circonstances où les challenges sont incroyablement élevés.

Au-delà d'un professionnalisme que tout le monde lui reconnaît, cette power woman est une des personnes les plus rigoureuses, les plus engagées et les plus positives que comptent l'Univers local des RH

Produit de l'Université de Douala, cette camerounaise a d'abord fait ses classes au sein de grandes entreprises (Shell Cameroun, MTN, Camrail) avant de rejoindre LAFARGEHOLCIM CAMEROON (CIMENCAM)

C'est depuis le mois de novembre 2016 qu'elle officie comme Country Human Resources Director and West Africa Cluster O&HR Coordinator chez Lafarge

HADJARA PARAISO
Responsable RH chez Air France KLM (Cameroun & Guinée Equatoriale)

11- Hadjara Paraiso, Responsable RH chez Air France KLM (Cameroun & Guinée Equatoriale)

C'est une femme de l'ombre qui se distingue par son authenticité, sa disponibilité et son sens de l'écoute, Hadjara Paraiso est un pur produit des écoles et formations camerounaises. Cette mère de trois enfants (originaire de l'Adamaoua), dont le parcours atypique impose le respect, est Directrice des Ressources Humaines chez Air France (Cameroun & Guinée Equatoriale).
Ceux qui la connaissent ou qui la côtoient au quotidien vantent son charisme, ses qualités pédagogiques et la qualifie de mentor. Nous l'avons rencontrée !
Profondément attachée aux valeurs de partage, d'équité et de justice, Hadjara Paraiso Alli fait partie de ces personnes qui marquent les esprits et les cœurs.
Munie d'un BTS en Communication d'entreprise, elle débute sa carrière professionnelle comme Assistante en communication à l'Agence de Pub Synergie Saatchi & Saatchi (basée à Douala).
L'année 2002 marque ses débuts chez Air France où elle est recrutée en qualité de Responsable Marketing et chargée de Relations Clientèle.
5 ans plus tard, elle challenge les fonctions juridiques de sa structure en assistant la direction générale dans la gestion des dossiers juridiques et contentieux et la coordination des activités avec la haute administration locale.
Par la suite, elle est repérée lors d'un entretien de sélection par la Directrice RH AIR France Afrique & Moyen-Orient qui lui confie le poste de Responsable des Ressources Humaines avec l'assentiment de sa direction générale locale.
En tant que pivot de la stratégie RH de Air France, elle analyse la stratégie RH en place et assure le développement de la gestion des ressources humaines (recrutements, rémunérations, formations, évaluations, mobilités internes, évolutions de carrière, conseil RH, missions et déplacements…) en tenant compte des évolutions sociétales, juridiques et économiques.
Pour consolider ses acquis et professionnaliser sa fonction RH, Hadjara Paraiso Alli décide de s'inscrire en 2016, en licence Option Ressources Humaines à l'ENSET où elle obtient son diplôme avec une bonne mention.
Agée de 45 ans, cette professionnelle au profil bien ancré dans son domaine témoigne d'une grande sérénité et d'une grande force de travail. Elle est animée par un relationnel ouvert, toujours dans la communication, l'échange et la compréhension de l'autre.
Elle est la preuve que grâce à d'excellentes qualités humaines, un bon sens de l'organisation et de la rigueur dans son travail, on peut s'offrir une belle et grande carrière professionnelle

DÉSIRÉE TOLEN LOE
DRH de TRADEX SA

12- Désirée Tolen, DRH de TRADEX SA

Elle fait partie de ces professionnelles qui ont une belle histoire à partager avec la jeune génération. Disponible, curieuse et charismatique, Désirée Tolen ne manque jamais une nouvelle opportunité d'apprendre ou de se former. Au long de sa carrière, cette fonceuse n'a pratiquement connu que l'univers des hydrocarbures, secteur pour lequel elle voue une véritable passion.

Titulaire d'une Maitrise en langues étrangères appliquées (Université de la Sorbonne Nouvelle Paris 3), cette camerounaise a d'abord passé près de 9 ans comme cadre des Ressources Humaines à la SNH avant d'être détachée à TRADEX SA (filiale de la SNH) en 2007 pour remplir la fonction de Chef de service des Ressources Humaines, puis de Directrice des Ressources Humaines.

EMILIENNE CHANTAL TCHEUCHWE,
Promotrice de Maadili Cabinet Conseil

13- Emilienne Chantal Tcheuchwe, Promotrice de Maadili Cabinet Conseil

Elle a exercé pendant plus de 30 ans comme Directrice des Ressources Humaines chez Hotel Akwa Palace Officiel avant de décider en Mai 2021, de créer Maadili Cabinet Conseil (Une ingénierie pour le développement des activités en hôtellerie et restauration), afin d'accompagner les dirigeants d'entreprises dans la réalisation des projets professionnels et le développement des équipes. Emilienne Chantal Tcheuchwe est une femme d'expérience, pleine d'audace et de résilience.

Formée à l'IFSAIG de Paris (le spécialiste des formations en alternance dans le secteur tertiaire), cette professionnelle camerounaise dispose des solutions sur la carte des valeurs humaines pour la croissance des entreprises. Son quotidien, recruter des talents, des hauts potentiels pour des employeurs de marque. Un travail que cette ancienne étudiante de l'Université de Dschang effectue avec passion et détermination.■

GLAN-LEKE NIAT
Chief Human Resources Officer chez Dangote Industries Limited (Nigéria)

14- Nglan Leke-Niat, Chief Human Resources Officer chez Dangote Industries Limited (Nigéria)

Elle est la seule camerounaise faisant partie (selon InstinctWave Group) des 50 meilleurs leaders RH en Afrique. Nglan Leke-Niat est une femme d'exception. Discrète, dynamique et travailleuse, cette professionnelle revendique plus de 20 ans d'expérience dans diverses facettes de la gestion des ressources humaines au cours de missions en Afrique, au Canada, aux Etats-Unis et en France.

Titulaire d'une Maitrise en microbiologie (Université Laval) et d'un MBA en Management des Ressources Humaines (HEC Montréal), cette Role Model a effectué l'essentiel de sa carrière professionnelle au sein de Schlumberger avant de rejoindre DANGOTE GROUP en Juin 2020 pour identifier, embaucher et retenir les meilleurs talents afin de répondre aux besoins de main-d'œuvre et de soutenir la réalisation des objectifs stratégiques du groupe Dangote.

PROJECTEUR magazine