

enoromi

magazine



NUMÉRO SPÉCIAL

LA RELANCE À PIED D'OEUVRE



SCANNEZ
LE QR CODE

Pour plus de contenu
sur notre site web
www.enoromi.com

MAGAZINE GRATUIT



771473 968012 >



CAISSE NATIONALE
DE SECURITE SOCIALE

RETROUVEZ-NOUS EN LIGNE



SUR NOS

PLATEFORMES

 www.cnss.ga

 [caisse nationale de securité sociale gabon](#)

 [cnss_gabon](#)

 [caissenationaledesecuritesocialegabon-officiel](#)

VISION TRRIP

contact@enoromi.com

Téléphone : +241 77 65 75 75

Directeur de publication

Dorine Henry M.

Rédacteur en chef

Seif Mostley

Graphisme & maquette

Davy MEGNIE  Think different

Webmaster

Simon Steven OBAME

Photographies

Junior Photographie

Régie publicitaire

Prestige Com Premium

Téléphone : +241 77 65 75 75

Équipe de rédaction

Jean Paul Augé OLLOMO

Christian BOUA

Griffin ONDO

Tirage mensuel

5000 exemplaires

Imprimé par

Services Prestiges International

Points de distribution

À Libreville

Spa Yacine

La Maison de Lulu

Urban FM

Oyem

Hôtel Marguerite

Ont participé

Brice GOTOA DLG

Suivez-nous également sur les
réseaux sociaux

@Enoromi Magazine



ÉDITO

2022, MEILLEURS VŒUX !

Tout au long de l'année 2021, il nous a fallu composer avec le factuel parce que entreprendre dans un contexte de crise a son lot de surprises parfois à la dernière minute. 2021, une année qui nous a conduites à être plus smart et résilient pour toujours être au rendez-vous avec nos lecteurs.

Du contexte particulier que nous traversons avec la pandémie du Covid - 19, il faut de l'audace et du courage pour croire, faire confiance et atteindre ses objectifs. Le monde de l'entrepreneuriat quoique dynamique souffre de la résistance des acteurs à faire corps avec les outils d'exposition et de vulgarisation. S'il y a une valeur ajoutée dans l'exploitation des nouveaux médias numériques, il n'empêche que les médias traditionnels de l'édition à l'audiovisuel continuent à garantir une meilleure part d'exposition.

Enoromi Magazine, qui tend vers sa troisième année de parution s'est engagé à mettre en lumière toutes la richesse et la diversité du monde de l'entrepreneuriat, du leadership et du management gabonais. C'est pourquoi, au moment où nous débutons une nouvelle année, nous avons pensé faire une édition spé-

ciale, la troisième du genre, mettant en scène l'ensemble des managers et entrepreneurs, qui pour nous ont pleinement marqué l'année 2021 au sein de leurs entreprises par un management et un leadership innovant. Il s'agit d'un total de douze entretiens.

Le caractère hétéroclite des profils permet de noter la diversité des publics qui font le paysage économique gabonais et l'écosystème entrepreneurial national. De l'institutionnel à l'entreprise, l'engagement pour le développement et la transformation du pays animent les ambitions des uns et des autres. Ainsi, du tourisme aux assurances en passant par les hydrocarbures, l'agriculture et l'élevage, le sport, la culture, l'artisanat, le coaching, la photographie, la musique voire politique, etc..., les aspirations de chacun sont clairement exposées dans les différentes interviews.

Fort de ce que ce numéro spécial particulier trouvera un écho exclusif chez chacun de vous, que pour chacun d'entre vous, nos lecteurs et partenaires, cette nouvelle année soit couronnée de succès et que la santé ainsi que la prospérité soient votre partage. ●



Seif Mostley
Rédacteur en chef

Sommaire

ACTUALITÉS

06 Ports :

Bolloré Africa Logistics, c'est bientôt fini !

07 Fiscalité :

441 milliards de FCFA ont échappé aux impôts en 2021.

08 Eau & électricité :

La SEEG rempile pour 20 ans.

09 Assurances :

La SCG-Ré augmente son capital social de 5 milliards FCFA



10

DANIEL ONA ONDO

Succès total pour la Table ronde de Paris sur les projets intégrateurs en zone CEMAC. Au lieu des 2 203 milliards de FCFA sollicités, ce sont au total 2 492,6 milliards FCFA qui ont été récoltés à l'issue de cette rencontre organisée du 16 au 17 novembre 2020 dans la capitale française. Dans l'entretien ci-après, Pr Daniel ONA ONDO se réjouit de la réussite de l'opération dont il a été l'un des principaux initiateurs. Le président de la Commission de la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC) y voit une preuve de l'attractivité de la sous-région auprès des investisseurs internationaux.

14

NICHOLAS ACHIRI

Ecobank Gabon : Une ambition de leader africain.



20

EMMANUEL GÉGÉ ADELOBE

Gab'Oil : poursuivre le développement de la vision.





32

**PATRICK
OSSI OKORI**

Réformes et
gouvernance:
deux leviers
fondamentaux
pour restructurer
la CNSS.



36

**DANIELLE CIBELLE
BIWAOU**

Des ambitions
pour la Chambre
de Commerce du
Gabon.



42

**SERGE WILLIAM
AKASSAGA OKINDA**

Mairie de
Libreville :
Un édile
intérimaire aux
performances
exceptionnelles.



26

PIERRE MOÏSE MBA

Redynamiser le
Conseil Gabonais
des Chargeurs.



48

**CHRISTIAN
MBINA**

AGATOUR, une
stratégie pour
promouvoir
la destination
Gabon.



56

**EUGENIA
ONYEKWELU**

UBA est restée
résiliente face aux
effets néfastes de
la pandémie.

Actualités



Ports : Bolloré Africa Logistics, c'est bientôt fini !



En décembre 2021, le milliardaire français Vincent BOLLORÉ, dont la présence sur le continent se résumera désormais à d'autres activités telles que la communication, a annoncé qu'il cèdera ses ports en Afrique. Le patron de Bolloré Africa Logistics est déjà entré en négociations avec le potentiel repreneur de ses actifs, l'armateur suisse MSC, numéro deux mondial du fret maritime.



C'est officiel après quelques mois d'hésitation. Le règne de Bolloré Africa Logistics tire à sa fin. Le milliardaire français Vincent Bolloré via son groupe a annoncé le 20 décembre 2021 que la filiale quitterait bientôt le continent et qu'elle devrait céder ses ports à l'armateur suisse MSC, numéro deux mondial du fret maritime. En Afrique, Bolloré Africa Logistics, ce sont des activités de transport et de logistique, avec une présence dans 42 ports, la gestion de 25 terminaux et 3 concessions ferroviaires.

Sur le continent, la filiale revendique un chiffre d'affaires de 2,1 milliards d'euros en 2020, soit 8,5 % de l'ensemble du groupe. Elle compte officiellement 20 800 salariés et dispose de 7,5 millions de mètres carrés d'entrepôts et de bureaux. Avec de tels chiffres, le groupe avait encore de beaux jours devant lui. L'annonce de cette vente a donc été une surprise pour beaucoup qui avouent ne pas comprendre cette décision.

Les raisons de la vente

En vendant ses ports en Afrique, Bolloré Africa Logistics devrait se faire un beau pactole. Selon des informations, l'armateur suisse avec lequel des négociations ont déjà été lancées proposerait à Vincent BOLLORÉ de reprendre la totalité des actifs de la filiale pour 5,7 milliards d'euros. Un chèque d'une valeur non négligeable qui, selon des experts du milieu, serait en réalité le triple du montant courant dans ce genre de négociations. En effet, dans le secteur, la valeur d'acquisition d'une société représente à l'heure actuelle l'équivalent d'une année de son chiffre d'affaires.

Ainsi donc, Bolloré assure que la cession annoncée de ses ports n'a aucun lien avec ses affaires sur le continent et en dehors. Depuis quelques années, le groupe fait face à des démêlés judiciaires en Afrique,

notamment au Togo et en Guinée où il est soupçonné d'avoir acquis ses concessions portuaires en échange de son soutien aux campagnes électorales dans ces pays, à travers sa filiale Havas. En plaçant coupable, le milliardaire breton a dû payer 12 millions d'euros. Néanmoins, il attend toujours un procès en correctionnelle, en France.

Certains pensent également qu'en décidant de vendre, le groupe fuit en réalité la concurrence qui s'est accrue sur le continent plusieurs années après avoir régné en quasi-monopole. 14 ans après, Bolloré a en effet perdu sa concession à Douala, au Cameroun. La même déconvenue a failli lui arriver au Gabon face au groupe Olam. Son projet de chemin de fer n'a pas non plus prospéré au Bénin.

C'est quoi la suite ?

La cession de ses ports sur le continent ne signifie pas que Bolloré quitte l'Afrique. Bien au contraire ! Le groupe entend se concentrer davantage sur ses autres secteurs d'activité. Il s'agit notamment du fret aérien et d'autres activités de logistique internationale qui n'entrent pas dans le cadre de cette cession.

L'avenir de Bolloré en Afrique sera assuré par sa branche médiatique. Actionnaire majoritaire du groupe Vivendi auquel appartient Canal+, le milliardaire français devrait renforcer la présence du premier opérateur de télévision payante en Afrique francophone. Mieux, en septembre 2021, la filiale de Vivendi est également devenue le premier actionnaire de Media Choice, un groupe audiovisuel sud-africain, premier opérateur de télévision payante en Afrique anglophone. L'affaire a donc été murement réfléchie. ●



Fiscalité : 441 milliards de FCFA ont échappé aux impôts en 2021.



Selon les révélations de l'Agence Ecofin, qui a publié en décembre 2021 un rapport infographique sur les bénéfices illégitimement transférés hors d'Afrique par des sociétés en millions de dollars, l'an dernier, le Gabon a été privé de 441 milliards de FCFA transférés vers des paradis fiscaux. Le gouvernement a aussitôt réagi en adoptant des projets de textes.

758 millions de dollars, soit 441 milliards de francs CFA. C'est le montant qui aurait échappé au Gabon l'année dernière. En cause : le phénomène d'évasion fiscale qui semble avoir de beaux jours devant lui tant que de véritables actions ne seront pas posées sur le terrain en vue d'y mettre fin, ou du moins d'en baisser considérablement l'impact, d'autant plus que l'impact dudit phénomène est non négligeable pour le développement du pays.

En 2021, en effet, selon une infographie publiée en décembre de la même année par l'agence d'information économique africaine Ecofin, plusieurs pays du continent se seraient fait gruger des centaines de millions de dollars représentant des « bénéfices illégitimement transférés hors d'Afrique

par des sociétés » dont la plus grande partie du chiffre d'affaires est souvent réalisée grâce à leurs activités en Afrique. Au Gabon, cette fraude est faite au détriment de la Direction générale des Impôts (DGI).

L'administration s'est donc vue privée d'une manne censée provenir de l'impôt sur le revenu, d'autant que, non déclaré ou sous-évalué, ce bénéfice a été déplacé par ces sociétés véreuses vers d'autres pays, dans un compte offshore : les fameux paradis fiscaux. Peu après ces révélations, les autorités ont décidé de réagir en adoptant des projets de textes visant la signature d'accord avec certains pays.

Des accords pour ralentir le phénomène

À l'heure de la matérialisation du Plan d'accélération de la transformation (PAT), les autorités gabonaises entendent mettre un coup d'arrêt à la fraude fiscale, particulièrement aux évasions. En cette année 2022, l'on s'attend donc à la signature de plusieurs accords avec des pays tels que l'Italie, la Corée, les Émirats arabes unis et l'Afrique du Sud. L'objectif : prévenir l'évasion fiscale en matière d'impôt sur le revenu.

Lors du Conseil des ministres du 17 décembre 2021, quatre projets de loi autorisant la ratification d'un accord sur la non double imposition et la prévention de l'évasion fiscale en matière d'impôt sur le revenu entre le gouvernement gabonais et ces quatre pays ont en effet été adoptés. Libreville précise que cette initiative « s'inscrit dans le cadre des actions menées par le gouvernement afin d'inciter l'initiative privée dans la diversification de l'économie nationale ».

Les autorités gabonaises envisagent donc « d'établir et [de] renforcer le cadre juridique propice aux investissements des pays cités avec le Gabon et favoriser un accroissement des relations commerciales entre les parties contractantes ». Espérons que cela résoudra véritablement le problème. ●

DLG

Actualités



Eau & électricité : La SEEG rempile pour 20 ans.

Le 5 janvier 2022, à Libreville, l'État gabonais et la Société d'énergie et d'eau du Gabon (SEEG) ont procédé à la signature du nouveau contrat de concession du service public de production, de transport et de distribution d'eau potable et d'énergie électrique. D'une durée de 20 ans, cette nouvelle concession induit un accroissement des volumes d'investissement à la charge du concessionnaire qui lui permettra, entre autres, d'améliorer la qualité du patrimoine.

C'est reparti pour 20 ans. La faveur d'une cérémonie officielle qui a eu lieu à Libreville en début janvier 2022, la SEEG a acquis le renouvellement de la confiance de l'État gabonais avec lequel elle a signé un contrat censé prendre fin en 2042. Une signature qui intervient huit mois après les travaux lancés au mois d'avril 2021, dans le cadre de la taskforce Eau et Énergie initiée sous l'impulsion du chef de l'État, Ali BONGO ONDIMBA, dans le cadre du Plan d'accélération de la transformation (PAT).

À la Direction générale de la Société, dans la capitale gabonaise, cette nouvelle convention de concession est présentée comme la mise en perspective des lignes directrices définies par le gouvernement pour permettre à l'environnement sectoriel de bénéficier de nouveaux investissements structurants et d'infrastructures stratégiques capables de garantir à l'ensemble du pays l'approvisionnement régulier en eau potable et en énergie électrique. Ce nouveau cadre contractuel, indique-t-on au siège, offre également à la SEEG un cadre juridique indispensable qui lui permettra de remplir sans faille et de façon complète les missions de service public qui lui sont déléguées. L'ambition étant de s'arrimer aux meilleurs standards internationaux de gestion des entreprises de sa dimension.

La promotion du savoir-faire gabonais

À travers cette nouvelle concession, l'ambition de l'État représenté par le ministre de l'Énergie et des Ressources hydrauliques est sans conteste de promouvoir le savoir-faire national. Alain-Claude BILLIEBY-NZE l'a d'ailleurs assumé au cours de la cérémonie. Le ministre d'État a en effet déclaré que, « par le choix de la SEEG comme concessionnaire, le président de la République, Ali BONGO ONDIMBA, et le gouvernement que dirige Rose Christiane OSSOUKA RAPONDA ont eu à cœur de préserver l'outil de production et surtout de préserver le savoir-faire des nationaux dans un domaine stratégique et sensible pour la vie de la Nation ».

Et si les différentes réformes engagées depuis quelque temps dans le secteur laissent clairement voir cette ambition des autorités, à la Direction générale de la SEEG, on assure pouvoir mériter cette confiance renouvelée. « La SEEG aujourd'hui dirigée par des Gabonais au service du Gabon, mesure pleinement la confiance exprimée à son égard par les plus hautes autorités de l'État et les grandes attentes des clients et usagers du service public de l'eau potable et de l'électricité », lit-on dans un communiqué de la Société.

Un nouveau modèle concessif

Commentant la signature du nouvel accord avec l'État gabonais, Alain Patrick Fulgence KOUMA relève que « la réforme du secteur voulu par le président, Ali BONGO ONDIMBA, marque une évolution qualitative dans le cadre contractuel avec un renforcement du modèle concessif qui se traduit par un accroissement des volumes d'investissement à la charge du concessionnaire, en l'occurrence la SEEG, qui va dorénavant contribuer au renforcement des capacités dans les opérations d'exploitation des ouvrages, mais également et surtout à améliorer la qualité du patrimoine ».

Le directeur général de la SEEG, assure d'ailleurs que « les améliorations notables apportées dans la gouvernance du contrat avec un renforcement encadré des mécanismes de contrôle du concessionnaire par l'autorité concédante, la formalisation consensuelle des protocoles de partage des données, la clarification des dispositifs de suivi et de contrôle du contrat vont contribuer à réduire fortement les risques de contentieux et faciliter un travail collaboratif performant entre l'État et la SEEG ».

Fini le monopole !

À travers cette nouvelle concession, le gouvernement a acté par la même occasion le retrait définitif de l'exclusivité des services accordés aux concessionnaires en matière de production, de transport, de distribution, de l'exploitation et de commerce de l'eau potable et de l'énergie.

« Le secteur se trouve ainsi libéralisé, ce qui autorise et favorise l'intervention d'autres acteurs dans différents secteurs de notre secteur d'activité. Autrement dit, l'État ouvre la possibilité à d'autres opérateurs d'intervenir dans ce secteur », a expliqué le ministre de l'Énergie et des Ressources hydrauliques au terme de la cérémonie de signature. ●

► MANAGEMENT

TABLE RONDE DE PARIS

Nous avons fait mieux que ce qui était attendu

Succès total pour la Table ronde de Paris sur les projets intégrateurs en zone CEMAC. Au lieu des 2 203 milliards de FCFA sollicités, ce sont au total 2 492,6 milliards FCFA qui ont été récoltés à l'issue de cette rencontre organisée du 16 au 17 novembre 2020 dans la capitale française. Dans l'entretien ci-après, Pr Daniel ONA ONDO se réjouit de la réussite de l'opération dont il a été l'un des principaux initiateurs. Le président de la Commission de la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC) y voit une preuve de l'attractivité de la sous-région auprès des investisseurs internationaux.



ENOROMI MAGAZINE

La Table ronde visant le financement des projets intégrateurs en zone CEMAC a eu lieu du 16 au 17 novembre à Paris. Pourquoi le choix de la France ?

Pr Daniel ONA ONDO

Merci pour l'opportunité que vous m'offrez pour évoquer sur vos colonnes un des faits marquants de la vie de la Communauté en cette année 2020.

Initialement prévue à Bruxelles, pour l'organisation de cette Table ronde, nous avons dû faire le choix de Paris, compte tenu des restrictions strictes imposées par les autorités belges et de l'UE, non favorables à des réunions de cette ampleur en présentiel.

Par ailleurs, pour saisir l'opportunité du Forum sur la Paix de Paris les 11 et 13 novembre 2020 qui a rassemblé tous les acteurs de la gouvernance mondiale (États, organisations internationales, gouvernements locaux, ONG et fondations, etc.), il était plus opportun d'enchaîner sur place la Table ronde dans la même ville.

Je rappelle que la France est un des partenaires majeurs des pays de la CEMAC sur bien des domaines, notamment économique. Aussi, voudrais-je à nouveau remercier les Autorités françaises, au nom de la CEMAC, pour l'exception qu'elles nous ont accordée en permettant l'organisation de notre Table ronde qui a vu la participation d'une centaine de personnes en présentiel et plus de 400 en visioconférence.

ENOROMI MAGAZINE

Quel a été le bilan de cet événement? Les objectifs ont-ils été atteints ?

Pr Daniel ONA ONDO

Au regard de la qualité des participants et des annonces qui ont été faites, nous pouvons nous féliciter du succès indéniable de la rencontre. Un succès pour la Communauté, pour l'ensemble des acteurs ayant contribué de près ou de loin à la concrétisation de cette volonté des Chefs d'État.

Un portefeuille de 12 projets jugés matures a été constitué pour cette pre-

mière phase de mise en œuvre des projets du Programme économique régional (PER). Avant la rencontre de Paris, nous avons déjà bouclé le financement de deux d'entre eux, à savoir, le projet de construction de l'Université inter-États Cameroun-Congo et le projet d'interconnexion énergétique Cameroun-Tchad financé respectivement par le FODEC et par la Banque Mondiale.

Nous sommes allés à la Table ronde pour rechercher 3 365 millions d'Euros. Nous en sortons avec des annonces de l'ordre de 3 800 millions d'Euros. Dans le contexte économique et financier actuel, les objectifs que nous nous sommes fixés ont donc été atteints et je dirais même que nous avons fait mieux que ce qui était attendu. Ce résultat montre que notre sous-région reste très attractive, malgré la situation sanitaire et les défis nombreux auxquels font face les économies des États membres de la CEMAC.

ENOROMI MAGAZINE

Quel est selon vous l'intérêt de tels projets pour les États membres de la CEMAC ?

Pr Daniel ONA ONDO

Pour répondre à votre question, il me paraît utile de rappeler l'ambition des Chefs d'État de faire de la CEMAC « un espace économique intégré, émergent où règnent la sécurité, la solidarité et la bonne gouvernance au service du développement humain à l'horizon 2025 » à travers notamment la mise en œuvre du Programme économique régional (PER) qui consacre des stratégies sectorielles et aussi un portefeuille de 84 projets intégrateurs.

En anticipant les besoins futurs de la CEMAC en infrastructures et en développement humain, la réalisation de ces projets va apporter une réponse adaptée aux problématiques de développement durable, de croissance économique inclusive, et d'approfondissement de l'intégration régionale.

Les projets présentés à la Table ronde, faut-il le rappeler, portent sur les corridors régionaux de transport ; la production et l'interconnexion énergétique ; le marché

unique ; la libre circulation des biens, des services et des personnes ; la diversification économique et le capital humain. Et s'inscrivent dans le cadre du Plan de relance communautaire post Covid-19.

ENOROMI MAGAZINE

Que répondez-vous à certaines voix qui mettent en avant les problèmes de viabilité de la dette comme un frein certain à la non-concrétisation des annonces de la Table ronde ?

Pr Daniel ONA ONDO

Il est vrai que la situation de l'endettement de nos États est relevée comme un des défis majeurs des États de la CEMAC dans le contexte économique récessif et sanitaire actuel. Fallait-il pour autant sacrifier l'avenir en croisant les bras et se résoudre à ne pas maintenir nos efforts visant la mise en place des fondements de la croissance inclusive et forte recherchée ?

Les États ont fait le choix de veiller à s'assurer un cadre macroéconomique viable, mais aussi à penser à l'avenir en pérennisant les efforts d'investissement. Cela, avec le concours du secteur privé à travers notamment des PPP. Pour tenir compte de cette problématique de la dette, nous avons donc axé notre offre sur les financements de type PPP et privilégier les financements de type concessionnels.

Le plus important pour nous, c'est persévérer dans la mise en œuvre de bonnes réformes, celles à même de garantir une croissance inclusive et durable, propice à la création des emplois et à la lutte contre la pauvreté.

Nous avons voulu transmettre aux bailleurs et partenaires de notre Communauté, notre foi en l'avenir en suscitant la prise de risques dans la mise en œuvre des investissements structurants en Afrique Centrale.

Les États jouent un rôle central dans ce processus, puisque ce sont eux qui vont s'engager auprès des investisseurs et des partenaires techniques et financiers. Nos États seront représentés dans le Comité qui sera mis en place et

pourront ainsi suivre de bout en bout la mise en œuvre des projets intégrateurs.

ENOROMI MAGAZINE

Neuf mois après l'arrivée de la pandémie de la Covid-19 dans la sous-région, comment se portent les économies des États de l'Afrique centrale à ce jour ?

Pr Daniel ONA ONDO

Les effets de la pandémie de la Covid-19, exacerbés par la chute des termes de l'échange et des défis sécuritaires, vont faire plonger la zone CEMAC en récession en 2020 de l'ordre de -3,1% avant de connaître, nous l'espérons, un rebond en 2021. Nos pays émergeaient à peine de la crise née de la chute des prix du pétrole de 2014. Les gains durement acquis à la suite de la mise en œuvre de la stratégie régionale de sortie de crise décidée par la Conférence des Chefs d'État de la CEMAC tenue en décembre 2016 à Yaoundé ont été presque effacés.

Sur le plan social, il est évident que le recul de la croissance économique a entraîné une aggravation de la pauvreté. Par ailleurs, la pandémie a mis à rude épreuve les acquis de la libre circulation des biens et des personnes dans notre espace communautaire. Pour freiner la propagation de la pandémie, il était nécessaire de restreindre les mouvements de personnes. Toutefois, nous avons pris des mesures pour préserver l'essentiel dans ce domaine.

Force est de reconnaître que la restauration des mesures de reconfinement en Europe notamment est de nature à compromettre nos espoirs de reprise rapide en 2021.

La situation économique nous interpelle sur l'urgente nécessité de s'attaquer à la cause véritable de la faible diversification et de la forte dépendance de nos économies du pétrole. Cela passe par une mise en œuvre plus vigoureuse des réformes pertinentes visant à rendre nos économies plus résilientes en s'appuyant sur le secteur privé. Cette orientation de politique économique impose des actions fortes pour restaurer un cadre macroéconomique viable et amé-



liorer de manière significative le climat des affaires en général et particulièrement de la sécurité juridique.

C'est dans cette direction que sont orientés les plans de relance en cours au niveau national et à l'échelle communautaire.

ENOROMI MAGAZINE

Certains États comme le Gabon tablent sur une croissance de 2 à 3% en 2021. Est-ce réaliste ?

Pr Daniel ONA ONDO

Les prévisions de croissance dépendent essentiellement des hypothèses retenues dans les cadrages macroéconomiques et les modèles utilisés dans cet exercice. Il est donc important, dans cette démarche, de veiller au réalisme et à la crédibilité des hypothèses retenues.

Le Rapport définitif sur la surveillance multilatérale 2019 et perspectives pour 2020 et 2021, nous révèle que l'économie gabonaise enregistrerait une récession de 1,7% en 2020 et, toute chose égale par ailleurs, une croissance un peu plus forte. Il faut y percevoir dans ces perspectives la montée en puissance des résultats des efforts de diver-

sification entrepris depuis quelques années par les autorités gabonaises. Cependant et comme je l'ai dit plus haut, il faut espérer que l'évolution de l'économie mondiale, dont on sait qu'elle pourrait pâtir à nouveau de la restauration des mesures de confinement, n'impacte pas négativement ces prévisions optimistes.

C'est cet optimisme qui m'habite en cette fin d'année 2020, car je suis convaincu que le monde en général et notre espace communautaire en particulier, vont s'en sortir des difficultés sanitaires et économiques dans lesquelles nous sommes empêtrés. Pour cela, il faut rester prudent et respecter strictement les mesures barrières, encourager et s'atteler à l'acquisition des vaccins contre la Covid-19, et surtout ne pas baisser la garde dans nos efforts de réformes structurelles pour rendre nos économies moins dépendantes des chocs extérieurs, et lutter efficacement contre la pauvreté et la précarité qui touchent une frange non négligeable des populations de la zone CEMAC. ●

*Propos recueillis par
Griffin ONDO*

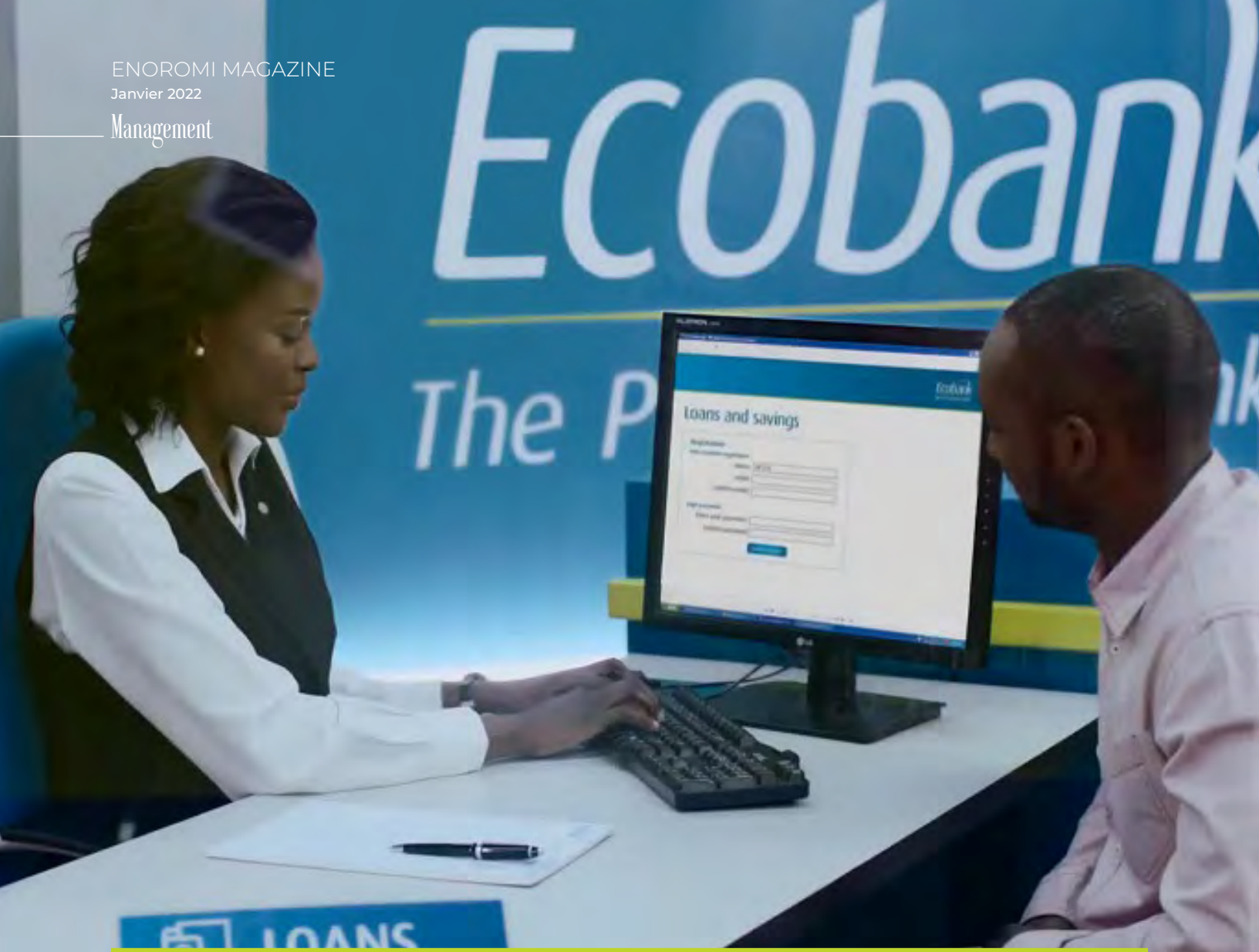
► MANAGEMENT

ECOBANK GABON

Une ambition de leader africain.

I *Implanté dans 36 pays du continent, le groupe ECOBANK nourrit une ambition noble : figurer dans le Top 3 des établissements bancaires de cette trentaine d'États, pour ne pas se satisfaire de sa place de leader au sein de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA). Sa filiale du Gabon dirigée par Nicholas ACHIRI surfe sur des résultats positifs ces dernières années, au point qu'ECOBANK Gabon totalisait près de 50 000 clients au 31 décembre 2020, dont les 90% sont des particuliers. La Direction générale n'entend pourtant pas s'arrêter en si bon chemin et annonce plusieurs innovations. Entretien.*





ENOROMI MAGAZINE

Monsieur ACHIRI, vous êtes aux commandes d'ECOBANK Gabon depuis plus de deux ans. En décembre 2020, EMEA Finance vous a décerné plusieurs Awards dont celui du premier groupe bancaire africain. Selon vous, qu'est-ce qui vous différencie à ce point ECOBANK des autres établissements bancaires de la place ?

Nicholas ACHIRI

La différence se situe d'abord dans le fait que nous sommes une institution régionale. En premier lieu, il est bon de rappeler que le groupe Ecobank est le premier groupe bancaire par l'étendue du réseau. Nous sommes présents dans 36 pays en Afrique avec des représentations en Europe, en Asie et en Afrique du Sud. Nous servons plus de 24 millions de clients en Afrique avec près de 14 000 employés.

Ce réseau permet de favoriser une Afrique financièrement intégrée notamment dans le cadre de la mise en place de l'accord sur la zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAF), accord qui est en vigueur depuis le 1er janvier 2021. L'étendue de notre réseau constitue un atout majeur qui sera fortement mis à contribution pour recevoir et accélérer les échanges commerciaux en Afrique en termes de flux financiers, car nous avons une présence de part et d'autre sur l'ensemble de la transaction.

La deuxième différence est que nous avons une vision africaine : celle de mettre en place une institution financière forte gérée par les Africains pour les Africains, telle était la vision commune des pères fondateurs d'Ecobank lorsqu'ils se sont réunis en 1985. Cette vision panafricaine a pour ambition de promouvoir l'économie du continent en

favorisant l'inclusion financière, même auprès des communautés exclues du système bancaire traditionnel.

Enfin, nous sommes parvenus à nous différencier par le digital. Pour nous permettre de servir plus de 100 millions d'Africains dans un avenir proche, nous avons opté pour le digital comme atout de différenciation. À travers un investissement massif dans la technologie, nous avons mis en place des plateformes robustes, fiables et innovantes afin de permettre à nos clients particuliers et les entreprises d'effectuer des transactions financières en toute sécurité depuis leurs mobiles, tablettes ou ordinateurs sans avoir besoin de se rendre dans une agence bancaire.

ENOROMI MAGAZINE

ECOBANK Gabon enregistre combien de comptes clients ? Quel pourcentage

entre les comptes privés et les comptes professionnels ?

Nicholas ACHIRI

Au Gabon, Ecobank intervient dans tous les segments de clientèle : du secteur public (dont l'Etat), au secteur des entreprises (de la PME à la multinationale) en passant par le secteur des particuliers (les agents de l'État ainsi que les salariés du Privé et des professions libérales) ce qui fait de nous une banque universelle.

En termes de statistiques, nous totalisons ainsi au 31 décembre 2020, près de 50 000 clients dont les 90% sont constitués de clients particuliers, et ce grâce à la mise en place d'un processus d'enrôlement qui se réalise à plus de 95% en ligne.

ENOROMI MAGAZINE

Comment avez-vous géré la crise de la Covid-19 ? Quels ont été les produits mis en place pour répondre aux attentes de vos clients ?

Nicholas ACHIRI

L'activité de la banque étant déclarée « service essentiel » par le Gouvernement, il a s'agit, dans un premier temps, de se conformer aux instructions des autorités quant à la gestion de la crise: nous avons donc reconfigurer notre fonctionnement interne et vis-à-vis de la clientèle pour assurer un environnement d'accueil et de travail sécurisé :

- Faire respecter la distanciation physique en agences et dans les bureaux ;
- Imposer le port du masque ;
- Effectuer la prise de température et la désinfection des mains à l'entrée des agences ; des GAB ainsi que des espaces de travail ou d'accueil clients.

En parallèle, une cellule de gestion de la crise a été mise en place à l'échelle du groupe et pilotée par un responsable par filiale dans sa mise en œuvre avec pour corollaire, l'instauration du télétravail, la mise en place des réunions via des plateformes digitales, les campagnes de sensibilisation auprès des employés, réaménagement des horaires de travail, etc.

Sur le plan des produits, la crise liée à la Covid-19 a mis en exergue la nécessité pour le marché (les acteurs ainsi que les consommateurs) à s'orienter avec sérénité vers la dématérialisation des transactions financières donc vers des solutions digitales, car non seulement le contexte actuel nous l'impose, mais aussi, je suis persuadé que ce changement d'habitudes ne pourra que participer à promouvoir l'économie africaine.

Notre orientation digitale initiée depuis 2015, ainsi que notre mission de promotion de l'inclusion financière, ont permis de continuer de servir les clients à distance grâce à :

1. Nos plateformes de banque en ligne : l'application mobile qui permet aux clients particuliers de réaliser des transactions financières (transferts, retraits sans cartes au GAB) paiement par scan dans les magasins, paiement des factures et achats en ligne depuis leurs Smartphones et ce instantanément en Afrique et l'international selon les limites réglementaires.
2. L'intégration de notre plateforme bancaire à celles des opérateurs de téléphonie mobile : Airtel Money, en partenariat avec Airtel et bientôt Mobicash en partenariat avec Gabon Télécom (nouvellement Moov Africa) afin de faciliter les transactions financières de nos clients, à l'instar des opérations de dépôt, de retrait, transfert et de paiement.
3. Les plateformes OMNI et OMNILITE conçues pour les entreprises leur permettent de soumettre leurs principales requêtes (virements pour le paiement des salaires ou des fournisseurs, gestion des comptes à distance).
4. Le développement d'un réseau externalisé d'agences en partenariat avec les micros finance pour favoriser un environnement de proximité avec nos clients à travers le produit Agency Banking. Ce partenariat conclu avec Express Union, EDG, CECG, COFINA, Fréquence Services et SODEC, représente à ce jour 60 points de vente physiques présents sur l'ensemble du territoire national

et offrant à nos clients la possibilité de faire des retraits et des dépôts à quelques minutes de leur lieu d'habitation. Ce réseau externalisé sera bientôt déployé au-delà du secteur des microfinances.

5. L'extension de notre réseau de GAB (43 GAB) dans 5 principales villes (Libreville, Port-Gentil, Franceville, Monda et Oyem). Réseau qui accepte toutes les cartes internationales (VISA, MasterCard, China Union Pay et GIMAC).
6. Les campagnes massives d'équipement en cartes Ecobank (cartes prépayées et cartes de débit) en partenariat avec VISA et MasterCard
7. Enfin notre service clients pour une assistance 24H/24 des clients.

ENOROMI MAGAZINE

Quels sont vos principaux atouts ?

Nicholas ACHIRI

Nos principaux atouts sont, outre notre implantation dans 36 pays du continent, notre présence forte en zone CEMAC qui facilite l'intervention des filiales sœurs dans les transactions sous-régionales, en termes de synergie et de flexibilité. Exemple : importants financements apportés aux États et grandes entreprises de la sous-région à travers les syndicats, attention particulière et meilleur suivi dans la stratégie de digitalisation de ces marchés (implication dans le projet GIMAC (groupement interbancaire monétique de l'Afrique Centrale), etc.

D'autre part, notre offre digitale qui constitue notre élément de différenciation, car elle permet de mettre à la disposition de notre clientèle des particuliers et des entreprises, des plateformes digitales innovantes, robustes et fiables permettant d'effectuer leurs transactions bancaires en temps réel sans avoir à se déplacer vers des points de vente physiques.

Et au centre de tout cela, nous avons la chance d'avoir un personnel jeune et qualifié orienté vers l'amélioration de l'expérience aux clients et le respect de nos valeurs en tant qu'institution ●●●

(le respect, la responsabilité, le client en priorité, l'excellence, l'intégrité, le travail en équipe).

ENOROMI MAGAZINE

Avez-vous observé une hausse concernant les ouvertures de comptes due aux mesures appliquées ?

Nicholas ACHIRI

Grâce à la mise en place des process en ligne nous avons pu augmenter la base clientèle de 53% par rapport à la même période de l'année précédente. De même, nous avons mis en place la Direction de l'Expérience clients pour une meilleure prise en charge des réclamations et frustrations des clients afin de promouvoir un parcours client fluide de bout en bout.

ENOROMI MAGAZINE

Au Gabon, combien d'agences gérez-vous et combien de collaborateurs directs et indirects travaillent pour et avec ECOBANK ?

Nicholas ACHIRI

Nous avons une présence physique directe dans les 3 principales villes du pays, mais à travers de notre réseau d'agences externalisées, nos clients peuvent être servis dans 60 points de vente sur l'ensemble du territoire national grâce au réseau d'agences partenaires (Agency Banking) précédemment évoqué. En termes d'effectif, nous comptons 148 collaborateurs (146 nationaux), dont 112 en direct et 36 collaborateurs en contrats indirects pour une répartition homme/femme de 67 pour 81.

ENOROMI MAGAZINE

Sur le plan panafricain, selon la démographie, le PIB, etc., dans quel pays ECOBANK est-elle leader, tous ratios confondus ?

Nicholas ACHIRI

Sur le plan panafricain, notre ambition est d'être dans le top 3 des institutions bancaires dans chaque pays. Aujourd'hui, nous sommes généralement dans le top 3 en zone UEMOA et leader dans cette zone. Nous avons également des positions fortes au Cameroun en RDC et au Congo. Nous sommes leaders au Ghana et au Tchad. ●

Propos recueillis par
Anne Marie JOBIN



Qui est Nicholas ACHIRI?

Nicholas ACHIRI est le directeur général d'Ecobank Gabon. Auparavant, Nicholas a occupé des postes de direction dans les départements de la banque des Entreprises, la banque de détail, la trésorerie et les risques pour le compte de Ecobank Cameroun, Standard Chartered Bank, Afriland First Bank Group et Commercial Bank-Cameroun, dirigeant les équipes de plus de 250 personnes. Il possède également une expérience de travail au Ghana, au Botswana et au Royaume-Uni. Il totalise plus de 20 ans d'expérience bancaire, dont plus de 15 ans en tant que cadre supérieur et cadre dirigeant.

Nicholas ACHIRI a également été président du conseil d'administration de Pan-African Savings & Loans, une institution de microfinance de 50 000 clients opérant au Cameroun. Il a aussi été président de la Chambre de commerce américaine au Cameroun. L'actuel patron d'Ecobank Gabon est engagé dans des œuvres caritatives aux côtés des plus défavorisés.

Il est titulaire d'un MBA de la Georgetown McDonough School of Business. Il est bilingue (anglais et français) et possède une vaste expérience des voyages internationaux (plus de 24 pays). Il est marié et père de trois enfants.

Urban³

104.5 la station urbaine



11 ans déjà...
Joyeux anniversaire

COMME LE VIN,
ON SE BONIFIE AVEC L'ÂGE

urban fm
104.5





GAB'OIL

► MANAGEMENT

EMMANUEL GÉGÉ ADETELOBE

Gab'Oil : poursuivre le développement de la vision.

Véritable professionnel du secteur des hydrocarbures, Emmanuel Gégé Adetelobe, qui conduit depuis le 06 avril 2021 la destinée de Gab'Oil, dispose d'une véritable expérience dans le secteur pétrolier. Après un parcours riche dans plusieurs compagnies du domaine, celui qu'on présente comme un expert en Hygiène, Sécurité, Environnement et Qualité (HSEQ) a désormais la lourde mission de poursuivre le développement de cette société d'État, filiale de la Société Nationale des Hydrocarbures du Gabon (SNHG).

**ENOROMI MAGAZINE**

Monsieur le Directeur Général, vous avez officiellement pris vos fonctions à la tête de Gab'Oil le 6 avril de l'année en cours. Comment se porte la société à ce jour ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

Gab'Oil se porte bien et nous comptons garder la même dynamique pour atteindre les objectifs fixés par les plus hautes autorités du pays qui m'ont fait confiance en me portant à la tête de cette structure. En dehors des activités quotidiennes, nous sommes en train de former un groupe solide afin de faire face aux défis du secteur de la commercialisation et de la distribution des produits pétroliers et gaziers.

ENOROMI MAGAZINE

Il existe une confusion chez le Gabonais lambda qui ne perçoit pas très bien ce qu'est Gab'Oil. Pouvez-vous nous donner des précisions sur le rôle et les attributions de cette société ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

Gab'Oil est une filiale de la Société Nationale des Hydrocarbures du Gabon (SNHG) communément appelée GOC. Gab'Oil assure la commercialisation et la distribution des produits tels que le

Supercarburant, le Gasoil, le Pétrole lampant, le gaz butane et les lubrifiants à travers son réseau des stations-services et l'ensemble de ses clients hors réseaux.

ENOROMI MAGAZINE

Le Conseil d'Administration de la compagnie vous a confié une feuille de route à piloter. Quelle est la vision générale de cette dernière et quelle est la stratégie adoptée pour la déployer ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

Effectivement, les résolutions du Conseil d'Administration du 29 mars 2021 m'ont confié la mise en œuvre du plan de développement de l'entreprise axé sur la construction de deux stations-service à Libreville et une station-service à Port-Gentil ainsi que l'achat des nouvelles bouteilles de gaz butane.

Notre vision est de procéder autrement à la distribution de nos produits, c'est-à-dire de nous rapprocher de nos clients. Pour atteindre cet objectif, nous comptons développer des stations-service communautaires afin de toucher les populations de l'intérieur du pays. Il en est de même pour l'acquisition des bouteilles de gaz butane de petit format avec la possibilité de recharge in situ principalement dans les zones rurales.

ENOROMI MAGAZINE

Pouvons-nous parler des objectifs que vous visés à travers votre stratégie de déploiement ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

À travers notre stratégie de déploiement, nous voulons participer au bien-être des populations gabonaises de l'intérieur du pays en distribuant nos produits dans leurs zones d'habitation tout en développant notre propre activité. En même temps, nous allons promouvoir une véritable classe d'homme d'affaires gabonais dans la gestion des stations-service communautaires.

ENOROMI MAGAZINE

Quelles sont les principales réformes que vous avez initiées pour atteindre vos objectifs ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

En termes de réformes, nous avons initié la réorganisation de l'entreprise en optimisant le capital humain existant. Ensuite, le recrutement des postes critiques identifiés lors du dernier Conseil d'Administration nous permettra d'être plus compétitifs dans notre secteur d'activité.

D'autre part, nous mettons un accent particulier sur la gestion de la Responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE). À ce titre, nous comptons développer notre personnel pour que nos opérations soient en ligne avec la notion d'Excellence Opérationnelle.

ENOROMI MAGAZINE

Revenons sur les produits que vous commercialisez ? À quelles cibles ceux-ci sont-ils destinés ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

En dehors des produits traditionnels tels que les carburants, le gaz butane et les lubrifiants, nous avons développé une activité marine dans le soutage des bateaux et quelques opérations d'approvisionnement en mer à savoir le « bunkering » pour des sociétés d'exploration et production de pétrole brute.

ENOROMI MAGAZINE

Votre réseau de distribution est-il aujourd'hui suffisamment structuré pour couvrir la demande sur l'ensemble du territoire national ?



Emmanuel Gégé ADETELOBE

Notre réseau de stations-service est à développer. Nous disposons de quatre stations-service et nous allons démarrer la construction des nouvelles stations-service avant la fin de l'année. Nous pensons que les autres marqueurs font des efforts pour faire face à la demande nationale. Cependant, la construction des stations communautaires Gab'Oil nous permettra de mieux répondre à la demande de consommation sur l'ensemble du territoire national.

ENOROMI MAGAZINE

Les Gabonais estiment que les produits dérivés du pétrole et même le gaz coûtent encore cher sur le marché. Avec l'arrivée d'une société d'État comme la vôtre, on s'attendait donc logiquement à une baisse des prix, mais vous vous êtes alignés sur les mêmes tarifs. Comment l'expliquez-vous ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

Les prix actuels des produits pétroliers finis au Gabon sont liés à la variation du prix de baril de Pétrole et à la prise en compte réelle des modes d'approvisionnement de nos produits pour faire face à la demande nationale. Naturellement,

Gab'Oil applique les prix indiqués dans la structure des prix officiels des produits pétroliers vendus au Gabon pour respecter les équilibres de la chaîne d'approvisionnement desdits produits.

ENOROMI MAGAZINE

Parlons de la concurrence. Comment Gab'Oil se comporte-t-il sur le marché de la distribution des produits pétroliers et du gaz ? Pensez-vous avoir comblé l'écart entre vous et vos concurrents directs présents sur le marché avant votre arrivée ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

Nous sommes arrivés dans un environnement très concurrentiel. Et au bout de la troisième année, nous réalisons 10% des ventes au niveau national. En tant que société citoyenne, Gab'Oil s'inscrit dans l'extension de ses points de livraison à l'intérieur du pays afin d'améliorer le bien-être de nos populations par des projets permettant à ces dernières d'accéder facilement aux carburants et gaz butane.

D'ailleurs, nous avons mis en place une bouteille de gaz innovante avec une jauge pour éviter les surprises pendant son utilisation. Tous ces projets

permettront à Gab'Oil d'améliorer progressivement sa position sur le marché de commercialisation et de distribution des produits pétroliers au Gabon.

ENOROMI MAGAZINE

Aujourd'hui, la gouvernance d'une entreprise, c'est aussi une politique RSE efficace. Gab'Oil est-elle une entreprise citoyenne ? Quelles sont vos actions en la matière ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

Dans le cadre de la gestion de Gab'Oil et en tant que société citoyenne, nous avons entièrement intégré la Responsabilité sociétale de l'Entreprise dans nos priorités. En effet, le sponsoring de la FEGABAB dans la réhabilitation d'un stade de basket-ball à Franceville par Gab'Oil en est une illustration. De plus, nous comptons mener d'autres actions dans ce sens pendant la construction des nouvelles stations-service dont les travaux débiteront avant la fin de cette année.

ENOROMI MAGAZINE

Pour finir, qui est Emmanuel Gégé Adétélobé pour nos lecteurs qui ne le connaissent pas ?

Emmanuel Gégé ADETELOBE

Je suis un Gabonais doté d'une expérience avérée qui voudrait mettre ses compétences au service du Programme de Transformation et d'Accélération de notre économie initiée par les plus hautes autorités du pays en tête desquelles Son Excellence Ali BONGO ONDIMBA, président de la République. Par ailleurs, je suis également père d'une nombreuse famille et passionné par la recherche surtout dans l'optique de trouver des solutions aux problèmes qui se présentent par des moyens locaux. Je prône la révolution industrielle de l'Afrique, tout en respectant les grands équilibres. ●

Propos recueillis par
Christian BOUA

GAB'OIL, UNE ENTREPRISE CITOYENNE

Entreprise citoyenne, Gab'Oil est désormais engagée aux côtés des populations. Proche des jeunes, elle vient de répondre favorablement à l'appel à solidarité lancé par la Fédération Gabonaise de Basketball (FEGABAB) pour la réfection d'un plateau sportif situé dans le 2^e arrondissement de la Commune de Franceville. L'entreprise, dans le cadre de cette action, déploie sa vision RSE initiée par la nouvelle équipe dirigeante.

Le Directeur Général, Monsieur Emmanuel Gege ADETELOBE et son équipe, conformément à la volonté du Président de la République, Chef de l'Etat, Son Excellence Ali BONGO ONDIMBA, qui invite à faire preuve de solidarité à l'endroit des populations, viennent de mettre sur pied le programme « Mon Idéal Gab'Oil ».

Dans l'attente de l'officialisation très prochaine de ce programme, ce dernier sera le siège approprié pour la matérialisation de la vision et des actions RSE de Gab'Oil aussi bien à l'échelle de l'entreprise qu'auprès de la collectivité.



enoromi magazine



www.enoromi.com

Suivez nous sur les réseaux sociaux
@Enoromi Magazine



► MANAGEMENT

PIERRE MOÏSE MBA

Redynamiser le Conseil Gabonais des Chargeurs.

Le 26 février 2019, le Conseil des ministres entérinait la suppression du Conseil gabonais des chargeurs (CGC) avec transfert de ses missions, attributions et patrimoine à l'Office des ports et rades du Gabon (OPRAG). Une décision qu'avait invalidée plus d'un an après la Cour constitutionnelle par sa décision n° 015/CC du 24 mars 2020. Nommé Directeur général du CGC le 22 janvier 2021, Pierre Moïse MBA a la lourde charge de redynamiser ce pilier stratégique de l'économie gabonaise.



ENOROMI MAGAZINE

Monsieur le Directeur général, il y a six mois que vous avez été nommé à la tête du Conseil gabonais des Chargeurs après une gestion tutélaire de l'entreprise par Office des ports et rades du Gabon (OPRAG). Quelle consigne avez-vous reçue des plus hautes autorités pour la redynamisation de cette entité ?

Pierre Moïse MBA

Permettez-moi de m'acquitter d'un devoir, celui de remercier une nouvelle fois les plus hautes autorités en tête desquelles, son excellence Ali BONGO ONDIMBA, Président de la République, Chef de l'Etat, pour la confiance qu'il a bien voulu placer en moi pour relever cet important défi. Mes remerciements vont également à l'endroit du Premier Ministre, Chef du gouvernement pour le choix porté sur ma modeste personne pour diriger le Conseil Gabonais des Chargeurs. Avant de répondre à votre question, je voudrai enfin remercier la rédaction de votre magazine pour l'opportunité offerte, qui me permet de m'exprimer sur le Conseil Gabonais des Chargeurs.

Comme vous le savez, l'entreprise a effectivement connu un passé turbulent lié entre autres aux transferts de ses missions, attributions et patrimoine à l'OPRAG pendant plus d'un an et demi. Ma nomination à la tête de cette entité paraétatique a confirmé, de facto son retour à l'autonomie de gestion avec une ambition clairement affichée, celle de redorer le blason du Conseil gabonais des chargeurs. Ceci passe par un apaisement du climat social de l'entreprise, un repositionnement du Conseil gabonais des chargeurs sur l'échiquier national et international.

ENOROMI MAGAZINE

On le sait, vous héritez d'une administration en renaissance dans un contexte particulièrement difficile marquée par la crise de la Covid-19 et d'une conjoncture internationale défavorable. Quel est son impact sur votre entité et comment avez-vous contribué à l'atténuer ?

Pierre Moïse MBA

Tout le monde le sait, aucune organisation, aucun pays et pas même une entreprise, n'ont été épargnés par les affres de la crise sanitaire liée à la pandémie de la Covid-19.



Face à cette situation, nous avons mis en place, avec le concours des services techniques, une stratégie visant à alléger les procédures administratives, ceci, afin de faciliter les démarches des Chargeurs, maillon essentiel de notre activité. De façon plus concrète, nous avons décidé de rallonger les délais de délivrance du BIETC (Bordereau d'identification électronique de traçabilité des cargaisons), un document obligatoire pour toute importation et exportation de la desserte Gabon. Ce délai varie selon les zones de 5 à 10 jours pour la zone Afrique, 10 à 15 jours zone Europe et 15 à 20 jours pour les zones Amérique, Asie et Moyen-Orient..

ENOROMI MAGAZINE

Six mois après votre prise de fonction, comment peut-on lire votre action à la tête du CGC?

Pierre Moïse MBA

Depuis mon entrée en fonction au sein de cette structure, ma priorité a été le Social. En effet, il était de mon devoir avant de mener toutes autres actions, de ramener une certaine sérénité au sein de la maison. Il a d'abord été question pour nous de doter l'entreprise de nouveaux instruments et outils de travail, équiper l'ensemble des directions en matériels de bureau et en véhicules de liaison. Nous avons également rendu aux normes l'infirmerie de l'entreprise, et instauré un cadre de dialogue permanent à travers de réunions mensuelles avec l'ensemble du personnel. Plus récemment nous avons commencé à épurer une dette liée aux arriérés des salaires datant de 2018.

Je n'oublie pas ce grand Projet de Digitalisation qui est déjà dans sa phase d'exécution et qui va révolutionner, j'en suis persuadé, la gestion même du Conseil gabonais des Chargeurs. Il permettra à terme de fluidifier la circulation de l'information de l'entreprise entre ses différents services, pour ainsi augmenter la productivité, assurer une transparence dans la gestion mais surtout de mieux sécuriser les deniers publics.

ENOROMI MAGAZINE

Récemment, vous avez pris part à la 12e Assemblée générale de l'Union des Conseils des chargeurs africains (UCCA). Comment a été apprécié ce retour du Conseil gabonais des chargeurs sur la scène internationale ?

s'inscrit parfaitement dans la mise en œuvre de ce programme ambitieux. Nous devons mettre à la disposition des pouvoirs public, des informations clés concernant les statistiques liées au Commerce extérieur et intérieur afin de garantir l'attractivité de la desserte Gabon.

ENOROMI MAGAZINE

Quel message pouvez-vous adresser à l'ensemble de vos collaborateurs et partenaires ?

Pierre Moïse MBA

Notre champ d'action doit s'élargir et dépasser le cadre institutionnel réservé à l'accomplissement de nos missions traditionnelles. Le CGC doit désormais être perçu et reconnu par tous les acteurs de la chaîne de transport logistique comme une structure porteuse de progrès socio-économique par la compétitivité des chargeurs, des services de transport, du commerce national et international.

Pour y parvenir, nous devons, à travers la démarche de repositionnement engagée, acquérir une place privilégiée dans l'esprit de chaque agent, de chaque mandataire, de chaque opérateur économique et de tous nos partenaires, qui sont en réalité les véritables catalyseurs de cette nouvelle dynamique. En d'autres termes, j'invite tous ces acteurs, chacun dans son domaine d'activité à contribuer à accroître la fluidification du transport des marchandises et à devenir des ambassadeurs du CGC dans le but de faciliter et d'améliorer les échanges commerciaux et de booster ainsi la promotion de la destination Gabon. Tout ceci doit évidemment conjuguer avec notre approche basée sur la négociation, la concertation et le respect strict du cadre réglementaire applicable à notre secteur d'activité.

Je vous remercie ! ●

Propos recueillis par
Christian BOUA

Pierre Moïse MBA

Vous savez, le Conseil gabonais des chargeurs a été absent pendant plus de 2 ans de ces grandes rencontres internationales. Discuter avec ses pairs a été fort enrichissant. D'ailleurs, notre présence à cette rencontre de Kinshasa nous a permis de maintenir le poste de Secrétaire général que le Gabon a failli perdre du fait de son absence. Notre compatriote Lilian OGOULA restera en poste jusqu'à la fin de son Mandat.

Par ailleurs, je tiens à rappeler que l'UCCA est une grande organisation internationale regroupant 19 pays membres.

ENOROMI MAGAZINE

Dès votre prise de fonction, vous avez mis l'agent au centre de vos objectifs, après le social, quel autre axe prioritaire pour l'avenir ?

Pierre Moïse MBA

Il m'a paru nécessaire et urgent d'introduire des changements et de nouvelles méthodes de travail au sein de l'entreprise, mettant ainsi en valeur le potentiel de l'ensemble des collaborateurs.

Cette dynamique, étant insufflée, nous nous devons maintenant de nous pencher sur d'autres chantiers, notamment la création d'un BIETC multimodal qui couvrira désormais tous les autres modes de transports

à l'instar du maritime, ainsi que la Certification du Conseil gabonais des chargeurs suivant les normes internationales.

Tout ceci ne sera effectif qu'après validation de notre plan d'action par le Conseil d'administration.

ENOROMI MAGAZINE

Le gouvernement, sous l'impulsion de Son Excellence Monsieur Ali BONGO ONDIMBA, a lancé le Plan d'accélération de la transformation (PAT) de l'économie. Comment votre entreprise s'inscrit-elle de manière opérationnelle dans cette stratégie ?

Pierre Moïse MBA

Tout en rappelant que le plan d'accélération de la transformation 2021-2023, cadre avec le Plan stratégique Gabon émergent 2025 (PSGE), qui est un programme de réformes économiques dont l'objectif est de moderniser l'économie gabonaise, la diversifier et permettre à chaque Gabonais d'accéder à un niveau de vie décent.

À ce titre, et du fait de ses missions qui sont entre autres : l'encadrement des activités du transport de fret multimodal, la gestion des droits de trafic de fret national et international multimodal, la mise en place et la gestion de l'observatoire national de transport de fret, l'assistance aux chargeurs, la traçabilité et le suivi des cargaisons, le Conseil gabonais des chargeurs



Pierre Moïse MBA. L'expérience du privé au bénéfice du Conseil Gabonais des Chargeurs.

BIOGRAPHIE EXPRESS

C'est à la faveur du Conseil des ministres du 22 janvier 2021 que Pierre Moïse MBA a été nommé à la tête du Conseil Gabonais des Chargeurs (CGC). Le manager à la cinquantaine révolue a officiellement pris ses fonctions le 3 février, lors d'une cérémonie présidée par le ministre des Transports, Brice Constant PAILLAT.

Le nouveau Directeur général du CGC est loin d'être un novice en termes de gestion des entreprises. Il bénéficie d'une expérience avérée dans le domaine, particulièrement dans le secteur privé où il a occupé plus d'un poste de direction au sein de différents groupes internationaux.

Ce dernier a en effet démarré sa carrière dans le secteur des hydrocarbures à Exxon Mobil Corporation puis dans les télécoms à Celtel, Zain, ainsi qu'à Airtel. C'est au sein du Groupe Zain, intégré en 2003 qu'il a développé la stratégie de Management participatif qui fait désormais sa particularité en tant que manager. Pierre Moïse MBA s'est vu confier différents postes de responsabilité. Avant de quitter cette entreprise de téléphonie mobile en 2013, en y laissant un bilan irréprochable.

Fort de cette expérience, l'actuel patron du CGC n'a éprouvé aucune difficulté à être recruté par Panalpina en tant que Directeur administratif et financier Afrique Subsaharienne. Il passera cinq années au sein de la filiale gabonaise de cette entreprise Suisse spécialisée dans la logistique et les transports internationaux.

À la suite de sa nomination, beaucoup ont convenu que le choix du président de la République s'est porté sur une personne exigeante, adepte du travail bien fait, et dont le savoir-faire provient de sa formation en Management des entreprises et son expérience avérée, y compris au niveau international.

**Il n'y a pas de petits gestes lorsque
nous sommes des milliers à le faire**

#jèmengage

Mon pouvoir, c'est ma décision



► MANAGEMENT

PATRICK OSSSI OKORI

Réformes et gouvernance : deux leviers fondamentaux pour restructurer la CNSS.

En dépit de la crise sanitaire liée à la pandémie du coronavirus face à laquelle la structure s'est parfaitement adaptée, en 2021, grâce à la vision de son manager, la Caisse nationale de sécurité sociale (CNSS) a poursuivi ses réformes dont l'objectif est le rétablissement à court, moyen et long terme des équilibres prudentiels de gestion. Axées sur 5 leviers, ces réformes ont déjà montré leurs premiers résultats notamment avec la réduction de 25% des dépenses de fonctionnement. Le Directeur général Patrick OSSSI OKORI nous en dit plus dans cette interview.

ENOROMI MAGAZINE

Une année vient de s'achever sous le règne de la Covid-19, comment se porte la CNSS ?

Patrick OSSI OKORI

Comme de nombreuses entreprises sur l'ensemble du territoire national, la Covid-19 a eu et continue d'avoir des effets néfastes sur le niveau de l'emploi. Le ralentissement des activités des grandes entreprises et la perte d'emploi dans plusieurs PME (transport, restaurants, hôtels...) ont tous contribué à une baisse des recettes de la CNSS qui dépend fortement des contributions salariales et patronales. Cependant, nous sommes résilients et continuons d'assurer nos missions avec courage et abnégation.

ENOROMI MAGAZINE

Comment l'Institution dont vous avez la charge s'est-elle comportée dès la survenue de la pandémie, et comment s'est-elle adaptée aux mesures édictées par le gouvernement pour y faire face ?

Patrick OSSI OKORI

La CNSS a tout de suite pris les mesures de lutte contre cette pandémie, conformément aux mesures édictées en la matière par le Gouvernement (distanciation sociale, port du masque, utilisation du gel hydroalcoolique, tousser dans le creux du coude).

Au niveau interne, elle a mis en place un COPIL COVID en son sein, chargé de la mise en place et du suivi des actions tendant à contenir ladite pandémie, notamment : la rotation, l'allègement des heures de travail, le télétravail, le paiement des prestations par ordre alphabétique et bientôt par le Mobile Money.

D'autres mesures ont également été prises en faveur des entreprises en difficulté, comme l'opération exceptionnelle d'abattement des pénalités ; la mise à disposition d'un numéro vert, ainsi que la prise en charge systématique des agents testés positifs au Covid-19 et tous leurs cas contacts en interne.

ENOROMI MAGAZINE

Peut-on dire que la i-déclaration répond également à ces exigences sanitaires ?

**Patrick OSSI OKORI**

Bien qu'effective avant l'apparition de la pandémie, la DTS en ligne a contribué dans une large mesure à la lutte contre celle-ci, en limitant les déplacements des employeurs vers les structures de la CNSS, favorisant ainsi la distanciation sociale.

ENOROMI MAGAZINE

La CNSS, sous votre gestion, a adopté pour mode de gouvernance l'orthodoxie financière. Dites-nous-en plus.

Patrick OSSI OKORI

Conformément aux lignes directrices de l'AISS en matière de Gouvernance, des recommandations de la CIPRES, et suivant les instructions des plus hautes autorités du pays, la CNSS a mis en place un plan de restructuration qui touche l'ensemble des postes.

Concernant l'axe de la Gouvernance, il s'agit de :

- Redéfinir les processus de bonne gouvernance ;
- Assainir la gestion comptable et financière
- Automatiser les processus opérationnels ;
- Promouvoir la culture de service et de la performance.

ENOROMI MAGAZINE

Vous avez impulsé dès votre arrivée, une vision baptisée « TRRIP ». De quoi est-il question exactement ?

Patrick OSSI OKORI

Le TRRIP qui signifie : Transparence, Résilience, Responsabilité Innovation et Performance. Plus qu'une vision, c'est un engagement ferme et une détermination. C'est la vision sur laquelle repose mon style de management. C'est une feuille de route qui s'articule autour de cinq axes stratégiques et qui privilégie la consolidation des acquis, tout en réformant le cadre institutionnel et d'exploitation de la Caisse Nationale de Sécurité Sociale. Elle s'appuie sur les orientations de la tutelle, consignées dans une convention d'objectifs et de Gestion.

ENOROMI MAGAZINE

Ces derniers mois, plusieurs retraités expriment leur mécontentement lié au paiement de leurs droits. Qu'en est-il ?

Patrick OSSI OKORI

Leurs revendications sont légitimes. Malheureusement la méthode utilisée pose problème, car l'absence de dialogue est un obstacle à la résolution des difficultés que traverse la CNSS. Le problème est tout d'abord structurel.



En effet, la branche des pensions pour de multiples raisons est depuis plusieurs années déficitaire. La cause principale étant l'obsolescence des paramètres appliqués dans le calcul des pensions, qui datent de 1975. En outre, à ma prise de fonctions, j'ai invité ces derniers à une réunion de travail explicative de la situation de trésorerie délicate de la CNSS, qui a rendu difficile le respect du paiement des prestations. J'invite donc ces derniers au dialogue permanent et à la concertation pour venir à bout de ces difficultés qui sont d'abord d'ordre technique.

ENOROMI MAGAZINE

La CNSS semble éprouver des difficultés dans le recouvrement des cotisations sociales auprès des nombreux employeurs. Quelle en est la cause ?

Patrick OSSI OKORI

Les difficultés de recouvrement des cotisations sociales trouvent notamment leur origine dans la crise économique que traversent tous les pays depuis 2014, exacerbée par la pandémie de la Covid-19 qui a entraîné une baisse de création des entreprises, des fermetures ou des faillites, sans compter les délocalisations et les changements de raisons sociales desdites entreprises.

Toutefois, des mesures d'accompagnement ont été prises en faveur des employeurs en difficulté à travers des facilités de paiement.

Par ailleurs, les causes desdites difficultés de recouvrement découlent aussi du statut particulier de certains employeurs qui sont protégés par une immunité d'exécution, c'est-à-dire les entreprises paraétatiques. La CNSS en matière de recouvrement a les mêmes prérogatives que le Trésor public, malheureusement les actions en recouvrement forcées telles que les saisies s'estompent devant le statut d'entreprises publiques. Toute chose qui rend le recouvrement des cotisations sociales difficile. Nous avons avec l'État une collaboration qui depuis un moment nous vient en aide à travers la signature de conventions de règlement.

ENOROMI MAGAZINE

Conformément à votre vision managériale, quels types de réformes envisagez-vous de mettre en place ?

Patrick OSSI OKORI

Ces réformes visent le rétablissement à court, moyen et long terme des équilibres prudentiels de gestion et s'appuient essentiellement sur cinq leviers :

- Le développement du capital humain ;
- L'organisation et Système de Management de la Qualité (SMQ) ;
- Le recouvrement des créances et la constitution des réserves techniques ;
- La réduction des charges techniques et de fonctionnement ;
- La refonte du Système d'Information et Digitalisation des processus ;
- Les réformes de protection sociale : (extension horizontale : Régime des Travailleurs Mobiles et Indépendants (RTMI) extension verticale : Retraite Complémentaire (RC), textes de loi), réformes des régimes des pensions.

Aussi, les premiers résultats de ses efforts sont encourageants (réduction de 25% des dépenses de fonctionnement, par une gestion rigoureuse).

ENOROMI MAGAZINE

Qui est Monsieur Patrick OSSI OKORI ?

Patrick OSSI OKORI

Né le 20 octobre 1975 dans le Haut-Ogooué, Patrick OSSI OKORI est un auditeur qualité international Tiers partie et est diplômé de l'École Nationale de Sécurité Sociales de Saint-Étienne, en France, et du Centre Ivoirien des Cadres Supérieurs de Sécurité Sociale.

Il est un pur produit de la maison CNSS, car il fut chef de service, chef de Division, délégué provinciale de la CNSS dans l'Ogooué-Maritime, Directeur adjoint des Prestations Techniques, Directeur Adjoint de l'Immatriculation et du Recouvrement, Chargé d'Études du Directeur général et Directeur provincial de la CNSS dans le Haut-Ogooué. Il est passionné de chasse et de pêche. ●

Propos recueillis par
Griffin ONDO



► MANAGEMENT

DANIELLE CIBELLE BIWAOU

Des ambitions pour la Chambre de Commerce du Gabon.

I Nommée en novembre 2017, Danielle Cibelle BIWAOU est la première femme à avoir été portée à la tête de la direction générale de la Chambre de Commerce du Gabon depuis la création de l'institution, en 1935. Plus de trois ans après, elle a le sentiment d'avoir considérablement avancé sur les différents projets placés sous sa responsabilité, y compris dans le renforcement des relations avec les opérateurs économiques et les bailleurs de fonds. Ralentie depuis mars 2020 par la pandémie de Covid-19, elle ne nie pas qu'il reste encore beaucoup à faire.

ENOROMI MAGAZINE

Promue en novembre 2017, cette année, vous totaliserez quatre ans au poste de Directrice générale de la Chambre de Commerce du Gabon. Qu'est-ce qui, selon vous, a changé depuis votre arrivée? Quel bilan d'étape pouvez-vous faire aujourd'hui?

Danielle Cibelle BIWAOU

Tout d'abord je tiens à adresser mes sincères remerciements au Magazine Enoromi pour l'opportunité qu'il me donne.

J'ai intégré la Chambre de Commerce du Gabon en septembre 2012 après avoir cumulé une expérience et une expertise professionnelles de 9 ans, dont près de 7 années passées au sein du service économique de l'Ambassade de France au Gabon. J'ai été promue au poste de Directeur général par les membres du Bureau de la Chambre de Commerce que dirige le Président Jean Baptiste BIKALOU, et deviens ainsi la première femme à occuper ce poste depuis la création de l'Institution en 1935.

Cette nomination est pour ainsi dire, l'un des premiers changements opérés au sein de la Chambre de Commerce. Parler de ce qui a changé revient à dresser un bilan. Bilan d'étape qui s'appuiera essentiellement sur des faits marquants étant entendu que plusieurs autres actions ont été menées durant cette période.

Sur le plan infrastructurel, l'un des premiers défis à relever dès ma prise de fonction était celui du lancement et la conduite des travaux de construction du bâtiment des affaires de type R+1 devant abriter les 3 outils d'appui aux opérateurs économiques : le Centre de Gestion Agréé, la Bourse de Sous-traitance et de Partenariats et le Centre d'Arbitrage de Médiation et de Conciliation.

Ce bâtiment, dont les travaux de construction ont duré 15 mois, a été financé par la Banque mondiale via le Projet de Promotion de l'Investissement et de la Compétitivité (PPIC) et nous a permis de disposer d'un bâtiment des affaires neuf et d'un hall de notre siège social réhabilité et aménagé.



Par ailleurs, et ce dans le souci de valoriser certains des éléments de notre patrimoine, nous avons procédé à la réhabilitation de certains espaces et bâtiments à Libreville et Port-Gentil. À noter que la Chambre de Commerce du Gabon en tant que première Institution de notre pays, dispose d'un patrimoine disséminé à travers le pays. Ce patrimoine devra d'ailleurs faire l'objet d'un audit minutieux afin d'en évaluer la composition et mettre en place un plan stratégique de valorisation pour mieux en tirer profit.

Sur le plan structurel et organisationnel, j'ai fait procéder dès ma prise de fonction à un bilan de compétences des collaborateurs afin de savoir qui fait quoi et être en adéquation avec l'exigence de mettre « la bonne personne à la place qu'il faut ». Cet exercice nous a permis de relever qu'il y avait des manques à combler en termes de ressources humaines et donc des capacités à renforcer. Cependant, nous avions d'un autre côté d'énormes contraintes financières qui ne nous autorisaient pas à embaucher. Nous avons donc procédé au renforcement des équipes existantes en intégrant des jeunes grâce au dispositif SEJ du Projet de Développement des Compétences et de l'Employabilité des jeunes (Prodece de la

Banque Mondiale), avec appui l'ONE. Puis, nous avons évolué vers le dispositif CAJ de l'ONE qui offrait des avantages plus intéressants pour les jeunes et pour nous. Notre objectif est également d'accompagner les jeunes et favoriser leur insertion professionnelle. La Chambre de Commerce contribue ainsi à la lutte contre le chômage des jeunes notamment ceux diplômés à la recherche d'un premier emploi.

En novembre 2018, la Chambre de Commerce a participé de manière active à la co-organisation des assises de l'entrepreneuriat avec le Bureau de Coordination du Plan Stratégique Gabon Émergent (BCPSGE), la Confédération Patronale Gabonaise (CPG) et JA Gabon. Plusieurs acteurs de l'écosystème y ont pris part à ces assises. Assises qui ont donné lieu à 36 recommandations fortes, dont celles portant sur la redynamisation de la Chambre de Commerce. Un Comité de suivi auquel j'ai participé, a par la suite été mis en place et était dirigé par la CPG et présidé par Alain BA OUMAR.

Au titre de l'accompagnement des opérateurs économiques, nous avons mobilisé et conjointement conduit en novembre 2018, avec la CPG, une délégation

d'opérateurs économiques gabonais en Turquie dans le cadre du sommet Turquie-Afrique de 2018. Cette activité relève d'un de nos savoirs faire à savoir la mise en relation.

Sur le plan des relations opérateurs économiques-bailleurs de fonds, la Chambre de Commerce a servi de plateforme d'échange entre les donneurs d'ordre, les entreprises sous-traitantes en l'occurrence les PME, et les bailleurs de fonds notamment l'Agence Française de Développement dans le cadre des projets PISE et PASS2, la Banque mondiale dans le cadre du PDIL2 et l'accès au marché des PME. La Banque Africaine de Développement avec notamment les échanges en direct avec les entreprises du secteur BTP. D'autres rencontres continuent de se faire.

En septembre 2020, la Chambre de Commerce a contribué et a abrité la première élection des juges consulaires qui, au demeurant, sont des opérateurs économiques sectoriels siégeant aux côtés des juges professionnels au sein du Tribunal de Commerce de Libreville.

Sur le plan de la formation et du renforcement de capacités des opérateurs, nous avons organisé avec l'ANPI et l'équipe du projet PDIL2 de la Banque mondiale en janvier 2021, et ce durant deux semaines une formation à l'endroit des entreprises du secteur de BTP qui, par ailleurs, a été fortement impacté par la crise du Covid-19. À l'issue de la formation, un suivi est en cours pour les entreprises ayant bénéficié de la formation. D'autres actions concrètes sont également en cours de préparation.

En interne, le personnel de la Chambre de Commerce bénéficie actuellement d'un renforcement de capacités sur une durée de 6 mois en discontinu dans le domaine du management, du leadership grâce à l'appui du Cabinet P&A Conseil qui la Chambre de Commerce dans le cadre du Projet de Renforcement des Capacités des jeunes pour l'Employabilité et la Protection sociale de la Banque Africaine de Développement. L'idée sous-jacente est d'outiller le personnel par l'acquisition de compétences qui serviront à accompagner les jeunes notamment les porteurs de projets dans leurs démarches de développement.

Sur le plan de la coopération, nous œuvrons pour le maintien de relations étroites avec partenaires au niveau local et international. Nous coopérons notamment avec les représentations diplomatiques installées et/ou ayant compétence sur notre pays. Notre objectif est de créer un réseau avec les chambres de commerce sœurs de ces pays et nouer des partenariats au bénéfice de nos ressortissants.

ENOROMI MAGAZINE

En 2019, il avait été mis en place un Comité de réflexion pour la redynamisation de la Chambre de commerce. Conduite par Monsieur Alain Bâ Oumar, Président de la CPG, à quelles recommandations est parvenue cette structure, et quelles sont celles qui se sont matérialisées depuis lors ?

Danielle Cibelle BIWAOU

Le comité de redynamisation de la Chambre de Commerce auquel j'y prenais part a, à l'issue de plusieurs séances de travail et de consultations diverses, élaboré un rapport qui visait, entre autres, à définir les grandes lignes directrices qui guideraient ladite redynamisation. Celle-ci s'appuierait sur 3 défis majeurs : la mise en place d'une offre de produits et services en adéquation avec les besoins des ressortissants de la Chambre de Commerce, le changement de gouvernance et l'optimisation du patrimoine. Le rapport a été transmis en mars 2020 au Premier ministre de la période.

Dans le souci de valoriser certains des éléments de notre patrimoine, nous avons procédé depuis lors à la réhabilitation de certains espaces et bâtiments à Libreville et Port-Gentil. Aujourd'hui, le renouvellement des instances de la Chambre de commerce est d'actualité. Les autorités compétentes sont à pied d'œuvre pour accompagner la Chambre de Commerce dans cette nouvelle mutation et communiqueront sur cet aspect le moment venu.

ENOROMI MAGAZINE

Depuis mars 2021, la structure que vous dirigez abrite en son sein la cellule Genre et Handicap du Ministère en charge des PME, dédiée spécifiquement aux femmes entrepreneurs dont celles vivant avec un handicap. Présentez-nous cette cellule, quelles sont ses missions et les actions qu'elle devrait mener ?

Danielle Cibelle BIWAOU

Tout d'abord, la mise en place d'une cellule genre répond à une exigence des Nations unies dans la prise en compte des questions du genre dans les administrations et les entreprises. Cette exigence s'est matérialisée au sein de la Chambre de Commerce via le Ministère en charge des PME qui a bien voulu installer une Cellule Genre et Handicap au sein de notre Institution.

Cette cellule Genre dirigée par une équipe de coordination, est un cadre d'information et d'appui aux femmes entrepreneurs notamment celle vivant avec un handicap et a vocation à mener un plaidoyer soutenu auprès des autorités via la tutelle, et fournir une meilleure compréhension des questions touchant au genre dans le domaine de l'entrepreneuriat.

ENOROMI MAGAZINE

À l'exemple du Forum des femmes gabonaises entrepreneures organisé à Libreville en juin 2021, vous participez depuis plusieurs mois à divers événements en rapport avec la place de la femme dans l'écosystème entrepreneurial. Pourquoi est-ce si important pour vous de vous impliquer autant ?

Danielle Cibelle BIWAOU

Sans vouloir être une 'féministe radicale' ou m'inscrire dans l'effet de mode ou un dans l'air du temps, je pense que ma participation aux différentes activités liées au genre est la matérialisation de mon engagement et l'accomplissement de ma part de responsabilité en tant que femme dans la lutte pour nos droits et le respect de ceux-ci. Nous, les femmes, devons saisir l'opportunité qui nous est offerte afin de devenir un moteur de développement et de croissance économique. Sait-on jamais, cette décennie qui nous accordée se muera en une décennie supplémentaire voire un « Centenaire de la femme ». Je reste néanmoins convaincue que ce combat n'aura véritablement de sens que si tous ensemble, hommes et femmes, œuvrons ensemble pour que l'égalité des genres et l'équité soient effectives. Le chemin est encore long, mais il n'est pas impossible.

C'est en cela que je félicite le Chef de l'État pour nous avoir accordé la décennie de femme.

ENOROMI MAGAZINE

De quel soutien ou accompagnement bénéficient les entrepreneurs gabonais de façon générale de la part de la Chambre de commerce ?

Danielle Cibelle BIWAOU

La Chambre de Commerce est la « maison » de toutes les entreprises sans distinction. Elle a été créée par elles et existe donc pour elles. C'est un organe qui les représente et qui défend leurs intérêts auprès des instances publiques notamment. La question qui revient souvent est effectivement « que gagne-t-on en étant membre de la Chambre ? » Accompagner une entreprise ou un opérateur économique suppose qu'en amont on connaisse l'entreprise et ses besoins et que l'on soit capable d'y répondre.

Aujourd'hui peu d'entreprises sont enregistrées à la Chambre alors même qu'elles gagneraient à se faire identifier, à se faire connaître et à exprimer leurs besoins qui seront par la suite traduits en produits ou services de façon différenciée ou globale, à intégrer un réseau d'opérateurs locaux et internationaux via les chambres-sœurs à travers le monde notamment celles francophones.

L'accompagnement aujourd'hui se traduit par plusieurs éléments dont l'écoute et le conseil, l'information et la formation et l'appui divers, les mises en relation d'opérateurs au niveau local et international, l'appui pour découvrir un marché, etc.

Conscients que notre accompagnement actuel est très limité, nous œuvrons aujourd'hui à bâtir une offre de produits et services qui soit attrayante et déployée sur nos délégations provinciales de Port-Gentil et Franceville. Nous y reviendrons...

ENOROMI MAGAZINE

Et pour ce qui est des artisans ? Bénéficient-ils eux aussi de votre soutien ?

Danielle Cibelle BIWAOU

La Chambre de Commerce du Gabon est également une Chambre de l'artisanat. Les artisans sont souvent considérés à tort comme « le parent pauvre » alors même qu'ils constituent un pan non négligeable de notre économie. En effet, la plupart des PME locales sont artisanales.

Management

Cependant celles-ci sont souvent peu connues alors qu'elles gagneraient à être mises en lumière. Comme vous pouvez l'imaginer, la crise sanitaire actuelle a particulièrement frappé cette catégorie d'entrepreneurs que sont les artisans. Avec la création en cours de finalisation de la Chambre des métiers et de l'Artisanat, portée par le Ministère en charge des PME, les artisans devraient trouver une meilleure tribune entièrement dédiée à leurs activités et à la prise en compte de leurs besoins globaux et spécifiques.

ENOROMI MAGAZINE

Comme toutes les structures aussi bien publiques que privées, la Chambre de commerce du Gabon a été impactée par la pandémie de la Covid-19. Comment la crise sanitaire a-t-elle été vécue chez vous et qu'est-ce qui a été fait, y compris pour le personnel ?

Danielle Cibelle BIWAOU

Le caractère inédit de la crise de la Covid-19 a fait que l'ensemble de nos activités ait été impacté notamment avec la réquisition de la Chambre de commerce laquelle a, face à l'urgence sanitaire, été réquisitionnée pour abriter le Comité de Pilotage de veille et riposte à la Covid-19, et ce jusqu'à ce jour. Tout le personnel a été de facto soumis au télétravail même si concrètement, toutes les conditions n'étaient pas réunies pour assurer le travail à distance de manière optimale. Nous avons enregistré des pertes sèches de 100% en termes des revenus tirés de la vente de nos espaces.

Face à la crise sanitaire, deux enquêtes barométriques ont été réalisées par nos soins auprès des entreprises avec l'appui d'ITC et de la CPCCAF. Ce dernier est l'organe fédérateur des chambres de commerce africaines francophones, dont est membre la Chambre de Commerce du Gabon. Les enquêtes visaient à mesurer l'impact de la Covid-19 à chaud sur leurs activités des entreprises, mais également mesurer le rôle qu'ont joué les Chambres de Commerce notamment africaines dans la gestion de cette crise. Les résultats de l'enquête 2020 sont disponibles sur <https://www.cpccaf.org/files/gkOREGxMCEOwxvNNGLBQDw.pdf> et sur <https://www.cpccaf.org/files/ivy02ypUdki8LRBQaBfTQw.pdf>

En juin 2021, une autre enquête a été di-

ligentée pour mesurer la capacité de résilience des dirigeants de ces entreprises face à cette crise sanitaire. Les résultats 2021 sont en cours de traitement et feront l'objet d'une restitution.

ENOROMI MAGAZINE

Quels sont les rapports qu'entretient la Chambre de commerce du Gabon avec d'autres structures ayant les mêmes missions qu'elle au niveau international ?

Danielle Cibelle BIWAOU

La Chambre de Commerce et membre de la Conférence Permanente des Chambres de Commerce Africaines et Francophone à ce titre elle coopère parfaitement avec les Chambres-sœurs membres de ce réseau notamment par l'échange d'informations, par la mise en relation des opérateurs entre eux, par la participation à des actions communes telles que les enquêtes et autres programmes communs. Elle coopère aussi avec des Institutions autres que les chambres de commerce. Toutes ses actions sont au bénéfice de ses adhérents.

ENOROMI MAGAZINE

Sur le plan national, où en est votre partenariat avec la Zone économique à régime privilégié (Zerp) de Nkok avec laquelle la Chambre de commerce est à nouveau rentrée en négociation en avril 2021 ? Rappelez-nous en quoi consiste ce partenariat établi en 2015 ?

Danielle Cibelle BIWAOU

Actuellement nous sommes en voie de finalisation de la renégociation de ce partenariat pour une signature imminente. Ce Protocole d'Accord vise entre autres :

- Créer une passerelle entre les Parties afin d'apporter l'assistance et l'accompagnement nécessaires aux entreprises et plus spécifiquement aux PME sous-traitantes et aux investisseurs de la ZERP de Nkok ;
- Faciliter et développer les activités de sous-traitance par la mise en relation des sous-traitants avec les investisseurs de la ZERP de Nkok, grâce à l'appui de la Chambre de Commerce du Gabon via son projet de Bourse de Sous-traitance ;
- Promouvoir le développement des entreprises agréées au sein de la ZERP de Nkok sur la base des conseils de la

Chambre de Commerce et les besoins d'accompagnement de ces entreprises.

ENOROMI MAGAZINE

Quelles sont les ambitions de la Chambre de commerce pour cette année et pour l'après 2021 ?

Danielle Cibelle BIWAOU

Notre vision est de donner une seconde vie à cette Institution vieille de 86 ans et œuvrer à son repositionnement comme acteur majeur de l'écosystème entrepreneurial au Gabon. Ce repositionnement ne sera possible que par le renouvellement des instances, l'opérationnalisation effective des 3 projets que sont le Centre de Gestion Agréé, la bourse de sous-traitance et le Centre d'arbitrage de Médiation et de Conciliation, véritables outils d'accompagnement et de développement des entreprises, par la mise en place formelle d'un catalogue de produits et services en adéquation avec les besoins des entreprises.

La Chambre de Commerce ambitionne aussi de mieux tirer parti de son patrimoine. Pour se faire, un audit devra être dressé afin d'en avoir une meilleure connaissance.

La digitalisation de nos services est également un projet que nous ambitionnons à heure ou les technologies de l'information sont de plus en plus vulgarisées.

Sur l'approche genre, nous allons mettre un accent particulier afin de développer conjointement avec la Cellule genre et handicap du Ministère en charge des PME que nous hébergeons, des programmes visant à valoriser l'entrepreneuriat féminin.

Nous allons œuvrer dans le déploiement d'une véritable politique d'accompagnement des jeunes entrepreneurs et des porteurs de projets au sein de la Chambre de Commerce tout en nous appuyant sur les dispositifs déjà existants

Développer la coopération avec les autres chambres-sœurs, mais également avec d'autres partenaires stratégiques au niveau local et international. ●

*Propos recueillis par
Griffin ONDO*

DÉCONFINEZ VOTRE MARQUE



Think different

Studio de Graphisme

+241 - (0)74 - 81 - 92 - 83

► MANAGEMENT

SERGE WILLIAM AKASSAGA OKINDA

Mairie de Libreville : Un édile intérimaire aux performances exceptionnelles.

Étant parvenu à amorcer un changement radical dans le style managérial à la tête de l'Hôtel de Ville de Libreville en seulement trois mois d'intérim, Serge William AKASSAGA OKINDA est sans nul doute un des édiles les plus pragmatiques que la capitale du Gabon ait connu ces dernières années, en témoignent les comptes de l'exercice budgétaire 2020, qui affichaient une performance exceptionnelle de plus de 1,1 milliard de FCFA à la fin de la période d'intérim, ceci en dépit de la Covid-19. Retour sur un trimestre ayant nécessité de profondes réformes de la part du 1er maire adjoint de Libreville, qui croit en la capacité de Mme Christine MBA NDUTUME épouse MIHINDOU d'achever l'œuvre de ses prédécesseurs.





ENOROMI MAGAZINE

Bien que très connu sur la scène politique nationale, quelques-uns de nos lecteurs connaissent encore mal votre parcours. Qui est Serge William AKASSAGA OKINDA?

Serge William AKASSAGA OKINDA

Je voudrais d'abord m'acquitter d'un devoir de bien séance, celui de vous remercier pour la tribune et l'intérêt que vous portez à ma modeste personne.

Cela dit, je suis un acteur politique du deuxième siège du 3e arrondissement de la commune de Libreville.

Je fais mes premiers pas en politique au Centre des libéraux réformateurs (CLR) en 1995, par mon engagement et mon militantisme, je gravis les échelons au sein de cette formation politique, en passant par les fonctions de Délégué CLR 3e, Responsable des jeunes du 3e, membre du directoire donc la plus haute instance du parti, avant de finir par être investi puis élu Maire et président du Conseil municipal du 3e arrondissement de notre capitale.

À la suite de ma démission de cette formation politique, et donc de cette prestigieuse fonction, je rallie les rangs du Parti démocratique gabonais (PDG), pour coller aux aspirations de mon nouvel idéal politique.

Cette formation à laquelle j'adhère totalement depuis lors, permet aujourd'hui mon développement politique, d'asseoir les bases d'une carrière linéaire en la matière. En effet, j'y ai déjà occupé tour à tour des responsabilités et autres fonctions, à l'instar de Secrétaire général adjoint en charge des partis de la Majorité républicaine et sociale pour l'Émergence et actuellement Premier Maire adjoint de la commune de Libreville et par ailleurs membre du Bureau politique pour le compte du deuxième siège du 3e arrondissement.

ENOROMI MAGAZINE

À la suite de l'interpellation puis la mise en détention préventive de Léandre NZUE, vous avez été porté à la tête du Conseil Municipal de Libreville en tant que maire intérimaire, le 16 septembre 2020. Dans quel état avez-vous trouvé l'Institution ?

Serge William AKASSAGA OKINDA

En application des dispositions cumulées des Arrêtés n°0015/MI/PES/CAB.G du 16 septembre 2020, et 0027/MI/PES/CAB-G du 14 décembre 2020 portant respectivement constatation de la vacance provisoire du poste de Maire, désignation d'un intérimaire et prorogation de l'intérim, suivant les prescriptions des articles 32, 89 et 364 de la loi organique 01/2014 du 15 juin 2015 relative à la décentralisation, j'ai été appelé à la gestion transitoire de notre commune.

J'héritais alors d'une institution sur fond de crise financière avec une masse salariale excédentaire de l'ordre des 77% du Budget primitif de la Municipalité, des agents admis à faire valoir leurs droits à la retraite, mais pris en otage par l'effet d'une lourde dette CNSS, pour des amendes et des cotisations retraite non reversées. Tout ceci ponctué par l'arrêt des prestations sociales au profit des agents municipaux, des contrats et/ou protocoles d'accord léonins, toute situation inédite pour notre jeune collectivité qui voyait son image écornée par moult mercuriales.

Ce challenge à nous confié appelait donc aux assises pour une vision partagée de la relance municipale, laquelle par des recommandations fortes et fermes des tutelles administrative et financière, ne concédait au manager ni flexibilité ni état de grâce.

Aussi, parce que parties prenantes et adhérents spontanés à cet élan légitime visant à redorer l'image, la crédibilité, mais encore à éviter un plan social à notre institution, par la modernisation du modèle administratif locale, pour davantage de performance dans la qualité des services offerts aux concitoyens, en impactant positivement leur quotidien et partant notre vivre ensemble.

Le bureau du Conseil municipal de Libreville s'est donc attaché à quelques ajustements via une projection qui appelle un chapelet d'actions préalables sans lesquelles, Libreville ne saurait prétendre à la beauté, à la prospérité, à l'attraction et à la sécurité à l'horizon 2023.

ENOROMI MAGAZINE

Après avoir officier trois mois durant en tant qu'intérimaire, vous avez cédé la place à Eugène MBA, le 4 janvier 2021, au cours d'une cérémonie officielle. Quelle était la situation de la mairie de Libreville au moment où vous quittiez vos fonctions ?

Serge William AKASSAGA OKINDA

La Mairie de Libreville était alors un chantier en phase d'une restructuration profonde sur les plans administratif et financier ; et donc en attente des effets positifs des ajustements qu'il nous a semblé utile de mettre en œuvre avec, entre autres :

- L'audit des effectifs et des emplois ;
- L'audit de la dette fournisseurs et prestataires de services ;
- L'audit de la dette CNSS ;
- L'évaluation anticipée des comptes administratifs et de gestion de l'exercice 2021.

ENOROMI MAGAZINE

Quel a été votre apport dans la lutte contre la gabegie qui semblait régner à l'Hôtel de Ville à votre arrivée,

notamment avec le problème des effectifs pléthoriques au sein de cette institution ?

Serge William AKASSAGA OKINDA

Pour une gestion plus rigoureuse et transparente, il était question :

- De l'application rigoureuse des dispositions réglementaires (Décret 401) et du cadre organique transitoire (Arrêté 28.1), par l'adoption fort opportune et urgente, à la lumière du coût insoutenable de la masse salariale, de la note de service n°10/CL/CAB-ML du 21 septembre 2020, relative à la suspension à titre conservatoire des membres du Cabinet du Maire de Libreville ;
- D'une recommandation ferme, visant au versement sans exclusive de toute forme de recette au trésor municipal ;
- Du retour progressif de certaines attributions régaliennes de la Direction générale du Cadastre, de l'Habitat, des Aménagements urbains, des Transports et des Infrastructures urbains marginalement rétrocédées à l'Inspection générale Municipale, c'est le cas notamment de l'occupation du domaine public communal, de la gestion des sites de chargement et déchargement ;
- De l'installation du régisseur des cimetières à l'Hôtel de Ville, pour une meilleure administration des fonds y relatifs et partant la fin de la gabegie qui avait cours à Lalala ;
- De la réorganisation opérationnelle des brigades de l'Inspection générale Municipale :
 - Organisation à l'Hôtel de Ville, d'une communication de sensibilisation du Procureur de la République, sur la responsabilité personnelle et pénale des agents ;
 - Restructuration des ordres de mission, qui circonscrivent désormais le périmètre d'intervention, et en rouge l'objet spécifique de celle-ci ;
 - Le port obligatoire par les brigades, d'une blouse bleue et d'un badge mettant en évidence le matricule de l'agent contrôleur, pour une identification facile par

l'opérateur économique et partant prévenir et/ou dénoncer les éventuels abus ;

- La mise en circulation d'une nouvelle série de carnets d'encaissement, aux feuillets estampillés d'un code-barre d'authentification, avec des colorations actualisées.
- De la mise à jour de nos participations à l'Association internationale des maires francophones (AIMF) ;
- De l'audit des personnels de la commune de Libreville, en phase avec les recommandations de la tutelle financière, à l'effet de :
 - Dresser un état des lieux sur la nature, le niveau et la qualité des ressources humaines de la Commune ;
 - Parvenir à une maîtrise des effectifs en dotant la Commune d'un fichier des agents fiable ;
 - Créer les conditions d'un redéploiement opportun à une meilleure employabilité.
- Rationaliser les recrutements, pour une adéquation qualification, classification à l'engagement/reclassement, et ancienneté à l'avancement.
- De la mise en place d'une commission ad-hoc, pour l'examen anticipé du compte administratif 2019 et le projet de Budget primitif 2021.
- Le renouvellement complet du dispositif d'éclairage extérieur, parce qu'en proie aux vandales, avec une migration vers un système d'énergie solaire, en cours de livraison ;
- De la mise en place d'une Commission ad-hoc pour l'évaluation de la dette CNSS et de la relance des prestations sociales des agents municipaux ;
- De la Requête auprès de la Présidence de la République et de l'accord acquis, pour l'audit de la dette de la Mairie de Libreville par les commissaires de la taskforce pour le règlement de la dette intérieure.

ENOROMI MAGAZINE

Pensez-vous que la corruption et les détournements de fonds dont ont été soupçonnés certains de vos prédécesseurs et successeurs soient une gangrène incurable à l'Hôtel de Ville ? Sinon, comment ce phénomène peut-il être résorbé, selon vous ?

Serge William AKASSAGA OKINDA

Le traitement de ce que vous qualifiez de gangrène ne saurait relever de l'impossible ou de l'incurable. En effet, avec de la volonté, de la rigueur, des enquêtes de moralité, des contrats d'objectifs et de performances, nous pouvons effectivement mettre la corruption, la gabegie, les détournements et la mal administration financière, hors de l'Hôtel de ville de Libreville.

Et j'en veux pour preuve la lecture des comptes avant et après la période d'interim, qui se passe de toute forme de commentaires ; soit 2.983.545.042 FCFA pour les neuf premiers mois de l'année 2020 et 4.119.994.403 FCFA en décembre 2020 ; soit une performance exceptionnelle de 1.136.449.361 en trois mois, particulièrement en fin d'exercice budgétaire et sous l'impact du Covid-19.

ENOROMI MAGAZINE

Selon vous, le maire actuel, Mme Christine MBA NDUTUME épouse MIHINDOU, peut-elle venir à bout des nombreux problèmes décriés au sein de l'Institution dont elle a acquis la charge, le 14 juillet 2021 ?

Serge William AKASSAGA OKINDA

A l'occasion de sa première prise de parole, Madame le Maire a annoncé je cite : « Ma ferme intention est d'honorer avec humilité, droiture et loyauté, les responsabilités liées à ma charge, tel un maçon mis à l'épreuve pour concourir à la vision communale du Chef de l'État S.E. Ali BONGO ONDIMBA ». Avec une telle détermination et un tel engagement, comment ne pas être l'Édile de la renaissance de notre Commune ?

ENOROMI MAGAZINE

Par ailleurs, quelles seront les principales actions du Conseil Municipal jusqu'au terme de ce mandat tumultueux ?

Serge William AKASSAGA OKINDA

La réponse à cette préoccupation, incombe directement le Bureau du Conseil Municipal, et particulièrement son président. En effet, bien que princi-



Nonobstant le fait que nous devons progressivement tendre vers la création d'une usine de traitement et de valorisation des ordures ménagères, biomédicales et industrielles.

palement orienté vers la continuité des projets prioritairement arrêtés, il n'en demeure pas moins que sa vision reste essentielle, à la nouvelle orientation de notre politique municipale.

ENOROMI MAGAZINE

Quid de la question spécifique de l'insalubrité dans la capitale gabonaise ?

Serge William AKASSAGA OKINDA

Cette problématique est à mon sens l'une des plus essentielles, raison pour laquelle nous ne ménages aucun effort, pour inviter les différents acteurs et/ou parties prenantes, à travailler la main dans la main, à l'adoption et à la mise en œuvre d'une solution durable.

Dans cette perspective, la tutelle des Collectivités locales, la Mairie de Libreville, le Haut-Commissariat à l'Environnement et Clean Africa se doivent de conjuguer les efforts, à l'effet des accords, des contrôles logistiques, opérationnels et de l'effectivité du service fait avant paiement des prestataires à date échue.

ENOROMI MAGAZINE

Adopté à 27,7 milliards de FCFA contre 26,3 milliards en 2020, le budget de la mairie de Libreville permettra-t-il de mener à bien vos différents projets en 2021 ?

Serge William AKASSAGA OKINDA

Pas toujours évident avec 77,78% du budget affecté à la masse salariale. Vous aurez compris qu'il s'agira pour l'essentiel de réduire significativement le poids de la masse salariale, avec notamment :

- La mise à la retraite des agents atteints par la limite d'âge ;
- Échelonner le règlement de la dette CNSS, par une reprise progressive des prestations sociales. ●

enoromi magazine



www.enoromi.com

Suivez nous sur les réseaux sociaux
@Enoromi Magazine





► MANAGEMENT

CHRISTIAN MBINA

AGATOUR, une stratégie pour promouvoir la destination Gabon.

Arrivé à la tête de l'AGATOUR il y a plus de deux ans, Christian MBINA, qui a connu durant plusieurs années le monde médiatique, sait pourtant se faire discret, préférant œuvrer dans l'ombre. Et ça marche plutôt bien, en dépit d'un contexte de crise ayant durement impacté le secteur. Dans le bain depuis plus de 25 ans, le directeur général de l'AGATOUR nous révèle qu'il est un des principaux piliers de la création des parcs nationaux au Gabon.

ENOROMI MAGAZINE

Monsieur le Directeur général, cela fait 28 mois que vous êtes à la tête de l'Agence gabonaise du développement, de la promotion du tourisme et de l'hôtellerie au Gabon (AGATOUR). Comment se porte ce secteur en cette période de crise sanitaire ?

Christian MBINA

Le tourisme est un secteur vital pour un pays, pour la croissance économique et le développement, avec un impact massif sur la création d'emplois, l'investissement et le développement des infrastructures. Malheureusement au moment où nous prenons nos fonctions, le monde entier a été confronté à une urgence sanitaire, sociale et économique sans précédent liée à la pandémie de la COVID-19. Pour le principe de précaution, les voyages et le tourisme ont été parmi les secteurs les plus touchés, sinon le secteur le plus touché, vu l'ampleur des dégâts avec des avions au sol, des aéroports vides, des hôtels et restaurants fermés. Des restrictions de voyage ont été mises en place dans pratiquement tous les pays du monde et le Gabon ne pouvait être épargné. Depuis le 12 mars 2020 date de la détection de notre premier cas positif, la fermeture des motels et des bars, l'instauration du couvre-feu et l'interdiction d'organiser des événements regroupant plus de 10 personnes (mariages, galas, anniversaires, after-work), la fermeture des Parcs nationaux, des Parcs des loisirs, des casinos, toute la chaîne de valeur du tourisme a été gênée dans son activité en induisant un arrêt ou une baisse de fréquentation et du chiffre d'affaires. C'est un secteur en souffrance qui essaie tout doucement de refaire surface à travers des stratégies de relance.

ENOROMI MAGAZINE

Vous êtes arrivés à la tête de l'AGATOUR à la suite d'un management plutôt hyper médiatisé. Vous, vous êtes plutôt discret. Pourquoi ?

Christian MBINA

Je suis connu par certains parce que j'ai eu une expérience avec les médias, mais en réalité seuls ceux qui sont proches de moi me connaissent mieux. La preuve, j'ai longuement travaillé (plus de 25 ans de ma vie) pour la conservation de la nature au Gabon sans faire de bruit, et par cette interview, vous allez sûrement découvrir



que je suis un des principaux piliers de la création des parcs nationaux au Gabon, projet que nous avons mené de 1998 à 2002 puis accompagné ensuite en intégrant l'équipe de direction de l'Agence nationale des parcs nationaux.

Donc, quand le président de la République son Excellence Ali BONGO ONDIMBA me confie cette mission, je comprends la lourde charge et les attentes. C'est tellement important que la cible devant l'objectif n'est ni moi ni l'AGATOUR. La Cible reste le développement du Tourisme, l'innovation, l'identification des acteurs privés, l'organisation des opérateurs, l'implication de tous les partenaires institutionnels transversaux, l'identification et la diversification des produits, la création des circuits touristiques, la définition de la marque Gabon, la promotion du Gabon auprès des investisseurs et des tours opérateurs touristiques internationaux... Le chantier est vaste, d'où cette attitude que vous prenez pour de la discrétion.

De l'autre côté concernant cette institution il y avait une sérieuse organisation administrative à mettre en place pour planifier un management aux normes avec les immatriculations de l'Agence à la CNSS et à la CNAMGS, la mise en place d'un manuel de procédures administratives et financières, la mise en place d'un système informatisé de paie, disposer d'un logiciel

comptable, mettre en place un programme, définir une grille de salaire selon les textes en vigueur, mettre en place un règlement intérieur qui définit les règles relatives à l'hygiène, la sécurité et la discipline sur le lieu de travail, se référer au code de travail pour enfin produire des contrats de travail au personnel de droit privé Mettre en place une organisation administrative aux normes pour un meilleur management de cette institution était le prérequis nécessaire.

ENOROMI MAGAZINE

Vos missions sont parfois confondues avec celles de la direction générale du Tourisme. Pouvez-vous préciser la différence entre ces deux entités ?

Christian MBINA

La différence est claire et simple, la Direction générale du Tourisme a un rôle d'orientation des politiques publiques du tourisme, c'est elle qui construit et propose le cadre légal sur le tourisme, c'est elle qui définit les normes d'exploitation du tourisme et délivre les homologations, titres et agréments, c'est elle qui émet les directives pays et propose au ministre du Tourisme les projets de conventions internationales. L'AGATOUR a pour mission d'assister le Gouvernement dans la mise en œuvre des politiques publiques en matière de développement touristique et de créer un environnement favorable aux

opérateurs du secteur. Elle a notamment en charge la promotion de la destination Gabon par l'entremise de différents supports de communication. L'AGATOUR est un Établissement Public à caractère industriel et commercial (EPIC) avec une autonomie de gestion administrative et financière, mais sous tutelle du Ministère du Tourisme.

ENOROMI MAGAZINE

Le Président de la République a fait du développement du secteur du tourisme une véritable priorité. Mais on a du mal à voir la matérialisation de cette vision. Qu'est-ce qui coince ?

Christian MBINA

Ce qui coince c'est la prise en compte du tourisme comme un secteur transversal à tous les autres secteurs. En effet, ce n'est pas le Management du Tourisme (ministère, et ses directions générales et l'AGATOUR) qui peut seul développer le tourisme au Gabon. Le tourisme est intersectoriel, pour son développement, il faut qu'il soit pris en compte dans toutes les politiques de développement sectoriel. Cette prise en compte est essentielle dans les politiques de développement des infrastructures (routes, aéroports, ports, etc.), dans les politiques économiques (taxes de voyages, aéroportuaires, carburant, billets d'avion, taxes de séjour, etc.), dans les politiques du mi-

nistère de l'Intérieur (facilitation des visas, accueil et offres des services de sécurité ...), dans les politiques du transport (développement des compagnies aériennes intérieures, compagnie nationale, facilitation des vols privés...), dans le développement des structures sanitaires, dans les politiques d'aménagement du territoire, etc.

Le tourisme est intersectoriel d'ailleurs, la Loi sur le Tourisme qui vient d'être promulguée prévoit pour cela un Conseil national du tourisme qui serait une entité dans laquelle se retrouveraient tous ces acteurs sectoriels pour harmoniser le développement du tourisme et établir un vrai plan de développement du Tourisme, outil essentiel au pilotage de ce secteur. Comme les professionnels du tourisme le disent souvent : « par le Tourisme, un pays se développe, et un pays développé attire les touristes ». C'est un cercle vertueux.

ENOROMI MAGAZINE

Quel est votre plan d'action pour rendre plus dynamique et efficient le développement du secteur touristique au Gabon ?

Christian MBINA

Le secteur du tourisme au Gabon a du potentiel pour se redresser après la crise de la Covid-19 et surtout de se hisser parmi les principaux secteurs contributeurs à la création de richesses et d'emplois au Gabon. Cette crise peut aussi offrir une occasion inédite de reconfigurer ce secteur pour en assurer une croissance plus rapide et durable avec comme priorités l'inclusivité, la durabilité et la responsabilité.

Notre plan d'action est défini dans une stratégie de relance post-Covid-19 qui s'étalera sur les quatre ans à venir pour entraîner une croissance vigoureuse et inclusive qui va absorber progressivement, les difficultés rencontrées par les opérateurs pendant la crise.

Il s'articule autour de 3 composantes :

1. Le renforcement des institutions et l'accroissement de la résilience: ce pilier vise d'une part à aider les administrations et les entreprises touristiques à adapter leurs services pour satisfaire aux conditions de travail post-COVID-19 en termes de santé publique, d'hygiène et de réta-

blissement de la confiance des consommateurs, et d'autre part à promouvoir la gouvernance du tourisme, les partenariats public-privé et les efforts de collaboration pour la relance, c'est ce que nous avons débuté avec la mise en place d'un protocole sanitaire pour les hôtels et les restaurants, la participation au dispositif de quarantaine des voyageurs internationaux et d'autres actions futures pour rassurer les voyageurs . Avec cette crise, il est devenu de plus en plus évident que, pour améliorer la compétitivité et la durabilité du tourisme, un processus de collaboration solide s'impose entre un large éventail d'organisations du secteur public, du secteur privé et de la société civile qui peuvent peser sur l'impact du secteur ou qui sont touchées par celui-ci. En temps de crise, la nécessité d'une telle collaboration devient encore plus manifeste. Il s'agit de faire en sorte que toutes les organisations s'unissent en un front commun et regroupent leurs forces pour atténuer l'impact de la crise et accélérer la reprise, pour accroître la résilience des entreprises touristiques qui doivent adapter leurs modèles de gestion à de nouvelles réalités.

2. La création d'une offre touristique innovante et attractive en encourageant le tourisme local et régional, ce qui va nous emmener à évaluer les habitudes de voyage des touristes nationaux et résidents, et identifier les produits et les destinations du pays particulièrement attractif. Il s'agit aussi d'accroître la compétitivité des voyages internes et intra régionaux par une amélioration de la connectivité et une plus grande facilitation des voyages pour proposer des circuits plus larges incluant nos voisins dans le circuit comme avec les éléphants sur les plages et les gorilles de Loango au Gabon, les plages aux eaux bleues de Sao Tomé et les forêts luxuriantes d'Odzala au Congo. C'est dans cette composante que nous travaillons aussi sur la mise en place des offices locaux du tourisme qui sont pour nous un moteur catalyseur du développement social, économique de nos provinces. Atteindre cet objectif implique d'entrer dans l'accélération de la diversification de l'économie tant attendue, par un soutien massif et multiforme des autres secteurs prioritaires au tourisme, mais également de mener des réformes en profondeur visant l'amélioration de l'employabilité des jeunes. C'est aussi pour nous, de doter les

populations et les groupes les plus vulnérables, des capacités voulues pour développer de nouveaux produits touristiques à l'appui aux zones rurales et aux populations défavorisées.

3. Le développement d'une stratégie marketing et promotion. Comme vous l'avez sûrement remarqué, au plus fort de la crise de la COVID-19, nous avons choisi de reporter ou de réduire notre campagne de promotion internationale. Par conséquent, pendant la phase de relance, il conviendra pour nous de mener des activités commerciales ciblées, notamment pour renforcer la confiance envers notre destination et attirer les marchés prioritaires offrant de bonnes perspectives. Dans une première phase en nous basant sur la composante 2 présentée plus haut, qui est celle de favoriser le tourisme interne et le tourisme intra régional. Vous avez, vu la manière dont la crise a affecté la demande et les tendances en matière de voyages, nous sommes obligés de réviser nos scénarios de croissance et nos marchés prioritaires, pour adapter les activités promotionnelles projetées en fonction des ressources disponibles et de la nouvelle réalité de l'industrie du tourisme et des voyages.

Évidemment, nous avons évalué la façon dont les outils de marketing numériques sont utilisés pour promouvoir le tourisme interne et international et examiner ce qui pourrait être mieux mis à profit pour promouvoir la destination. Nous avons mis en place le site web : www.discovergabontourism.com que nous complétons quotidiennement à chaque retour des visiteurs et nous finalisons la marque Gabon : « Discover Gabon The Last Eden » qui est en étroite ligne avec les engagements du Gabon dans sa politique de durabilité, son leadership en conservation de nos forêts, mais aussi dans la politique diplomatique que le Président de la République porte ces derniers temps à travers ses derniers périple dans le monde comme à la COP 26 à Glasgow.

En ce qui concerne, les activités contenues dans ces composantes, il s'agit aussi bien d'activités de longue durée et de grande envergure, comme l'élaboration de nouvelles stratégies, que d'activités relativement courtes et axées sur un thème spécifique, comme le conseil et la formation sur des sujets choisis.

Management

ENOROMI MAGAZINE

Quelles sont les projets prioritaires sur lesquels vous travaillez avec vos équipes pour atteindre les objectifs qui vous ont été assignés ?

Christian MBINA

Pour nous tous les projets sont prioritaires et contenus dans les trois composantes que nous venons de vous présenter.

Nous définissons nos activités comme des projets. Nous travaillons donc avec les opérateurs sur l'amélioration des protocoles sanitaires. Nous développons notre site web pour créer la visibilité du Gabon dans le monde. Nous créons un branding de la destination pour nous positionner sur le marché concurrentiel international. Nous développons l'offre touristique interne avec notamment le City tour de Libreville. Nous travaillons sur les statuts des différents offices de tourisme locaux en attendant le décret qui les reconnaît officiellement. Nous ouvrons des bureaux d'information tourisme pour apporter l'information touristique aux usagers. Nous encourageons les opérateurs artisanaux et avons aménagé une première galerie d'exposition de leurs produits à Libreville. Nous accompagnons les opérateurs dans leur visibilité et la visibilité de leurs produits.

Nous travaillons en étroite collaboration avec les Parcs nationaux pour accompagner les investisseurs pour l'implantation de lodges. Grâce à ces projets de lodges, le Gabon, où le tourisme est encore balbutiant, espère attirer 100 000 visiteurs par an dans le moyen et haut de gamme. Comme vous le savez, l'écotourisme est en effet l'un des piliers du Plan stratégique Gabon émergent. Le pays prévoit de générer grâce aux activités de ce secteur 25 milliards de francs CFA, soit environ 38 millions d'euros, d'ici 2025.

ENOROMI MAGAZINE

Comment intégrez-vous les opérateurs privés de votre secteur dans votre projet de gestion ? Existient-ils des plateformes d'échanges qui permettent des synergies entre le public et le privé dans le secteur du tourisme ?

Christian MBINA

Dans la composante 1 de notre plan d'action, je vous ai expliqué comment il était



devenu de plus en plus évident d'améliorer la compétitivité et la durabilité du tourisme, par un renforcement de collaborations solides entre les organisations du secteur public, du secteur privé et même de la société civile pour atténuer l'impact de la crise et accélérer la reprise. En arrivant à la tête de l'AGATOUR, nous avons trouvé certains secteurs de la chaîne de valeur déjà organisés comme la fédération gabonaise des agences de tourisme (FEGAT), qui regroupe la grande majorité des agences de tourisme du Gabon, le Club Tourisme Libreville (CTL) qui regroupe, les compagnies aériennes, les hôteliers, les restaurateurs et quelques agences, Go To Gabon, etc.

Nous avons pris avec nous d'organiser les guides en Syndicat d'initiatives des guides professionnels du tourisme (qui est bien une association et non un syndicat), et d'organiser l'association des cuisiniers gabonais, nous sommes donc progressivement en train d'organiser les différentes corporations contenues dans la classification internationale des activités touristiques (CITAT) qui prend en compte toutes les activités de la chaîne de valeurs du tourisme pour un meilleur suivi. Dans notre philosophie, le partenariat public-privé pour la relance du tourisme doit être renforcé à tous les niveaux : local, national et voire même intra régional. En prenant l'exemple du niveau local, les organismes de gestion des destinations comme les offices locaux de tourisme, une fois mis en place, peuvent jouer un rôle de premier plan en réunissant les multiples parties prenantes afin de les aider à coordonner et à entreprendre

des actions communes pour promouvoir leurs destinations et aider à la promotion et au développement du le tourisme au Gabon.

ENOROMI MAGAZINE

La « marque Gabon » a du mal à être présente à l'international. Il revient généralement qu'il n'y a pas d'interface efficace pour avoir accès à l'information sur la destination Gabon. Comment comptez-vous y remédier ?

Christian MBINA

Nous avons pris le dicton de Al Ries et Laura Ries au sérieux quand ils disent dans The 22 immutable laws of branding: « Brand is a perception in the prospects' mind » ce qui veut dire : « La marque est une perception dans l'esprit des prospects. »

Vous savez, le Gabon est plein d'âme, coloré et divers, avec un patrimoine culturel et des attractions naturelles uniques. Tout cela doit être exploité dans le cadre d'une identité pays afin de construire une image de destination crédible et attrayante. La marque Gabon doit être la synthèse des caractéristiques et des atouts hétérogènes de chaque paysage, chaque village, chaque ville et province, qui s'intègrent dans une marque nationale autonome véhiculant un message commun fondé sur des valeurs communes et partagées.

Il faut un narratif magnifique derrière une marque qui doit l'être tout autant pour un pays extraordinaire et regorgeant tant de richesses et d'attraits. Pour beaucoup, qu'ils soient spécialistes ou non,

la marque se résume encore à l'identité visuelle - nom, logo, design, emballage, etc. -, et dans la plupart des cas, elle est réduite à la composante esthétique et à l'identité visuelle d'une organisation. Le concept de marque d'un pays a évolué pour signifier la résonance émotionnelle comme quand il s'agit d'un produit ou d'un service. La marque d'un pays, dans son ensemble, est informée par trois tendances mondiales, à savoir : l'individualisme, la mondialisation et les expériences symboliques. À l'instar des marques des autres pays africains, qui ont pris de l'avance, le Gabon pourrait présenter divers « flagship » produits, expériences et valeurs, sous la forme d'une multidestination, afin d'attirer les voyageurs potentiels et de faire connaître ce pays en tant que destination unique.

Chez les autres, il s'agit d'attractions touristiques emblématiques telles que les chutes Victoria (Zambie et Zimbabwe), la montagne de la Table, le parc national Kruger (Limpopo / Mpumalanga, Afrique du Sud), le mont Kilimandjaro (Tanzanie), la grande migration dans le Maasai Mara (Kenya / Tanzanie), les châteaux d'Elmina et de Cape Coast (Ghana), les safaris (Botswana / Kenya), le trekking des gorilles (Rwanda / Ouganda) et de nombreuses destinations balnéaires (Cabo Verde, Maurice, Seychelles ou Zanzibar), pour n'en citer que quelques-unes. Chez nous, toutes ces attractions peuvent se développer à une échelle plus restreinte, le Gabon est un paradis, je le confirme.

C'est pourquoi nous semblons lents, mais ce que nous sommes en train de produire va être reconnu et accepté par tous les Gabonais. Il s'agit de la marque pays, de l'image du Gabon, du positionnement du Gabon comme produit touristique et destination internationale qui va challenger ceux qui ont 200 ans voir 300 ans d'avance sur nous. Notre pays est magique, magique et a du potentiel pour être une destination de qualité.

ENOROMI MAGAZINE

Une bonne stratégie marketing pays est essentielle si l'on veut promouvoir la « marque Gabon ». Avez-vous élaboré un plan d'action allant dans ce sens ?

Christian MBINA

Oui, bien sûr notre plan d'action réside dans ce qui a été défini par le document

de politique principal qui est le PSGE, dans ce document, la vision du Gabon pour le tourisme à l'horizon 2025 est que : « Le Gabon soit la première destination pour l'écotourisme en Afrique Centrale et une destination phare du tourisme d'affaires et événementiel (BTMICE) en Afrique » qui prévoyait déjà de recevoir 500 000 touristes en 2025 si nous n'avions pas eu la crise covid.

En suivant nos objectifs, il est essentiel de :

- Devenir compétitif et bien positionner le Gabon sur le marché du tourisme mondial et continuer à croître à long terme.
- Développer une perception positive du Gabon sur le marché international, régional et national, le Gabon est un pays aux multiples facettes qui peut porter un superbe narratif, avec un bon storytelling.
- Mettre en place des outils de gouvernance, un professionnalisme et une image de marque du secteur tourisme gabonais consolidés au niveau international, avec des professionnels et acteurs du secteur touristique possédant une formation de qualité.
- Brander une marque positive qui sait se vendre.

ENOROMI MAGAZINE

Lors d'une de vos sorties médiatiques vous annonciez la mise en place d'office de tourisme dans les collectivités locales. De quoi s'agit-il concrètement, et où en sommes-nous ?

Christian MBINA

En effet, dans le Plan Stratégique Gabon Émergent (PSGE), le secteur du tourisme a été ciblé par les plus hautes autorités comme l'un des secteurs prioritaires susceptibles de contribuer significativement à la diversification de l'économie gabonaise jusqu'ici essentiellement centrée sur les industries extractives (pétrole, mines, etc.). Ainsi, pour un déploiement efficace de la politique touristique, dans le cadre de la stratégie globale de développement économique et social, il est d'une impérieuse nécessité, de mettre en

place des structures de développement et/ou de promotion du tourisme, en tenant compte des spécificités de chaque localité. Or, force est de constater la quasi-inexistence de ces relais, permettant d'animer le tourisme au niveau local, ce qui représente un frein important dans la vision de développement de ce secteur et ne favorise pas, par la même occasion, l'essor économique des localités ni l'amélioration des conditions de vie des populations.

Pour répondre à cette problématique, l'Agatour, dans son rôle de catalyseur de la Destination Gabon, propose la création et l'opérationnalisation des offices de tourisme locaux. L'agence veut ainsi impulser le développement et la production économique et touristique au sein des collectivités territoriales, ce serait aussi un exemple intersectoriel entre le ministère du Tourisme et le ministère de la Décentralisation, chargé du Développement des territoires, ce d'autant plus que seules ces collectivités sont habilitées à créer les offices de tourisme.

Aussi, au regard de la crise sanitaire mondiale actuelle, le développement et la promotion du tourisme domestique deviennent un impératif stratégique, car, en plus d'être porteur d'opportunités de développement pour l'économie locale en particulier et nationale en général, le tourisme domestique va jouer un rôle essentiel dans la relance de ce secteur d'activités, et la création des offices locaux de tourisme en constitue une des étapes.

La mise en place des offices locaux de tourisme vient renforcer une volonté de porter le développement du tourisme vers les territoires afin de garantir un essor certain du tourisme domestique et consolider le développement économique des territoires. En outre, ce projet d'envergure va permettre une meilleure valorisation des richesses naturelle, culturelle, historique et du patrimoine de chaque territoire à travers des offres de produits touristiques de qualité et répondant à la demande nationale et internationale. À ce jour, nous avons déjà aidé 5 conseils départementaux volontaires à rédiger les statuts de leurs offices, nous avons fait des missions de terrain, nous sommes en attente de la promulgation du décret pour mieux élaborer ce projet avec les collectivités.

ENOROMI MAGAZINE

Actualité oblige, le secteur du tourisme est encore fortement touché par la crise liée à la COVID-19. Les opérateurs de ce secteur sont aux abois ? Un plan de relance est-il en réflexion pour soulager ces chefs d'entreprises et sauver les milliers d'emplois qu'il génère ?

Christian MBINA

Dès que la crise est arrivée, un guichet d'assistance a été mis en place par le Ministère du Tourisme pour soutenir les opérateurs économiques du secteur touristique (Hôtels, bars, restaurants, Cafés et assimilés) impactés par la crise de la Covid. L'objectif était d'informer toutes les personnes morales et physiques du secteur touristique sur toutes les mesures d'accompagnements prises par le gouvernement de la République.

Beaucoup de mesures d'accompagnements avaient été prises par le gouver-

nement, mais plusieurs entreprises n'ont pas pu avoir accès à ce soutien pour des défaillances documentaires et ne répondaient pas aux règles instituées, d'où l'importance d'être constitué légalement et d'être en règle avec l'administration. Mais nous avons trouvé heureusement d'autres méthodes d'accompagnement que nous vous avons énuméré ci-dessus.

ENOROMI MAGAZINE

Le Gabon participe depuis le 1er octobre, et ce jusqu'au 31 mars 2022, à l'exposition universelle de Dubaï. Quel est rôle de l'AGATOUR dans cet événement ?

Christian MBINA

Le Gabon est présent à l'Exposition universelle de Dubaï. Notre pavillon est remarquable et bien positionné, il présente l'âme du Gabon, ses diverses couleurs, son patrimoine culturel et ses attractions naturelles uniques. Actuellement il draine

par jour pas moins de 1000 visiteurs. Vu que tout le monde ne peut pas faire le déplacement pour aller faire sa promotion sur place, nous sommes en train de concevoir avec tous les acteurs et promoteurs du tourisme gabonais, une application sous forme QR Code qui peut être flashée par téléphone et qui donnera des informations sur tous les opérateurs qui ont souhaité être référencé dans la plateforme. C'est d'ailleurs l'occasion pour moi ici d'inviter tous les acteurs faisant parti de la chaîne de valeur du tourisme de se faire identifier auprès de l'AGATOUR et voir l'opportunité de mettre son activité en lumière pour aider à créer cette attractivité de notre destination. Pour plus d'information sur le pavillon Gabon à l'expo Dubaï 2020 :

<https://www.expo2020dubai.com/fr/understanding-expo/participants/country-pavilions/gabon>

ENOROMI MAGAZINE
Qui est Christian MBINA ?**Christian MBINA**

Je suis actuellement, le Directeur général de l'Agence gabonaise de développement et de promotion du tourisme et de l'hôtellerie depuis deux ans, après avoir été Directeur technique de l'Agence Nationale des Parcs Nationaux du Gabon pendant près de 10 ans. J'ai plus de 25 années d'expérience dans les domaines de l'expédition en nature, de l'écotourisme, de la découverte et de la Conservation des écosystèmes particuliers du Gabon et du bassin du Congo et j'ai parcouru ou visité plus de 30 pays à travers le monde dans ce cadre professionnel.

Une expérience professionnelle avec la Wildlife Conservation Society (WCS) en Afrique et le Fonds mondial pour la nature (WWF) m'a aidé à réaliser l'évaluation des sites classés qui sont aujourd'hui des parcs nationaux au Gabon avec mes équipes dans toutes les forêts du Gabon sac à dos à dormir sous tente pendant toute cette période. Des collaborations dans la production de plusieurs articles scien-

tifiques publiés dans The Journal of Applied Ecology and Conservation et dans le journal scientifique The Nature.

Je suis un des Gabonais précurseurs dans la mise en place des méthodes de gestion forestière, ce qui m'a fait accompagner l'entreprise Rougier Gabon dans ses certifications ISO 14001 et FSC en 2008.

J'ai participé à la vulgarisation des principes environnementaux avec les premières ONG environnementales créées au Gabon par mes amis et moi, « les amis du Pangolin » qui éditait le journal « le cri du Pangolin » et l'ONG « Aventures Sans Frontières ». J'ai participé à des films documentaires avec Yann Arthus-Bertrand (vue du ciel numéro 13 ; Les Héros de la Nature) et écrit dans plusieurs journaux locaux.

- Je suis en attente de la remise de mon MBA en Gestion des Organisations ;

- Je suis Ingénieur en Écologie, et gestion de la biodiversité, titulaire d'un diplôme de Master Sciences, Tech-

nologies, Santé ; Mention Biologie, Géosciences, Agro ressources et Environnement : Spécialité Écologie Fonctionnelle et Développement durable de l'Université des Sciences et Techniques de Montpellier II en France.

- J'ai une Licence en Agriculture de l'École Supérieure d'Agriculture d'Angers, option Gestion et Protection de la Nature, spécialité Gestion des milieux naturels.

Marié et père de 4 magnifiques enfants

J'aime, je protège, valorise et défends depuis toujours le potentiel du Gabon en matière de découvertes et de rencontres. Je crois en cette terre unique au monde en ses richesses culturelles et naturelles et j'aspire à partager les expériences touristiques extraordinaires qu'elle procure avec le plus grand nombre. ●

Propos recueillis par
Christian BOUA



comunik

Chaque Expérience est *unik*

Communication d'Influence et Corporate, Studio Graphique et Événementiel



Communication d'Influence

Conseil en communication personnelle et en stratégie d'influence des dirigeants.



Communication Corporate

Nous développons votre audience pour vous offrir un réseau qualitatif et important.



Studio Graphique

Nous révélons le contenu génétique de l'entreprise à travers l'ensemble des supports physiques et pixel



Événementiel

Plus qu'une simple boîte événementielle, Com'Unik est une source d'idées originales et de prestations de qualité.

+241 66 97 84 27 | 77 26 05 09

✉ commercial@comunik.info | christian@comunik.info | www.comunik.info

📱 🌐 📧 @ComUnik



► MANAGEMENT

EUGENIA ONYEKWELU

**UBA est restée résiliente
face aux effets néfastes
de la pandémie.**

Bénéficiant d'une solide expérience dans le monde de la finance et de la banque depuis une vingtaine d'années, Eugenia ONYEKWELU a été nommée Directrice générale de la filiale gabonaise de la United Bank of Africa (UBA), en remplacement de Chioma MANG. Alors que toutes les entreprises du monde sont impactées par la crise liée à la Covid-19, la patronne nous livre la stratégie mise en place par UBA pour contrer les effets pervers de cette maladie aussi bien pour la boîte dont elle a la charge que pour son personnel.

ENOROMI MAGAZINE

Vous êtes arrivée à la tête de la filiale gabonaise d'UBA en pleine crise sanitaire. Huit mois après le début de la pandémie, quelle est la situation de votre Banque ?

Eugenia ONYEKWELU

La pandémie de la covid-19 a fait naviguer le monde entier sur des eaux exceptionnellement difficiles et inexplorées, et ceci dans tous les secteurs de l'économie. Cela a créé un résultat sans précédent - la « nouvelle norme ». En effet, les perturbations économiques et sociales causées par la pandémie sont dévastatrices et le secteur financier n'en est pas épargné. Les tensions se font ressentir tout aussi bien au niveau des banques qu'au niveau de leurs clients sans oublier les pays dans lesquels elles opèrent, car le volume d'affaires a été affecté. Cependant, il y a aussi eu un fort impact positif de la pandémie qui a suscité la migration de manière très drastique des transactions vers les canaux numériques. Nous avons observé une croissance phénoménale en termes d'adaptation aux canaux numériques. En effet, les clients qui jusqu'à présent ne montraient pas d'intérêt pour le digital demandent désormais que celui-ci soit un canal intégré. Nous avons également pu observer l'accélération de l'inclusion financière.

Chez UBA, la pandémie a orienté nos énergies vers une manière plus créative de faire des affaires, nous nous sommes adaptés à un nouveau mode de travail. Nous avons mis à profit nos talents afin d'améliorer nos capacités numériques et, surtout, mis davantage l'accent sur le service et la migration des clients vers les plateformes numériques. Je dirai que dans l'ensemble, UBA est restée résiliente face aux effets néfastes de la pandémie.

ENOROMI MAGAZINE

Le coronavirus a conduit les banques vers la dématérialisation des services plus tôt que prévu. Quelles sont les initiatives que vous avez engagées dans ce sens pour faire face à la situation ? De manière générale, comment gérez-vous la crise ?

Eugenia ONYEKWELU

UBA est une institution financière résolument tournée vers le digital. Le contexte sanitaire mondial actuel n'a fait que nous conforter dans ce positionnement. Nous n'avons jamais cessé de développer de nouvelles manières d'opérer, de telle sorte que les transactions bancaires soient plus simples, flexibles et meilleures. C'est la raison pour laquelle la banque investit considérablement dans les solutions basées sur les nouvelles technologies. Nos produits numériques donnent à nos clients un accès illimité et sécurisé à leurs comptes ou à leurs fonds, à tout moment et en tout lieu. C'est-à-dire, sur leurs ordinateurs, tablettes numériques, Smartphones ou tout autre appareil mobile, et même dans les magasins / commerce de détail situés dans leurs quartiers respectifs.

Par conséquent, le changement du comportement des clients qui s'est opéré du jour au lendemain face au télétravail et l'interaction à distance, en raison de la pandémie et du confinement ne nous a pas surpris. Nous sommes allés de l'avant et avons déployé des terminaux et émis des cartes qui incluent la fonctionnalité "sans contact" (technologie NFC) qui promeuvent le « paiement sans contact » dans le sens où le client n'est au contact d'aucun terminal de paiement durant ses transactions. C'est une initiative futuriste de notre part, vis-à-vis de l'entrée en vigueur des dernières technologies dans notre pays.

Nous proposons donc un large panel de solutions à l'instar de Leo le Chatbot disponible sur Facebook et WhatsApp, le Push and Pull, le USSD, le TPE Cash-out, l'application Mobile Banking et de l'interface Internet Banking qui s'adaptent aux besoins et habitudes de consommation de nos clients et offrent la possibilité de gérer et garder un œil sur leur(s) compte(s) et/ou leur carte Visa Prépayée UBA Gabon en tout temps et en tout lieu. Nous travaillons constamment à l'amélioration de nos offres de solutions digitales, en tenant compte de l'évolution des besoins implicites et explicites de notre clientèle.

ENOROMI MAGAZINE

UBA a soutenu les efforts des autorités gabonaises pour faire face à la Covid-19. À ce jour, la politique est à la relance de l'économie. Quelles dispositions sont les vôtres pour accompagner cette politique ?

Eugenia ONYEKWELU

En effet, dans un élan de générosité et de soutien au Gouvernement gabonais dans la riposte à la Covid-19, notre institution a fait, en mars dernier, un don visant à faire face à la pandémie en participant à la sécurité des Gabonais et de l'ensemble de la population. UBA Gabon est résolument impliqué dans la politique de relance de l'économie mise en place par les autorités gabonaises.

C'est dans cette optique que nous avons, en ce début d'année, accepté la proposition du ministre du Commerce, des Petites et Moyennes Entreprises et de l'Industrie, visant à associer le PNUD pour la campagne 2021 du Programme TEF afin d'encourager et de financer l'entrepreneuriat local et de booster par la même occasion la croissance économique. Nous avons également, dans ce



difficile, pensé au portefeuille de notre clientèle en maximisant son accès au crédit afin de leur permettre de réaliser leur objectif.

La poursuite de la digitalisation de nos services est en outre une stratégie majeure que nous allons continuer de développer afin de permettre à nos clients d'effectuer leurs transactions de façon plus autonome. Nous allons à cet effet, initier de nouveaux partenariats aussi bien pour la distribution de nos produits, que pour la gestion de nos services, l'objectif étant bien entendu, de diversifier les points de transactions afin de faciliter les opérations de notre clientèle.

Nos actions s'appuient également sur le renforcement du maillage de nos agences dans le Grand-Libreville et dans l'arrière-pays. Ceci permettra de nous rapprocher davantage de notre clientèle grandissante et de désengorger les agences existantes en offrant à nos clients, la possibilité de se tourner vers des sites de proximité, plus proches de leur lieu de vie. Évidemment, cette dernière action citée va aussi permettre la création d'emplois pour la jeunesse gabonaise.

ENOROMI MAGAZINE

Dotée d'une expérience avérée dans le monde de la finance et de la banque, quelles sont vos ambitions pour le développement d'UBA au Gabon ?

Eugenia ONYEKWELU

Mon équipe et moi sommes dans un voyage passionnant appelé « l'expérience client » ; qui a pour but ultime de placer le client au centre de notre stratégie : le client d'abord.

Nous allons leur fournir d'excellents services bancaires sur la base de leurs attentes et surtout un suivi personnalisé et individualisé. Pour y parvenir, nous tirerons le meilleur de nos procédures, notre technologie et de nos employés. Nous ne pouvons que vous inviter à suivre de près nos actions dans ce sens.

ENOROMI MAGAZINE

De l'ensemble du secteur, quels risques de crise bancaire après la Covid-19 ? Quelles sont vos provisions en prévention de ces risques ?

Eugenia ONYEKWELU

L'épidémie du Covid-19 a eu un effet considérable sur les vies, les entreprises et les économies du monde entier. La pandémie a provoqué un effondrement mondial des activités économiques et l'épidémie représente un défi majeur pour la plupart des économies. Partout dans le monde, le secteur bancaire en ressent les effets, mais l'impact de la pandémie variera d'une organisation à l'autre en fonction de leur résilience, de leur niveau d'exposition, de leur répartition géographique, etc.

Le secteur bancaire dans le monde va connaître des changements durables sur la gestion des risques tels que le risque crédit, le risque de marché, le risque de liquidité et le risque opérationnel. La qualité du crédit et des garanties dans certains secteurs pourrait être affectée négativement, il pourrait y avoir un resserrement des liquidités dans certains domaines, l'appétit pour le risque pour les investissements pourrait être affecté.

Les changements dans le modèle de travail qui ont conduit à une plus grande dépendance à la technologie pourraient entraîner de nouveaux domaines de risque dont les cybermenaces.

Dans l'anticipation de l'impact de la pandémie, les institutions financières et les régulateurs ont engagé des actions pour renforcer le secteur financier et couvrir ces risques. La mise en place d'un mode de test de résistance robuste et la mise en œuvre de systèmes de cyber sécurité, la refonte du plan de continuité des activités pour maintenir la résilience opérationnelle, le renforcement du contrôle interne, etc. La mise en œuvre de ces actions va fortement contribuer grandement à faire face à ces risques. ●

*Propos recueillis par
Séif MOSTLEY*

Conseil Gabonais des Chargeurs

1971 - 2021

ans



Au service des **Importateurs** et **Exportateurs**

RAJOUTER DE LA

PUISSANCE

À VOTRE **MOTEUR**



GAB OIL