

# Economie+ Gabon

*Chopard & Ciribelli*  
chopardciribelli@live.fr

Possibilité de ventes privées sur rendez-vous

BALIME & MERCIER  
Hôtel Laïko Okoumé Palace  
73 26 19 - 73 21 85 - Poste 0149 - 03 30 00 33 - Fax : 74 29 07

Dior

## Institutions de Bretton Woods

Retour sur la réunion annuelle du duo régulateur de l'économie mondiale : la Banque mondiale et le Fonds monétaire international, encore sous le coup d'une crise financière qui a bousculé quelques certitudes. **Lire p. 24**

LE PÉRIODIQUE DES DIRIGEANTS ET LEADERS D'OPINION - LE PÉRIODIQUE DES DIRIGEANTS ET LEADERS D'OPINION - LE PÉRIODIQUE DES DIRIGEANTS ET LEADERS D'OP

## L'ESSENTIEL

### LASER

## Coaching de commerciaux



Leur rôle est crucial pour booster les résultats de l'entreprise. Motivation, gestion du stress, stratégies personnelles et renforcement de la cohésion des équipes... Suite de notre dossier initié le mois dernier pour continuer à analyser le meilleur moyen d'accroître leur chiffre d'affaires.

**Lire p. 8**

### SECTEUR

## Le secteur bancaire

Avec neuf banques et six établissements financiers spécialisés, l'activité bancaire gabonaise fait preuve d'un dynamisme croissant. Selon le ministère de l'Economie, les établissements gabonais ont même affiché le meilleur résultat de l'ensemble de la zone Cemac. Des résultats encourageants dans un contexte économique mondial morose.

**Lire p. 16**

### EMPLOI/FORMATION

## Le Process Communication



Une approche des liens interrelationnels qui a été développée par la Nasa en 1976, alors confrontée à la nécessité de garantir un minimum de cohésion au sein des équipes d'astronautes lors de leurs missions dans l'espace. Transposée dans l'activité professionnelle au sein d'une entreprise, elle permet de mieux se connaître, pour mieux appréhender son prochain.

**Lire p. 18**

### IMMOBILIER

## Assurance habitation : comment ça marche ?



Passage en revue des différents aspects relatifs à ce type de garantie. Obligations du propriétaire et du locataire, type de sinistre pris en compte, protection des biens mobiliers, couverture contre le vol... Eléments de réponses concernant ce type d'assurance qui peut parfois se révéler providentiel.

**Lire p. 20**

1 000 FCFA

Joyeuses fêtes

One people, One beer!

## Le marché des assurances au Gabon

# Un secteur prometteur

Quatrième de la zone franc, le marché gabonais des assurances affiche de très bons résultats et promet de belles perspectives de croissance. Les recettes du secteur constituent un levier de taille pour financer le développement économique du pays, alors que se profile à l'horizon l'expansion régionale des leaders nationaux.

**DOSSIER**

**Lire p. 10**

100% LIGUE 1

AVATAR

L'AGE DE GLACE 3

MICHAEL JACKSON THIS IS IT

CANALSAT

EXAUCÉ TOUS VOS VŒUX !

DECODEUR A 49 900 FCFA

+ PARABOLE OFFERTE

CANALSAT HORIZONS

### MÉDIAS

## Africa N°1 Paris

Lorsque l'antenne parisienne de la radio panafricaine basée à Libreville a commencé à émettre en 1981, on était loin de s'imaginer l'incroyable feuilleton qui a présidé à sa destinée. Soumise à une législation qui l'a amenée à ne posséder qu'une part minoritaire du capital et face aux différentes modifications que celui-ci a connu, Africa N°1 se retrouve reléguée au second plan de sa filiale et un peu perdue dans l'océan radiophonique français. Le nom même de la radio, déposé en 2008 à l'Institut national de la propriété industrielle à Paris, semble ne plus lui appartenir. La voix de l'Afrique est aujourd'hui bien loin de ses origines...

**Lire p. 22**

**Géant CKdo**

**Bonnes fetes**

**HORAIRES**  
DU LUNDI AU JEUDI  
DE 8H30 A 12H30 ET DE 15H A 20H  
LE VENDREDI DE 8H30 A 21H  
SANS INTERRUPTION  
LE SAMEDI DE 8H30 A 20H  
SANS INTERRUPTION

GRUPE  
CECA GADIS

Géant  
CKdo

## EDITO

Bienvenue dans ce dernier *Gabon Eco +* de l'année. Depuis notre premier numéro, nous nous sommes efforcés de mettre en exergue les forces vives de l'activité économique gabonaise à travers les femmes et les hommes qui, quotidiennement, lui confèrent son dynamisme. Forte de son existence récente, notre publication est portée par l'enthousiasme propre à la jeunesse, avec la marge de progression que cela suppose et, surtout, l'envie constante de proposer des sujets dignes de votre intérêt. Un travail collectif réalisé grâce à des journalistes proches du terrain, conscients des enjeux qu'ils abordent et que nous espérons voir de plus en plus nombreux au sein de la rédaction.

Au menu de ce numéro de fête, un éclairage sur deux fers de lance du secteur tertiaire : les assurances et les banques. Le secteur des assurances au Gabon, l'un des plus anciens de l'Afrique subsaharienne, occupe la quatrième place de la zone franc et présente une marge de croissance importante. La politique de soutien au secteur et l'innovation des acteurs de ce marché – soucieux de développer des produits encore plus adaptés aux besoins de la population – devraient permettre de confirmer ces bons résultats. Les banques de la place ont, quant à elles, réalisé les meilleures performances de l'ensemble de la zone Cemac, dans un contexte concurrentiel de plus en plus marqué, ceci pour le plus grand avantage de leurs clientèles. A ne pas manquer non plus, le bilan annuel de la Banque mondiale et du FMI – dits « Institutions de Bretton Woods » – qui dresse le panorama d'une économie mondiale marquée par une reprise encore bien fragile, et surtout inégale. Signe des temps ? C'est le continent africain, souvent passé sous les fourches Caudines des grands décideurs de l'économie mondiale, qui fait aujourd'hui figure de bon élève – particulièrement les pays d'Afrique subsaharienne – avec des taux de croissance plus qu'encourageants et une excellente capacité de résilience face à cette crise qui a tant ébranlé les grandes nations...

Nous espérons que ces fêtes de fin d'année seront synonymes de bonheur pour vous et vos proches, et nous serons très heureux de vous retrouver en 2011 !  
Bonne lecture et à bientôt.

JEAN-PIERRE PONT

**UBA**  
United Bank for Africa

**UBA Africash**  
L'Afrique... Unie par un service de transfert d'argent

- Transfert d'argent en temps réel
- Paiement en monnaie locale ou en devises

DÉJÀ DISPONIBLE DANS TOUTES LES AGENCES UBA À TRAVERS LE MONDE...

Afrique • Londres • New York • Paris

www.ubagroup.com Africa's global bank

## Sommaire

### Laser

|  |      |
|--|------|
| Olam renforce son partenariat avec le Gabon        | p. 4 |
| Téléphonie mobile : Airtel pose sa marque          | p. 6 |
| Fin du casse-tête chinois pour Plysorol ?          | p. 7 |
| Coaching de commerciaux                            | p. 8 |
| Pétrole : le gré à gré plutôt que l'appel d'offres | p. 9 |

### Dossier : Assurances

|   |       |
|---|-------|
| Le marché des assurances au Gabon : un secteur prometteur | p. 10 |
| Les chiffres du marché africain de l'assurance            | p. 14 |

### Secteur : Banque

|                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| Un marché financier très convoité | p. 16 |
| UBA : dynamisme et innovation     | p. 17 |

### Emploi/Formation

|   |       |
|---|-------|
| Process Communication : mieux se connaître et mieux connaître l'autre | p. 18 |
|---|-------|

### Immobilier

|  |       |
|--|-------|
| Assurance habitation : comment ça marche ? | p. 20 |
|--|-------|

### Médias

|   |       |
|---|-------|
| Africa N°1 Paris, la voix de l'Afrique loin de ses origines | p. 22 |
|---|-------|

### Afrique

|  |       |
|--|-------|
| Bretton Woods : un automne rythmé par les réformes | p. 24 |
|--|-------|

### Rencontre

|  |       |
|--|-------|
| Ida Andagui, une pionnière du secteur touristique gabonais | p. 28 |
|--|-------|

### Conso

|  |       |
|--|-------|
| Le champagne, symbole de fête et de joie             | p. 30 |
| Le panier de la ménagère                             | p. 31 |
| Voyage d'affaires : Conakry, le souffle de la Guinée | p. 32 |
| Les bonnes tables d' <i>Economie Gabon +</i>         | p. 33 |
| L'iPhone 4 tient le haut du pavé                     | p. 34 |

### RÉDACTION

Directeur de la rédaction : Philippe Chandezon  
+241 05 31 70 00  
Mail : pchandezon@yahoo.fr  
Secrétaire général de la rédaction : Didier Bras  
Rédacteur en chef : Nelto Nargongar  
+241 07 41 26 42  
Rédacteur en chef adjoint : Johann Freixas  
+241 07 97 02 55  
Directeur artistique : Jean-Noël Dubois  
Maquettistes : Aurélie Landeau et Nathalie Pointlanc

On a participé à ce numéro : Stéphane Amani, Jean-Marc Decara, Diego Essandone, Jean Ken Atone, Prosper Koffi, Dorcas Manou Lasme-Adou, Nelto Nargo, Anne Ophélie, Christiane Reveno.  
Crédit photos : Afrikimage.com

### GESTION ET ADMINISTRATION

Directeur de la publication : Jean-Pierre Pont.  
Assistante administrative et commerciale : Viviane Obembe : 07 17 39 41

Chef de publicité Gabon : Laure Chatelier  
+241 07 47 74 77 - Mail : laurechatelier@hotmail.com

Régie internationale : MOBILITY MEDIA AGENCY :  
+33 6 83 14 43 08

### INFORMATIONS LÉGALES

MOBILITY MEDIA AFRICA : Sarl au capital de 20.000.000 FCFA  
RCM N°2010B09428 - Numéro statistique : 071619 R  
Gérant : Philippe CHANDEZON +241 05 31 70 00 pchandezon@yahoo.fr  
Siège social : immeuble BICP, BP 4562 Libreville Gabon  
Editeur de : ECONOMIE GABON +  
Révisé de déclaration de constitution d'un organe de presse :  
N°0165/MCPEN/SG/DCOM du 3 Juin 2010  
Site Internet : www.economie-gabon.com (responsable : Prune Pont-Benoit)  
Impression : Groupe RICCIBONO 115, chemin des Valettes, 83490 Le Muy, France  
Tirage : 10 000 exemplaires

## COOPÉRATION

# Olam renforce son partenariat avec le Gabon

Un contrat de 1,536 milliard de dollars vient d'être signé entre l'Etat gabonais et le groupe singapourien Olam. Cet accord devrait permettre de créer 10 000 emplois et servir de levier pour d'autres investissements.

Cette convention qui vient d'être signée a été paraphée, pour la partie gabonaise, par les ministres Magloire Ngambia, en charge de l'Economie, du Commerce et du Tourisme, et son homologue des Mines, du Pétrole et des Hydrocarbures, Julien Nkoghe Bekale. Le groupe Olam apporte dans cette joint-venture une participation propre de 80% du montant global de ce projet qui concerne le développement de la culture du palmier à huile et d'engrais ammoniac urée au Gabon.

Gagan Gupta, directeur général de Gabon Advance, filiale gabonaise d'Olam International Limited, a précisé à travers un communiqué publié par le Groupe le 16 octobre à Libreville qu'à « l'horizon 2014, quelque 200 000 hectares de palmiers à huile auront été plantés pour une production annuelle prévisionnelle d'un million de tonnes d'huile de palme ». A noter que 30% de ces plantations appartiendront aux Gabonais.

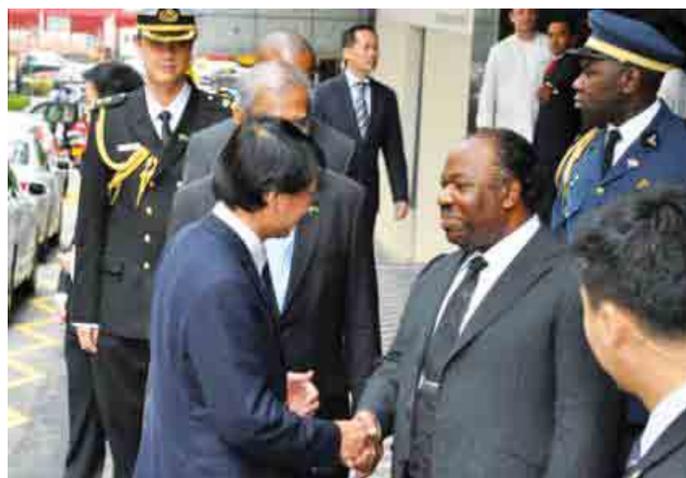
#### Des débouchés quasiment acquis

Le complexe d'engrais ammoniac-urée, dont le début des opérations est fixé au premier semestre 2014, aura quant à lui une capacité de production totale

de 2 200 tonnes métriques d'ammoniac et 3 850 tonnes d'urée par jour pendant l'exercice financier 2015, soit une production totale de 1,3 million de tonnes métriques d'urée par an. Le groupe Olam a promis de garantir l'achat de ces produits chimiques. Le groupe singapourien dispose en effet de plus de 10 000 clients disséminés à travers plus de 55 marchés dans le monde qui constitueront des débouchés sûrs pouvant absorber la future production gabonaise d'engrais.

Ce contrat vient compléter celui signé en octobre dernier, portant sur un montant de 394 milliards de francs CFA pour le développement de la culture du palmier à huile. Le Gabon, qui veut devenir le premier producteur africain d'huile de palme, s'est lancé dès le mois d'octobre dans l'augmentation des plantations de

palmiers à huile sur des centaines de milliers de kilomètres carrés. Il s'agissait là d'une première phase du projet consistant, dans un premier temps, à cultiver 50 000 hectares de palmeraies dans la région de Lambaréné, au centre du pays. Cette phase nécessitait un investissement d'environ de 98 milliards de francs CFA, soit 200 millions de dollars américains, et elle devrait créer 700 emplois directs, indiquait le com-



Satisfait des retombées attendues pour le développement économique du pays, le président Ali Bongo a profité de son séjour à Singapour pour évoquer d'autres types de partenariat avec le fonds qui gère les investissements directs du gouvernement singapourien.

munié du 16 octobre. La seconde phase du projet, qui débutera en 2013, concernera la plantation de 150 000 hectares de palmiers à huile entre les villes de Tchibanga et Mayumba pour 295 milliards de francs CFA, soit 600 millions de dollars américains. Le Gabon et Singapour développent par ailleurs un immense projet de création d'une zone économique spéciale située à Nkok à une vingtaine de kilomètres de Libreville. Ce projet, destiné à accueillir des industries de transformation de bois, est également conduit par Olam.

#### Un partenaire de choix

D'autres perspectives économiques sont à entrevoir entre le Gabon et Singapour au regard des premiers échanges qui ont eu lieu durant ce séjour singapourien entre le président Ali Bongo Ondimba et Mr S. Dhanabalan, président du fonds souverain Tamasek Holdings. Ce fonds détient et gère les investissements directs du gouvernement singapourien, tant au niveau national qu'international. Il gère

ainsi un portefeuille de 186 milliards de dollars (près de 50 000 milliards de francs CFA), concentré principalement en Asie et à Singapour. Tamasek Holdings est ouvert à un partenariat avec le Gabon en termes de transfert de savoir-faire, d'investissements divers dans ses domaines d'intervention : services financiers, télécommunications, médias et technologies, transports et industries, énergie et ressources, immobilier, sciences de la vie...

Créé en 1989, Olam International est basé à Singapour. Avec une présence directe dans près de soixante pays, ce groupe gère des chaînes d'approvisionnement de vingt produits agricoles et des ingrédients alimentaires. Il fournit ainsi des dizaines de milliers clients à travers le monde. En 2010, le groupe singapourien a assuré l'approvisionnement de ses produits (émanant de plus de 56 pays producteurs) et les a commercialisés dans le monde grâce à un effectif global de 8 000 salariés issus de 56 nationalités.

ANNE OPHELE

MATERIEL INDUSTRIEL, PETROLIER TRAVAUX PUBLICS

B.P. : 186 Libreville - Tel : (241) 72.17.27-72.18.70 - Fax : (241) 74 18 89 - E-mail : societemiag@inet.ga

# Parce que le FRET est aussi notre métier



**GABON** logistics  
AIRLINES

Direction Fret 44 25 15 - Fax 44 25 16 • Représentation Port-Gentil 05 93 80 23 - Fax 56 49 01

[www.gabonairlines.com](http://www.gabonairlines.com)

# Airtel pose sa marque

TÉLÉPHONIE MOBILE

Au Gabon, le noir et violet de Zain a fait place au rouge d'Airtel. Ni fanfare ni trompettes, pourtant, à Libreville. Un peu plus de deux ans après le majestueux *rebranding* de Zain, en août 2008, Airtel arrive avec un nouveau style, moins tape-à-l'œil certes, mais tout aussi prometteur. Le groupe indien Bharti Airtel semble en effet vouloir apporter au continent africain un nouveau style de management, peut-être une des clés des portes de l'émergence que le Gabon entend franchir. Ce changement de dénomination et de couleurs, le deuxième en deux ans, constitue un défi stratégique de taille et intervient en plein cœur de la poussée concurrentielle consécutive à l'arrivée, début 2010, du quatrième opérateur de téléphonie mobile du pays. Lors de sa tournée africaine en juin dernier, le directeur du groupe avait annoncé à Libreville qu'Airtel débloquerait plus de 50 milliards de francs CFA d'investissements au Gabon pour améliorer l'offre de la téléphonie mobile dans le pays. Ce fut également le premier opérateur du pays à casser les coûts de communication en maintenant l'offre promotionnelle de la Coupe du monde de football avec la tarification à la seconde. Dans la foulée, les trois concurrents étaient également passés à la seconde avec des prix similaires, opérant une baisse généralisée des coûts de la téléphonie mobile au Gabon.

**Le 19 novembre dernier, Zain, le premier opérateur de téléphonie mobile du pays est devenu Airtel. Neuf mois après le rachat des opérations africaines de l'opérateur koweïtien, l'indien Airtel impose ses couleurs sur le continent, avec de nouveaux moyens, mais surtout avec de nouvelles valeurs.**

Tanzanie, Amani du Kenya, Fally Ipupa de RDC, 4X4 de Zambie, Navio d'Ouganda et Movaizhaleine du Gabon. Pour leur première réalisation, les huit artistes se sont envolés à Chicago pour enregistrer une chanson et tourner un vidéo-clip avec R Kelly, la star américaine. De retour de Chicago, le groupe Movaizhaleine était présent pour parler du projet, dont les bénéfices seront reversés au fonds pour l'éducation créé par le groupe Bharti Airtel. Au Gabon, les recettes de ce projet artistique initié par Airtel permettront la rénovation et la construction d'écoles dans le pays, notamment en zone rurale. Lors de son entretien en août dernier avec le président Ali Bongo, le directeur général adjoint du groupe indien, Manoj Kohli, avait commencé à aborder les projets sociaux d'Airtel dans le domaine de l'éducation. « *Nous voulons aller dans les villages pour aider les enfants les plus pauvres à aller à l'école* », avait-il lors déclaré.



## Musique et social

Dans la soirée du 19 novembre, Airtel a présenté au Tout-Libreville entrepreneurial et institutionnel la nouvelle marque, ainsi que sa politique de gestion et d'expansion. Le lendemain, 20 novembre, la presse a été conviée à une conférence de presse pour la présentation de la première initiative sociale du groupe en Afrique. Pour l'occasion, Airtel a donné le ton en présentant le projet ONE 8, qui réunit huit stars africaines de la musique. Ce collectif – managé par le département africain de Sony Music, Rockstar 4000 – regroupe 2Face du Nigeria, Alikiba de

La première localité à bénéficier de ce projet devrait être Oyane 4, un village situé sur la route nationale en quittant Libreville, où l'école publique sera entièrement rénovée. « *Nous menons des projets de rénovation et d'adoption. Car il ne s'agit de construire des bâtiments qui pourront ensuite être abandonnés faute de personnel, ou faute de matériel. Nous allons prendre en charge la rénovation de l'école depuis la construction des bâtiments, jusqu'aux fournitures des élèves* », a expliqué le directeur commercial, Salia Gbane.

DIEGO ESSANDONE

**pour moi, la liberté signifie voyager**

**airtel**

Pour nous, cela veut dire le Réseau Unique : un service exceptionnel disponible dans 16 pays. Le réseau Unique te permet de passer tes appels aux tarifs locaux. **Bon voyage, Aline !**

www.airtel.com

BOIS

# Fin du casse-tête chinois pour Plysorol ?

Après deux années chaotiques avec le repreneur chinois Guohua Zhang, l'ex-leader européen du contreplaqué devrait reprendre des couleurs avec l'arrivée du nouveau patron libanais, Ghassan Bitar, qui semble avoir misé la part du lion sur les deux filiales gabonaises, Pogab et Leroy Gabon.



Le feuilleton judiciaire de Plysorol a trouvé son épilogue le 11 octobre dernier au tribunal de commerce de Lisieux, dans l'ouest de la France, qui a enfin accepté l'offre de reprise de la société ghanéenne à capitaux libanais, John Bitar & Co. Evincé depuis deux ans en raison d'un plan social jugé trop dur, Ghassan Bitar (le fils) a finalement été accueilli en messie par les quelque 500 employés présents sur les trois sites de production en France. Pour ceux qui restent, ce sont de colossaux investissements (3 millions d'euros pour le seul site de Lisieux) qui ont été annoncés par l'industriel libanais afin de moderniser la chaîne de production et maintenir la compétitivité. Pour ceux qui partent, Ghassan Bitar a proposé aux autorités françaises la cession d'une grande parcelle inutilisée du siège de Lisieux, dont la vente pourrait permettre de financer le plan social des licenciés. Mais non content d'avoir de manqué de clairvoyance dans l'appui porté au précédent repreneur, Guohua Zhang, contre lequel des procédures judiciaires ont finalement été entamées pour abus de biens sociaux, les autorités françaises refusent encore de faire recours au Fonds d'aide et de garantie (FAGA) pour avancer les fonds nécessaires au licenciement de 150 des 222 employés du site de Lisieux. Pour Bertrand Terreux, consultant en intelligence économique et président du site « IE Love PME.com », cette affaire soulève un autre problème : « *Ce qui m'inquiète, c'est de voir que le gouvernement français n'a pas détecté l'importance de ces 600 000 hectares de bois rares au Gabon. A peu près la superficie de Hongkong !* », s'exclame-t-il.

**Pour Ghassan Bitar, ce n'est pas dans l'Hexagone, mais bien au Gabon que se trouve le salut de Plysorol.**

## Des créations d'emplois prévues

Pour les 275 employés gabonais, l'industriel a également promis de « *mettre en place un plan d'aménagement afin de certifier le bois, renforcer l'investissement avec l'achat de nouveaux matériels, améliorer les conditions de travail du personnel sur le plan social et renforcer le transfert des technologies via la formation* ». Poussé par l'interdiction d'exportation des grumes en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010, le plan de développement de Pogab et Leroy Gabon devrait permettre l'embauche de 1 000 employés supplémentaires, en réintégrant notamment les travailleurs licenciés depuis les soubresauts nationaux de la filière bois et la gestion chaotique de l'équipe dirigeante chinoise. Pourtant, l'industriel chinois n'en a pas démordu si facilement pour autant, et jusqu'au début du mois de novembre, il continuait de revendiquer des droits sur les deux filiales gabonaises du groupe. Mais la Cour d'appel de Libreville a confirmé à cet effet le 10 novembre que le repreneur libanais pouvait bel et bien désormais exploiter les forêts gabonaises à partir de ces deux usines locales, en plein droit.

DIEGO ESSANDONE

# Coaching de commerciaux



**Après avoir ouvert ce dossier le mois dernier, nous continuons notre analyse du meilleur moyen d'accroître le chiffre d'affaires généré par les commerciaux.**

nagement reposant sur la pression auprès d'une équipe de commerciaux qui manque de moyens (véhicules, technologie, aspects financiers...) risque d'entacher la motivation et peut conduire à perdre des commerciaux talentueux, attirés dès lors par la concurrence. Une bonne dose de pression conjuguée à de multiples *incentives* et récompenses est le cocktail qui marche le mieux.

#### Négliger les *Incentives* pécuniaires

Et oui... c'est le nerf de la guerre. Le psychologue Abraham Maslow décrit même ce rapport comme un besoin physiologique. Il vaut mieux que les commissions soient conformes aux efforts fournis. Dans les conditions actuelles, c'est une sécurité pour le commercial comme pour l'entreprise.

#### Manque de compétences clés pour réussir dans la vente

Puis enfin, comment ne pas aborder la question des compétences clés, qui manquent à beaucoup de commerciaux. Ce qui provoque un *turn-over* élevé sur le marché. On arrache les hauts potentiels et hommes d'expérience au confrère parce qu'il est de plus en plus difficile d'en trouver ailleurs, et sûrement pas chez la majorité des jeunes diplômés. Ces compétences tant recherchées peuvent être acquises et développées à partir de plans de formation/coaching méticuleusement

préparés. Le graphique ci-dessous, produit par l'Association américaine des professionnels de la vente (UPSA), donne un aperçu de ces compétences (du haut vers le bas, par degré d'importance). Elles vous seront utiles dans la conception d'un plan de formation pour vos commerciaux.

- **SERVICE CLIENTELE** : capacité à satisfaire et à retenir les clients acquis.
- **RELATIONNEL** : atouts dans les relations interpersonnelles.
- **COMPÉTENCE EN VENTE** : bonne pratique des techniques de vente.
- **GESTION DES OPPORTUNITÉS** : capacité à détecter les opportunités et à en tirer le meilleur profit.
- **CONNAISSANCE DU BUSINESS** : familiarité au secteur d'activité.
- **CONNAISSANCE DU PRODUIT** : maîtrise des plus et des moins du produit.
- **DEVELOPPEMENT PERSONNEL** : bonne disposition à s'améliorer et volonté de changer pour le mieux.
- **GESTION EFFICACE DU TEMPS** : bonne aptitude en organisation.
- **MAÎTRISE TECHNOLOGIQUE** : utilisation courante des outils informatiques et technologiques.

Alors, à vous de jouer !

**DORCAS MANOU LASME-ADOU,**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE IMPROOV  
dorcac-adou@improovprogramme.com



Comme nous l'avons vu dans le précédent numéro de *Gabon Eco +*, les performances des commerciaux peuvent être réellement bonifiées dès lors que les sociétés ont les capacités de déceler les facteurs qui participent de manière négative à l'accomplissement de leurs fonctions. Voici six nouveaux pièges à éviter.

#### Combattre la démotivation

Une force de vente démotivée, c'est un bulldozer sans carburant. Équipez-le autant que vous le souhaitez, assignez-lui le meilleur chauffeur de la planète, si la démotivation est au rendez-vous, il ne bougera pas. Plusieurs causes peuvent conduire des commerciaux à être démotivés : manque d'*incentives* financières proportionnelles aux efforts fournis, disproportion entre les résultats escomptés et les moyens mis à disposition, attitude d'un directeur commercial incapable de reconnaître, voire d'apprécier le travail des commerciaux de son équipe...

#### Vaincre l'inertie

Souvent, la complexité et la densité des stratégies de vente, bien que clairement définies, communiquées et validées par tous les managers, intimident les commerciaux

(*front office*). Ceux-ci, inconsciemment, demeurent dans une inertie due à l'appréhension face à l'énormité du travail à abattre. Celle-ci peut souvent être combattue par certaines mesures motivantes qui ont marché chez quelques-uns : communication sur les opinions des clients (forum clients, sondages d'opinions...), initiation d'un challenge des meilleures pratiques au cours duquel tous les commerciaux seront impliqués dans le partage des stratégies personnelles utilisées afin d'accroître leur efficacité.

#### Conflits et division au sein de l'équipe de vente

Lorsque des clans, des tensions ou des conflits naissants s'installent dans une équipe de vente, la priorité doit être à la résolution prompte de ceux-ci. Plus ils perdurent, plus ils se compliquent et deviennent compliqués à résoudre. Des *teambuilding* réguliers peuvent se révéler efficaces dans la résolution de ce type de problème.

#### Stress et pression excessive

Oui, la pression comporte des aspects positifs. Mais il est nécessaire que celle-ci aille de pair avec la capacité de confier des moyens adaptés pour atteindre les objectifs fixés. Maintenir un style de ma-

## PÉTROLE

# Le gré à gré plutôt que l'appel d'offres

Initialement prévu en mai 2010, l'appel d'offres du gouvernement gabonais concernant l'exploration pétrolière en off-shore profond et ultraprofond a été reporté en octobre, puis repoussé *sine die*, avant d'être définitivement déclassé au profit des négociations directes avec les compagnies pétrolières intéressées.



Epilogue de ce feuilleton sur l'exploration pétrolière en off-shore profond et ultraprofond, les négociations se feront directement avec les sociétés concernées. En outre, celles-ci ne porteront plus seulement sur les 42 blocs initialement prévus, mais sur l'ensemble du bassin sédimentaire. Une décision qui vise, selon le ministre du Pétrole, à négocier au mieux les intérêts du pays.

Pour justifier la décision prise par les autorités gabonaises, Guy Martial Mbeang Mba, conseiller du ministre du Pétrole Julien Nkoghe Békale, a confié à l'AFP que « le Gabon veut négocier au mieux de ses intérêts. Après réflexion, il est plus avantageux de négocier directement avec toutes les sociétés intéressées », précisant que les négociations porteront sur tout le bassin sédimentaire et non plus sur les 42 blocs d'une superficie de 108 000 km<sup>2</sup>. L'annonce a été faite le 8 novembre dernier en Afrique du Sud où se tenait la conférence internationale sur le pétrole, dénommée « Africa Upstream ». Le ministre gabonais du Pétrole, Julien Nkoghe Békale, a ainsi expliqué « les 42 blocs qui étaient concernés par l'appel d'offres sont ouverts à toutes les sociétés et feront l'objet de négociations directes avec celles qui souhaitent explorer notre bassin sédimentaire ».

#### Vers une refonte de l'environnement législatif et fiscal

Des sources proches du dossier assurent que le Gabon préfère instaurer préalablement un nouveau texte législatif, le Code des hydrocarbures, et mettre sur pied la « Gabon Oil Company », une nouvelle société nationale qui devra contrôler les participations de l'Etat dans les sociétés pétrolières et gérer l'exploration, l'exploitation et la distribution. Ces deux préalables devraient voir le jour très prochainement. S'étant notamment entretenu avec les représentants des majors pétrolières américaines Chevron, Exxon et Anadarko, et la brésilienne Petrobras, Julien Nkoghe Békale a en effet expliqué, dans le discours prononcé lors de l'Africa Upstream, au Cap, qu'« en vue de promouvoir la recherche dans ces zones dites frontalières, le gouvernement envisage d'offrir pour l'exploration de son bassin profond et très profond un environnement institu-

tionnel, législatif et fiscal plus attractif, compétitif et sécurisé ». Avant d'ajouter, plein d'optimisme : « Nous estimons que le potentiel rémanent dans les 42 blocs de l'off-shore profond et très profond serait nettement plus important que les "3,5 milliards de barils" déjà produits. C'est [...] dire que les perspectives du bassin sédimentaire gabonais restent toujours prometteuses. »

#### Des questions en suspens

Le recours au gré à gré comme mode de vente des 42 blocs pétroliers au détriment de l'appel d'offres annoncé n'a pas manqué de susciter des suspicions et une levée de boucliers au sein de la société civile gabonaise. C'est ainsi

que le 11 novembre, lors d'une conférence de presse animée par des acteurs de la société civile et des ONG, Marc Ona Essangui, président de l'ONG Brainforest, a laissé entendre que « le gré à gré est à l'origine d'un certain nombre de contrats qui sont dénoncés aujourd'hui », précisant que « le fait de ne pas rendre public un certain nombre de contrats fait en sorte que la suspicion persiste [...] Quand il y a gré à gré, il y a davantage l'introduction de clauses de confidentialité. Ce sont les clauses de confidentialité qui sont à l'origine aujourd'hui de tous les débats autour du domaine pétrolier ».

Le coordonnateur de la branche gabonaise de « Publiez ce que vous payez » (PCVP), Georges Mpaga, estime quant à lui que cette décision peut compromettre les efforts déployés par le Gabon dans le cadre de ses engagements vis-à-vis de l'Initiative pour la transparence des industries extractives (ITIE), une organisation dont le pays est membre depuis 2004.

#### Des attentes en ce qui concerne la stratégie gouvernementale

Selon un spécialiste local de la finance, le marché de gré à gré se caractérise par l'allègement des réglementations en comparaison à un marché réglementé. C'est en effet un marché inorganisé et non structuré, avec des risques de contrepartie du fait de l'absence d'une chambre de compensation. Les transactions sont directement négociées entre le vendeur et l'acheteur potentiel avec une seule base de négociation qui détermine tout : le prix. Le gré à gré comporte cependant bien des avantages. Sa simplicité et sa souplesse favorisent notamment la promotion et l'expansion des transactions commerciales et des flux de capitaux ou de devises entre les entités en présence, sans être obligé de passer par des institutions réglementaires ou des marchés organisés.

De même, ce système de gré à gré permet d'avoir plus d'acheteurs potentiels et il est connu que les prix de vente de ce système de négociation sont généralement plus élevés (de 5 à 10%) que dans un appel d'offres ou toute autre vente publique. Pour couper court, Marc Ona Essangui, le président de l'ONG Brainforest, a invité le gouvernement gabonais à communiquer davantage sur sa stratégie avant d'engager les négociations avec les sociétés pétrolières. Des sources proches du dossier indiquent que ces négociations pourraient démarrer durant le premier trimestre 2011.

**Un nouveau texte législatif est prévu, ainsi que la création de la Gabon Oil Company, société nationale qui contrôlera les participations de l'Etat dans les sociétés pétrolières.**

# Le marché des assurances au Gabon

## Un secteur prometteur (suite de la p.1)



Selon les professionnels du secteur, l'assurance est encore trop considérée par le citoyen africain comme un luxe auquel il est difficile d'accéder. Au Gabon, se pose également le problème de l'étroitesse du marché, mais cette réalité est cependant compensée par le poids important de la moyenne des primes collectées par habitant.

Le marché gabonais des assurances est parmi les plus anciens de l'Afrique subsaharienne. « Le premier contrat d'assurance qui a été souscrit couvrant un risque sur ce qui est aujourd'hui le Gabon – donc l'ancien territoire français – remonte à 1938, avec les premières pistes d'exploration pétrolière », raconte Andrew Crépin Gwodock, directeur général d'Ogar Vie et premier vice-président de la Fédération gabonaise des sociétés d'assurances (Fegasa). C'est à cette époque que les premiers agents généraux s'installent, avec les premières compagnies de courtage, et impulsent le besoin de créer sur place des compagnies d'assurances. Dans les années 1970, la réunion de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (Cnuced) recommande aux jeunes Etats de développer certains secteurs porteurs comme la banque et les assurances. C'est alors que dans la plupart des anciennes colonies françaises, notamment au Gabon, seront créées des sociétés d'assurances à capitaux nationaux. Mais il faudra attendre 1980 pour que le secteur connaisse une première avancée significative avec la mise en place du Code des assurances de la Conférence interafricaine des marchés d'assurances (Cima). Passé cette étape,

les acteurs du secteur vont se pencher sur le moyen d'unifier le marché de l'assurance dans la zone ayant en partage le franc CFA. Au Gabon, « c'est un marché créé, à l'origine, par les intermédiaires d'assurances, ce qui explique pourquoi près de 50% du marché est aujourd'hui détenu par les intermédiaires qui placent ces contrats d'assurances auprès des compagnies », explique M. Gwodock.

### Un marché dominé par les filiales internationales

Au Gabon, le secteur de l'assurance est exploité par huit sociétés agréées, dont trois spécialisées dans l'assurance-vie (Ogar-Vie, UAG Vie et NSIA Vie Gabon), et cinq dans les Transports-incendie-accident-risque Divers (TIARD), aussi appelée branche non-vie (Ogar, Axa, Assinco, NSIA Gabon, Colina Assurances Gabon). Sur ces huit compagnies d'assurances exerçant sur le marché, il y en a deux qui n'appartiennent pas à un groupe multinational, à savoir le Groupe Ogar (anciennement Alliance et AGF) et Assinco. Les autres compagnies sont des filiales de grands groupes internationaux d'assurances, comme NSIA Banques et Assurances, Colina, qui vient d'être racheté par un groupe marocain, ou UAG Vie, filiale du groupe Sunu. La distribution est assurée par 22 courtiers, un

agent général et une quarantaine d'autres intermédiaires. En 2006, l'industrie de l'assurance employait un effectif de 322 personnes, alors qu'en 2009, le secteur comptait déjà un effectif de 408 employés (+26%), dont 170 cadres, 98 agents de maîtrise et 140 employés.

La branche la plus importante est sans conteste celle de la TIARD, qui s'adapte plus de 85% des parts de marché avec plus de 62 milliards de primes émises en 2009, dont près d'un tiers revient à l'assurance automobile. En 2009, les Gabonais auront globalement assuré leurs automobiles à hauteur de 18,7 milliards de francs CFA. En seconde position, on trouve les transports aériens, maritimes et autres, qui ont attiré l'année dernière 15,9 milliards de francs CFA. Les assurances incendies arrivent ensuite avec 11,2 milliards FCFA de primes émises en 2009. La couverture maladie, quant à elle, a dû se contenter d'un peu plus de 9 milliards de francs CFA collectés sur l'exercice écoulé.

**Le marché est essentiellement dominé par les compagnies d'assurance de dommages, avec 85% des parts, contre 15% pour les compagnies d'assurance-vie.**

### Des produits qui doivent prendre en compte des besoins spécifiques

Comme sur les autres marchés de la Cima, les assureurs gabonais sont confrontés au manque de culture d'assurance des populations. « L'assurance n'est pas très vulgarisée parce que ce n'est pas le réflexe premier du citoyen africain. On pense à l'assurance après, on considère encore l'assurance comme un luxe auquel ne peut accéder qu'une certaine catégorie de la population », indique M. Gwodock. Effectivement, sur le terrain,

Pour la branche Vie, en 2009, environ 12,3 milliards de francs CFA de primes ont été émis, dont plus de la moitié (6,3 milliards FCFA) pour la capitalisation, et environ un tiers (4 milliards FCFA) pour les assurances en cas de décès.

### Des assurances contractées pour leur caractère obligatoire

Malgré une démographie faible, le marché gabonais se place aujourd'hui en quatrième position dans la zone franc, avec près de 75 milliards de francs CFA de primes émises chaque année. Mais le marché est essentiellement dominé par les compagnies d'assurances de dommages, qui occupent près de 85% des parts, contre 15% pour les compagnies d'assurance-vie. Sur ces deux branches, le Groupe Ogar se positionne largement comme leader avec un peu plus de 40% des parts de marché. « Le réflexe premier de chacun d'entre nous c'est de prendre une assurance de dommage, du fait de l'obligation de la loi, notamment pour ce qui est de l'assurance-automobile. Il y a aussi tout ce qui concerne les grands travaux, parce que c'est obligatoire dans le secteur. En assurance-vie c'est différent. Il n'y a aucune obligation d'assurance, à l'exception des assurances vie requises pour l'octroi d'un crédit auprès des banques. Mais l'assurance-vie est toujours une assurance volontaire. Les compagnies d'assurance-vie ont été les dernières à être créées, puisque ce n'est qu'en 1988, afin de compléter son offre d'assurance sur le marché, qu'Ogar crée Ogarvie », explique Andrew Crépin Gwodock. Statistiquement dans la zone Cima, l'assurance-vie est le parent pauvre du marché, contrairement au marché européen des assurances où les compagnies d'assurance-vie sont les plus florissantes. De mémoire d'assureur, en Afrique subsaharienne ce sont toujours les compagnies de dommages qui ont été à l'origine de la création des compagnies d'assurance-vie, mais jamais l'inverse.

très peu de gens connaissent l'offre et le fonctionnement des assurances. C'est le cas à Libreville, et encore plus dans l'arrière-pays. Au sein du Groupe Ogar, un vaste plan a été mis en branle pour améliorer la communication et la proximité avec les populations. Des espaces conseils ont été créés dans les zones excentrées de Libreville, notamment au PK9 et à Owendo, puis à Port-Gentil d'ici fin janvier 2011. « La politique de proximité mise en place par le Groupe Ogar a pour objectif la satisfaction du client, avec des produits proposés désormais en réponse à des besoins spécifiques. (...) Aujourd'hui, le maître mot c'est l'innovation », martèle M. Gwodock. Réunis du 10 au 13 novembre à Lagos, au Nigeria, les membres de l'Organisation des assurances africaines (OAA) ont notamment soulevé ce problème car les compagnies africaines continuent de vendre des produits standardisés qui ne sont pas toujours adaptés aux besoins des populations. « Il faut que l'assurance réponde à un besoin précis », insiste le directeur général d'Ogarvie. En plus des espaces conseils, le groupe se positionne pour le développement de la micro-assurance. « Les femmes qui travaillent au marché ont la possibilité d'épargner, même à hauteur de 500 francs CFA par jour, imaginez ce que cela peut représenter sur une semaine. Il y a effectivement des poches de clientèle qui ne sont pas touchées par les assureurs. Nous devons faire montre d'ingéniosité pour aller vers ces gens et leur apporter la couverture sociale dont ils ont besoin », explique le dynamique DG de l'Ogarvie. « L'assurance est faite pour venir en aide aux populations, c'est notre mission première. Collecter l'épargne pour permettre à l'Etat et aux opérateurs économiques de financer l'économie. Or, si cette épargne reste dans les bas de laine, personne n'ira la chercher. Il faut la mettre dans un circuit à travers, par exemple, les plans d'épargne communautaires grâce auxquels nous espérons pouvoir lever des fonds et, en tant qu'entreprise citoyenne, les mettre à la disposition de l'économie nationale », poursuit Andrew Crépin Gwodock.

### Une politique de soutien au secteur

Quand au problème de l'étroitesse du marché, il est en partie compensé par la moyenne annuelle des primes collectées par habitant, la plus forte du marché avec environ 5 000 francs CFA par an par habitant, alors qu'elle n'est que de 500 francs CFA au Tchad, par exemple. Avec 1,5 million d'habitants, les assureurs gabonais ne doivent donc négliger aucune tranche de la population. C'est par exemple ce qu'Ogarvie est parvenu à faire cette année en obtenant du gouvernement l'accès au précompte de la Solde pour les assurés de la Fonction publique. « Pour la première fois sur ce marché, l'Etat a accordé à Ogarvie l'éligibilité au précompte de la Solde, ce qui fait que depuis le mois de mai, nous prélevons directement nos clients. Nous sommes partis sur une base d'assurés de 500 personnes, nous en sommes à 2 000 aujourd'hui. Nous tablions sur une cotisation mensuelle de 4 millions francs CFA, elle est de 25 millions aujourd'hui. Tous nos clients qui sont fonctionnaires à la Solde payent dorénavant leurs primes d'assurances de façon périodique via des prélèvements qui se font directement à



la Solde. C'est une expérience nouvelle pour le marché, l'Etat y a été sensible dans le cadre de sa politique sociale en nous accordant une dérogation de façon à ce que le coût à payer soit nettement en deçà de ce qui est prévu. Pour être éligible au précompte Solde, le règlement prévoit qu'il faut payer 3 000 francs CFA par prélèvement. L'Etat nous a accordé une quasi-gratuité en ne prélevant que 100 francs CFA », explique M. Gwodock. On voit bien ici la capacité et la volonté des pouvoirs publics à encourager le développement de ce secteur par des facilités fiscales et administratives.

### Développer la branche Vie

Dans le cas d'un contrat d'assurance en cas de décès par exemple, l'intérêt

pour les populations est grand quand on constate sur le terrain le nombre de complications que les familles doivent assumer par le décès d'un parent. Le coût minimal d'un enterrement peut avoisiner 500 000 francs CFA, et même atteindre plusieurs millions de francs CFA pour une prestation supérieure. Tout cela sans compter les retraits de deuil et rituels funéraires traditionnels. Dans le cas d'un décès accidentel, en sus du traumatisme psychologique, il n'est pas rare de voir la famille s'endetter gravement pour rendre les honneurs posthumes à leur parent. « J'ai été choqué en ouvrant L'Union un matin, de voir Gabosep, une société de pompes funèbres, informer un certain nombre de personnes de la nécessité de venir récupérer les corps de leurs parents.

Mais ceci peut être résolu grâce à notre nouveau contrat d'assurance, « Garantie Obsèques », qui est une assurance toute simple avec une prime de 5 000 francs CFA par an », révèle M. Gwodock.

Il en va de même pour les retraites. Nombre de Gabonais imaginent encore que les contrats d'assurance sont l'apanage des classes sociales les plus élevées, alors que pour un contrat d'épargne chez Ogarvie, la prime minimale est de 10 000 francs CFA par mois. « En tant qu'assureur, nous reconnaissons avoir un gros déficit en communication. Nous nous en sommes rendu compte dès que nous avons installé 50 mandataires sur le terrain pour dire aux Gabonais qu'à 3 000 francs CFA, ils pouvaient se couvrir et protéger leurs proches des conséquences liées à leur décès. Nous avons signé près de 500 contrats, aussi bien à Libreville qu'à l'intérieur du pays », relate le DG d'Ogarvie.

### De nouveaux services pour limiter les résiliations

Contrairement aux idées reçues, il n'existe pas de clauses d'inéligibilité à un contrat d'assurance-vie. Le Code des assurances impose en effet à l'assureur de demander à l'assuré toutes circonstances connues de lui, de nature à apprécier le risque, mais il n'y a pas de sélection médicale en tant que telle. En assurance décès par contre, ou dans le cadre d'un prêt, à partir d'un certain montant des examens sont demandés mais ils sont entièrement pris en charge par l'assureur. Un contrat d'assurance-vie est résiliable dans les trente jours suivant la souscription et l'assuré à la possibilité de renoncer et d'obtenir le remboursement de la totalité de sa prime, déduction faite des coûts de police. Dépassé le délai de trente jours, nous entrons dans les périodes légales prévues par la loi, selon laquelle un contrat d'assurance-vie est résiliable après deux ans. Pour un contrat d'assurance en cas de décès, par contre, la résiliation ne répond à aucune contrainte. A tout moment, dès la souscription, vous pouvez le résilier et obtenir le remboursement par l'assureur de la partie de la prime non courue. Chaque vendredi, Ogar Vie rembourse l'épargne des assurés pour 50 à 75 millions par semaine. Mais pour limiter ce phénomène de résiliation entraîné la plupart du temps par un besoin impératif de trésorerie, les assureurs gabonais réalisent d'ingéniosité. D'où le lancement d'un nouveau service appelé « Avances Ogarvie ». « Avec un contrat d'assurance à Ogarvie de

## Classement des compagnies gabonaises (TIARD + VIE) au 31 décembre 2009

| RANG | COMPAGNIES        | CA AU 31/12 2009<br>(EN MILLIERS DE FCFA) | PARTS DE MARCHÉ | TAUX DE CROISSANCE<br>(PAR RAPPORT À 2008) |
|------|-------------------|---|-----------------|--|
| 1    | Groupe Ogar       | 31 101 284                                | 41,53%          | 4,56%                                      |
| 2    | Groupe NSIA Gabon | 14 425 888                                | 19,26%          | 11,05%                                     |
| 3    | Assinco           | 9 879 504                                 | 13,19%          | 22,24%                                     |
| 4    | AXA Assurances    | 9 050 932                                 | 12,08%          | - 0,04%                                    |
| 5    | Colina            | 6 468 854                                 | 8,64%           | 36,96%                                     |
| 6    | UAG Vie           | 3 970 082                                 | 5,3%            | 14,67%                                     |

SOURCE : ATLAS FORESTIER INTERACTIF DU GABON/2009.

100 000 francs CFA et un besoin de 50 000 francs CFA de trésorerie, ce que nos assurés faisaient hier, c'est qu'ils cassaient leur épargne ; ils récupéraient une partie de leur épargne, mais malheureusement cela ne leur permettait pas d'atteindre l'objectif qu'ils se sont fixé eux-mêmes. Dorénavant, nous leur proposons de laisser leur épargne et nous leur prêtons de l'argent. Si vous avez besoin de 50 000 francs CFA, vous en faites la demande et, en 48 heures, vous pouvez obtenir ce prêt.

Ogar Vie prête sur ses fonds propres à ses assurés propriétaires d'un compte d'épargne ici, à concurrence de 80% de la valeur de leur compte. Nous avons commencé avec les particuliers et nous en sommes sensiblement à ce jour à près de 250 millions avancés à nos assurés. Nous venons d'ouvrir le service aux salariés des sociétés qui ont souscrit des contrats d'assurances chez nous, c'est le cas par exemple de Sogara, et la première semaine, ce n'est pas moins de 50 millions qui ont été avancés aux agents de Sogara », indique M. Gwodock.

#### Les avantages fiscaux

D'autre part, l'épargne des assurés n'est pas imposable. La législation gabonaise est très avantageuse sur ce point puisque le Code général des impôts précise bien

qu'à la souscription comme à la résiliation, il n'y a pas de taxe sur les contrats d'assurances. Cette décision avait été prise par le défunt président Omar Bongo Ondimba en 1989 pour encourager la branche nouvelle de l'assurance-vie. La plupart du temps, les assurés gabonais ne supportent que les frais de contrôle, de l'ordre de 1%, qui permettent aux assureurs de contribuer au fonctionnement et au financement des institutions sous-régionales comme le secrétariat général de la Cima ou l'Ecole des assurances de Yaoundé. La loi gabonaise stipule même que vous pouvez déduire, dans le cadre de votre déclaration de revenus, 5% pour les contrats d'épargne et 10% pour les contrats décès. Il y a donc une déductibilité fiscale pour les assurances-vie, mais aussi pour les entreprises, par exemple celles qui souscrivent au contrat d'Indemnité de

services rendus (ISR) et qui obtiennent la déductibilité totale sur le montant de la cotisation payée pour faire face à leurs engagements dans le cadre des ISR prévues par le Code du travail.

#### Un levier pour l'économie nationale

« Nous n'avons pas de coffre-fort ! », rappelle M. Gwodock. « Les primes collectées auprès des assurés chaque année sont en effet réinjectées dans l'économie



Parmi les aspects attractifs sur le plan fiscal, il est à noter que l'épargne des assurés n'est pas imposable. A la souscription comme à la résiliation, il n'y a pas de taxe en ce qui concerne les contrats d'assurance.

nationale. En fait, les assureurs négocient avec les banquiers des possibilités de rémunérations qui leur permettent de tenir leurs engagements. Une autre partie des primes collectées part dans l'investissement, dans les infrastructures (bâtiments, agences...). Enfin, dans le cas d'Ogar, une dernière partie de ces fonds est investie dans le pays à travers des actions, des obligations d'Etat et des obligations

d'entreprises nationales. Ogar a ainsi vivement répondu aux emprunts obligataires levés par Prix Import et, dernièrement, Petro Gabon. Prochainement, le groupe annonce qu'il prendra une part active à l'emprunt obligataire annoncé par la Banque de développement des Etats d'Afrique centrale (BDEAC).

DIEGO ESSANDONE

## Zoom sur AXA Assurances Gabon

AXA Assurances Gabon est une filiale du Groupe AXA, première marque mondiale d'assurance.

Implantée au Gabon depuis 1976, AXA Assurances Gabon compte aujourd'hui plus de 10 000 clients de particuliers, professionnels et d'entreprises qui lui font confiance pour protéger leurs proches ou leurs biens car ils considèrent leur compagnie d'assurances comme un partenaire solide, solvable et rentable capable de les accompagner dans le temps, de faire face aux difficultés avec eux en proposant des solutions innovantes dans les domaines de l'assurance dommages et de personnes.

L'assurance de dommages représente près de 90% de l'activité d'AXA Assurances Gabon et regroupe les dommages aux biens et de responsabilité civile et professionnelle ainsi que des activités spécialisées comme les assurances transport et aviation. Elle couvre une large gamme de produits et services offert par AXA Assurances Gabon à sa clientèle de particuliers et d'entreprises.

Les assurances de personnes sont constituées d'une gamme diversifiée de produits de prévoyance, d'assistance et de santé couvrant les risques qui portent atteinte à la personne dans son intégrité physique, sa santé ou son existence.

Tout en renforçant sa rentabilité, AXA Assurances Gabon a poursuivi en 2010 sa stratégie de développement maîtrisée dont les axes principaux demeurent la sélection des risques et la croissance organique de ses activités à travers notamment l'innovation et la diversification de son réseau de distribution.

Dans ce sens, la mise en place de nouveaux partenariats commerciaux avec GABON SPRINT AUTO, SHO MOTORS et EURAFRIQUE VOYAGES d'une part ; et le lancement d'une nouvelle garantie auto « véhicule de remplacement » d'autre part participe à cette vision et permettent d'offrir à la clientèle des avantages exceptionnels et un service de proximité.

**Disponible, Attentionné, Fiable.**  
Nos équipes sont à votre écoute.

Nous sommes engagés à construire avec nos clients une relation de confiance durable en leur offrant une qualité de service optimale et des solutions adaptées à leurs besoins.

**AXA Siège social**  
Bd de l'Indépendance  
Tél: 79 80 80  
Fax: 74 18 48

**AXA Averbom**  
Route Cap Estima  
Centre Commercial CEDAO  
Tél: 45 04 42  
Fax: 45 04 41

**AXA Port-Gentil**  
Immeuble AXA  
En face de l'Ecole Mite  
Tél: 56 82 20  
Fax: 56 82 19

axa-assurances@axa-gabon.ga  
www.axa-gabon.com

**AXA ASSURANCES GABON**  
réinventons notre métier

## 5 QUESTIONS À :

# Andrew Crépin Gwodock, directeur général d'Ogar Vie

### Quel est l'intérêt pour les populations de souscrire un contrat d'assurance-vie ?

L'intérêt pour les populations est grand. Le risque encouru par les populations est tel que lorsqu'elles sont actives, elles ne mettent pas toujours de côté ce qu'il faut pour leurs vieux jours, et c'est là que nous nous intervenons, dans le cadre de la retraite complémentaire. Nous apportons ce complément de retraite dont les actifs auront besoin demain. Mais il faut commencer à cotiser aujourd'hui. La cotisation minimale pour un contrat d'épargne est de 10 000 francs CFA pour ceux qui sont salariés, et de 500 francs CFA par jour pour les artisans. J'ai été choqué, en ouvrant L'Union un matin, de voir une société de pompes funèbres informer un certain nombre de personnes de venir récupérer les corps de leurs parents. Mais ceci peut être résolu grâce à une assurance toute simple que l'on appelle Assistance funéraire, à 5 000 francs CFA l'année. Nous vendons les contrats d'assurance qui sont les moins chers du marché. Nous avons commercialisé la protection familiale qui est à 3 000 francs CFA/an et permet de protéger la famille des conséquences liées au décès ou l'invalidité du responsable de famille.

### Quels critères faut-il remplir pour souscrire à ce type contrat ?

Il n'existe pas de clauses distinctives. En assurance en cas de vie, il n'y a pas de sélection médicale. Vous payez votre cotisation, c'est de l'épargne. Par contre en assurance-décès, à partir d'un certain capital, sensiblement à partir de 20 millions, il y a un certain nombre d'examen qui sont demandés. Mais que les prospects soient rassurés, c'est Ogarvie qui paye l'examen et leur offre l'occasion de faire un bilan de santé gratuitement.

### Peut-on résilier le contrat ?

Vous pouvez résilier dans les trente jours suivant la souscription du contrat. L'assuré à la possibilité de renoncer et d'obtenir le remboursement de la totalité de sa prime, déduction faite des coûts de police. Un contrat d'assurance-vie est résiliable après deux ans. Mais un contrat d'assurance en cas de décès est résiliable à tout moment, au-delà des trente jours. Vous pouvez le résilier et obtenir le remboursement par l'assureur de la partie de la prime non courue. Un contrat qui est sur douze mois, si on le résilie au cinquième mois, vous avez droit aux 7/12<sup>e</sup> restant à courir, que l'assureur doit vous rembourser, et c'est valable pour toutes sortes d'assurances. Il faut tout simplement en faire la demande, apporter la preuve que vous êtes bien le souscripteur du contrat et que c'est vous qui avez payé la prime.

Tous les vendredis, nous remboursons au titre l'épargne des assurés pas moins de 50 à 75 millions de francs CFA. Et pour permettre aux assurés de ne plus casser leur épargne, nous avons lancé un nouveau produit, « Avance », qui leur permet de conserver leur épargne et Ogarvie leur prête de l'argent. Dorénavant, nous leur proposons de préserver leur épargne car Ogarvie prête des fonds propres à ses assurés propriétaires d'un compte d'épargne, à concurrence de 80% de la valeur du compte. Nous avons commencé avec les particuliers et nous en sommes sensiblement à ce jour à près de 400 millions qui ont été avancés à nos assurés. Nous venons d'ouvrir le service aux salariés des sociétés qui ont souscrit des contrats d'assurances chez nous, c'est le cas par exemple de Sogara, et la première semaine ce ne sont pas moins de 50 millions qui ont été avancés aux agents de Sogara. Ainsi, le client continue à épargner selon ses revenus et résout son problème de trésorerie par un prêt qu'il va rembourser selon des échéanciers qui lui sont fixés par son assureur.

De plus l'épargne des assurés n'est pas imposable. La législation gabonaise est très avantageuse sur ce point. Même lorsque vous récupérez votre épargne, vous ne payez pas d'impôts dessus, contrairement à ce qui se fait en France par exemple. Mieux encore, la loi gabonaise stipule que vous pouvez déduire, dans le cadre de votre déclaration de revenus, 5% pour les contrats d'épargne et 10% pour les contrats décès. Il y a donc une déductibilité fiscale pour les assurances-vie, mais aussi pour les entreprises, par exemple celles qui souscrivent à notre contrat d'Indemnité de services rendus (ISR) et qui obtiennent la déductibilité totale sur le montant de la cotisation payée pour faire face à leurs engagements dans le cadre des ISR prévus par le Code du travail et les conventions sectorielles.



### Comment parvenez-vous à atteindre les populations dans les zones les plus reculées ?

Par la densité de notre réseau commercial, constitué d'intermédiaires, de banques et surtout de conseillers commerciaux de l'Espace conseil du centre-ville. Par ailleurs, nous avons implanté dans les zones périphériques de la ville nos espaces conseils pour être plus proches des clients. Nous en avons un au PK9, nous avons ouvert Owendo, d'ici le mois prochain nous ouvrons sur Port-Gentil, puis après nous ouvrons au Nord. Cela va nous permettre de nous rapprocher des populations, et surtout de leur vendre des produits d'assurance adaptés. Nos agences présentent le même environnement que le siège, et nous y avons mis des professionnels pour répondre aux besoins de ces populations.

Pour le meilleur et pour le pire...

Vous avez le droit d'être protégé

**OGAR-OGARVIE**

En sus des espaces conseils, Ogar et Ogar Vie ont décidé de travailler dans les communautés, pour être encore plus proches des gens. Nous avons le projet de développer la micro-assurance. Nous devons faire montre d'ingéniosité pour aller vers toutes les couches de la population, et leur apporter la couverture sociale à laquelle ils ont droit. L'assurance est faite pour venir en aide aux populations, c'est notre mission première. Et en tant qu'entreprise citoyenne, collecter l'épargne pour permettre à l'Etat et aux opérateurs économiques de financer l'économie.

### Pour finir, quelles sont vos perspectives d'avenir ?

Nous avons le projet Ogar 2015, qui va s'articuler autour de trois thèmes fondamentaux : la croissance, le développement national et international, ainsi que le leadership. La croissance parce les poches assurables deviennent de plus en plus minces, il faut jouer de l'ingéniosité. Le développement national a déjà débuté, et nous comptons nous implanter sur l'ensemble du territoire gabonais. Le développement à l'international également car nous avons des responsabilités vis-à-vis du marché sous-régional, et nous sommes prêts à les assumer dorénavant. Nous comptons créer des filiales du groupe Ogar au niveau de la sous-région, puis après, de nous étendre vers l'Afrique de l'Ouest. Rien ne justifie que certains groupes africains s'installent chez nous, et que nous ne nous installions pas en Côte d'Ivoire. Nous allons le faire, nous en avons les moyens, les hommes et la confiance de nos organes dirigeants.

Il y a également quatre axes prioritaires de développement. D'abord le développement humain, parce que chez Ogar, nous mettons l'homme au centre de nos préoccupations. Notre première richesse ce sont nos 150 salariés. C'est grâce à eux que nos clients ont la possibilité d'être satisfaits, et à la jeunesse qui est la leur que nous pouvons nous projeter sur les prochaines années. Puis il y a le développement commercial pour lequel nous allons nous un certain nombre de stratégies locales pour nous permettre de faire mieux que ce que nous avons fait jusqu'à aujourd'hui, sans pour autant renier ce que nous étions hier. Il y a l'axe de la maîtrise au niveau du management, récemment traduite par la mise en place des fondamentaux du Groupe. Au demeurant, Ogar Vie est la filiale d'Ogar (ces deux sociétés forment le groupe Ogar) et un certain nombre de services sont mutualisés. Il y a enfin l'axe de maîtrise des risques qui permet l'efficacité et la rentabilité de nos opérations techniques et financières.

Je n'oublierais pas nos obligations en tant qu'entreprise citoyenne, vis-à-vis du pays, vis-à-vis de l'environnement, et surtout des couches faibles de la population, parce que nous sommes tenus d'apporter notre aide, même auprès de ceux qui ne sont pas assurés chez nous mais qui le seront demain. Innovation, talent, qualité et clients sont au centre de nos préoccupations nouvelles pour compléter le travail qui a été fait par nos pères fondateurs, tel que Edouard Pierre Valentin, mais également consolider nos parts de marché sur le plan national. Car même si nous allons chercher de la croissance à l'extérieur, nous souhaitons conserver l'ensemble de nos parts de marché sur le plan national, quitte à les augmenter, non pas par le transfert de portefeuille, mais par l'innovation. Le maître mot sur notre marché dorénavant, c'est l'innovation.

# Les chiffres du marché africain de l'assurance

**Englué dans le manque de culture d'assurance des populations, le marché des assurances reste encore très dépendant des pouvoirs publics, qui ont la capacité d'appuyer son développement en rendant certaines assurances obligatoires.**



En 2008, le marché mondial de l'assurance, toutes branches confondues, a atteint 4 270 milliards de dollars US en 2008, dont seulement 1,3% pour le marché africain. Le plus gros marché de l'assurance reste l'Europe, avec 41,1% du chiffre global, suivie de l'Amérique (34,0%) et de l'Asie (21,9%). Sur la période 2004 à 2008, la répartition des revenus des branches vie et non-vie a stagné

sur l'ensemble des cinq continents. C'est en Amérique que la part du marché « vie » reste la plus faible, avec 46% en 2008. La part de l'assurance-vie dans le total des cotisations en 2008 est par ailleurs plus importante en Asie (74%) que la moyenne mondiale (58%). Pour l'Afrique en revanche, le volume des cotisations émises en vie et non-vie est en nette augmentation sur la période 2004 à 2008 où il atteint

54,7 milliards de dollars US (262 683 milliards FCFA), contre 36,4 milliards de dollars US en 2004. La part relative de l'assurance africaine dans le monde connaît donc une légère augmentation, passant de 1,12% en 2004 à 1,28% en 2008.

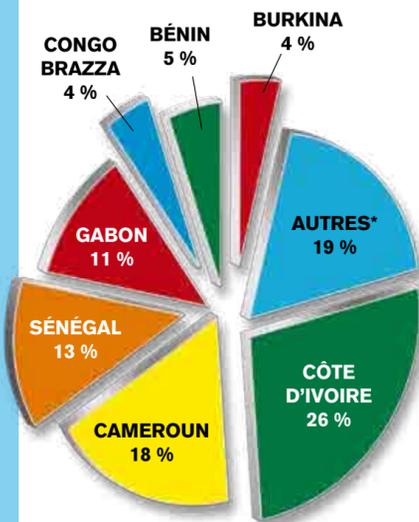
### La Côte d'Ivoire bien placée

L'Afrique du Sud est le principal marché de la région, avec 91% du volume de primes

vie. Grâce aux branches retraite et rentes, la croissance des primes vie en Afrique du Sud s'est établie à 5,4% en 2008, inversant ainsi la baisse de 2% en 2007. L'année 2008 a connu une évolution de +7,9% pour l'ensemble des 15 pays étudiés. Tous les pays enregistrent une progression positive de leurs cotisations sauf le Tchad (-10,3%). La plus forte hausse étant observée en Guinée (+18,6%). L'assurance non-vie représente 74% du marché total des cotisations en 2008. Bien que la part non-vie soit majoritaire dans tous les pays étudiés, de grandes disparités existent selon les pays (de 60% en Côte d'Ivoire à 98% en Centrafrique).

Dans la zone Fanaf (Fédération des sociétés d'assurances de droit national africaines), qui comprend seize pays (Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Centrafrique, Congo Brazzaville, Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée, Madagascar, Mali, Niger, Rwanda, Sénégal, Tchad, Togo), c'est le marché ivoirien qui est le plus important avec plus de 167 milliards FCFA de cotisations vie et non-vie en 2008, suivi par le Cameroun qui totalise sur la même année plus de 109 milliards, et enfin le Sénégal (78 milliards) et le Gabon (67 milliards). Les douze autres pays étaient tous en 2008 en dessous de la barre des 30 milliards FCFA. La cotisation médiane par habitant passe de 1 222 francs CFA en 2004 à 2 214 francs CFA en 2008. Sur cet indice, le Gabon est largement en tête avec une cotisation

### Répartition des cotisations vie et non-vie par pays en 2008



\* Burundi, Centrafrique, Guinée Conakry, Madagascar, Mali, Niger, Rwanda, Tchad, Togo

### La Conférence interafricaine des marchés d'assurances

Le 10 juillet 1992, les Etats membres de la zone franc signaient à Yaoundé un traité instituant une organisation intégrée de l'industrie des assurances dans les Etats africains. La Conférence interafricaine des marchés d'assurances (Cima), qui se substitue à l'ancienne Cica (Conférence internationale des contrôles d'assurances), en constitue l'organisme communautaire. Le traité a été ratifié par tous les pays signataires de la zone franc CFA, à savoir le Bénin, le Burkina Faso, le Cameroun, la Centrafrique, les Comores, le Congo, la Côte d'Ivoire, le Gabon, la Guinée Équatoriale, le Mali, le Niger, le Sénégal, le Tchad et le Togo.

La Cima a pour vocation :  
- de renforcer la coopération entre les Etats membres dans le domaine des assurances afin d'adapter leur couverture aux réalités économiques de leurs marchés,

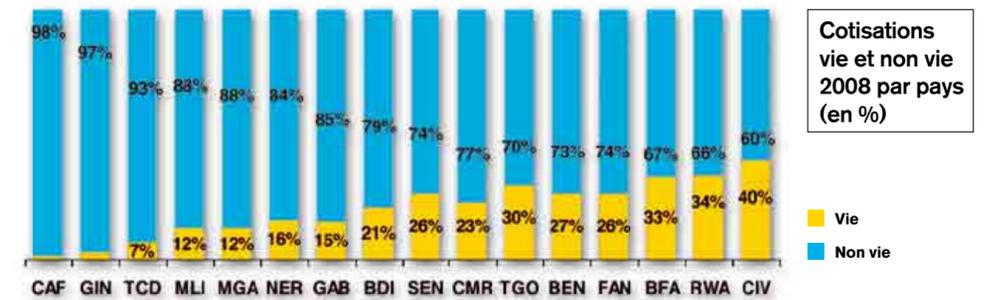
- de développer les organismes d'assurances et de réassurance opérant dans leur pays pour leur permettre de souscrire et de gérer les grands risques de nos marchés par des techniques adéquates de favoriser l'investissement au profit de l'économie de leur pays ou de la région, des provisions techniques et mathématiques générées par les opérations d'assurance et de réassurance en tenant compte des impératifs techniques de gestion des risques,  
- de poursuivre la formation des cadres et techniciens d'assurances pour le besoin des marchés ou des entreprises d'assurances,  
- de créer des structures communes, chargées de l'étude et de la mise en œuvre des orientations politiques et des décisions dans les domaines précités, notamment en favorisant la constitution d'un marché élargi et intégré dans les meilleures

conditions techniques, économiques et financières,  
- de poursuivre la politique d'harmonisation et d'unification des dispositions législatives et réglementaires relatives aux opérations techniques d'assurance et de réassurance, notamment en instituant une législation unique,  
- de soutenir financièrement et matériellement les institutions communes de la créer. Les sociétés d'assurances mobilisent, en effet, une épargne importante que les dispositions du nouveau code des assurances annexé au traité permettent désormais d'affecter plus largement à l'investissement productif.  
- d'encourager le développement de la branche Vie, peu développée à ce jour dans de nombreux pays, et contribuer ainsi à une meilleure allocation de l'épargne.  
Ce programme met en place une loi unique, appelée « Code des assurances Cima », applicable dans l'ensemble des pays de la zone, en vigueur depuis le 15 février 1995. Elle

se substitue aux lois nationales anciennes, éparpillées et inadaptées, résultant pour l'essentiel de la transposition des lois françaises d'avant 1960. La Cima propose au Conseil des ministres les révisions, améliorations et précisions à apporter à la loi commune. La réglementation régionale porte à la fois sur les contrats d'assurances, les méthodes d'indemnisation des victimes d'accidents automobiles avec un barème indemnitaire, le fonctionnement des sociétés, les obligations incombant aux agents généraux et aux courtiers. Elle renforce le pouvoir de contrôle des Etats et en confie l'exercice à la Cima. Elle a également la mission essentielle de contrôle des sociétés d'assurances, avec le pouvoir d'injonction et de sanction.  
**Contact** : Conférence interafricaine des marchés d'assurances, BP 2750, Libreville. Tél. : (241) 73 41 91. Fax : (241) 73 41 88. Téléc : 5533 GO. <http://www.finances.gouv.sn/mencima.htm>

moyenne de 46 613 francs CFA (cette forte moyenne est due aux cotisations non-vie pour lesquelles la cotisation moyenne est supérieure à 30 000 francs CFA). La Côte d'Ivoire arrive en deuxième position avec une cotisation moyenne de 8 059 francs CFA. Le dynamisme du marché ivoirien des assurances, le premier de la zone Cima (Conférence interafricaine des marchés d'assurances) a été favorisé par des mesures incitatives mises en place par les pouvoirs publics, notamment par l'adoption de mesures d'incitation fiscales pour les contrats d'assurance indemnité de fin de carrière, avec des retombées positives sur le volume des primes d'assurance-vie, ou encore la diminution, à partir de 2006, de la taxe sur les contrats d'assurance-maladie (6% pour les contrats individuels et 3% pour les contrats groupe au lieu de 14,5%). Leader des zones Cima et Fanaf, le marché ivoirien de l'assurance ne représente pourtant cette année encore que 1,67% du PIB du pays. Dans tous les pays membres, l'amélioration du taux de pénétration reste une priorité pour l'essor du secteur. Vulgariser la culture d'assurance, élargir l'assiette de la matière assurable et renforcer de la surface financière restent donc les principaux défis des sociétés d'assurances africaines.

JEAN KEN ATONE



### La Fédération des sociétés d'assurances de droit national africaines

La Fédération des sociétés d'assurances de droit national africaines, plus connue sous le sigle « Fanaf », a été créée le 17 mars 1976 à Yamoussoukro (Côte d'Ivoire), avec siège social à Dakar, au Sénégal. La FANAF réunit 139 sociétés d'assurances et de réassurances, ainsi qu'un Fonds de garantie automobile (FGA) opérant en Algérie, en Afrique du Sud, au Bénin, au Burkina Faso, au Burundi, au Cameroun, en Centrafrique, au Congo Brazzaville, en Côte d'Ivoire, au Gabon, en Guinée Conakry, à Madagascar, au Mali, au Maroc, en Mauritanie, au Niger, au Nigeria, en République Démocratique du Congo, au Rwanda, au Sénégal, au Tchad, au Togo et en Tunisie.

LA Fanaf a été mise en place pour répondre à l'étalement des marchés qui a été remarquée et plusieurs fois signalée à une certaine époque par les spécialistes et les acteurs du monde de l'assurance. L'autre grand défi étant de favoriser la création de sociétés d'assurances purement locales avec des capitaux entièrement ou partiellement africains. La prolifération de compagnies d'assurances sur le continent qui prénait a nécessité la fédération de ces organismes, afin d'établir des normes claires et consensuelles qui puissent accompagner le développement du secteur.

La Fanaf a pour missions principales :

- la promotion de l'assurance et de la réassurance en Afrique,
- la représentation et la défense des intérêts de la profession,
- la mise en place de structures de réflexions et de coopération en matière d'assurances et de réassurances,
- la formation continue des personnels du secteur de l'assurance,
- la publication de revues, documents et de prospectus sur l'assurance et la réassurance,
- la vulgarisation de l'assurance et de la réassurance,
- l'établissement de relations professionnelles entre sociétés membres.

**Contact au Gabon** : Fédération gabonaise des sociétés d'assurances (Fegasa). BP 4005. Libreville. Tél. : (241) 74 45 29. Fax : (241) 77 58 23. Email : [fegasa@assala.net](mailto:fegasa@assala.net)

J. K. A.

**EMF EXCILLIS FINANCES**  
Etablissement de Micro Finances de 2<sup>ème</sup> Catégorie

*Offrez vous des moments inoubliables.  
Ne vous refusez rien !*

**SERVICES**

- Crédit Rentrée Scolaire
- Crédit Etudes
- Crédit à la Consommation
- Crédit Immobilier
- Crédit Assurance
- Comptechèque
- DAT
- Projet Immobilier

**Transfert d'argent**

**Ventes de devises**

**Virements**

**Du 5 Nov au 25 Dec 2010**

Avantages et facilités de caisses pour nos 100 premiers clients, n'hésitez plus, venez !!

**Particuliers - Agents de la fonction publique - Entreprises**

Siège social : Boulevard du Bord de mer, avant le Carrefour Maringa  
BP 920 Libreville / Gabon. Tél : 00241 44 50 58/59 Fax : 00241 44 50 57  
Web : [www.excillifinances.com](http://www.excillifinances.com) / Email : [excillifinances@gmail.com](mailto:excillifinances@gmail.com)

# Panorama du secteur bancaire

## Un marché financier très convoité

Malgré la montée concurrentielle entraînée par l'arrivée de deux nouvelles banques panafricaines et le contexte économique mondial morose, les banques gabonaises restent globalement rentables.



Malgré une faible croissance de leur activité en 2009, les établissements bancaires au Gabon affichent une bonne santé financière. Selon le ministère de l'Economie, ils ont même réalisé les meilleurs résultats de l'ensemble de la zone Cemac sur cette période.

L'arrivée de United Bank for Africa (UBA) et d'Ecobank, respectivement classées 19<sup>e</sup> et 21<sup>e</sup> sur les 200 établissements bancaires d'Afrique, a redistribué les cartes sur le marché bancaire gabonais. Avec désormais neuf banques et six établissements financiers spécialisés (Finatra, Alios Finance Gabon, BGFIBail, BICIBail, BGD et La Poste), le secteur bancaire est devenu très concurrentiel. Les établissements de Libreville affichent une bonne santé financière malgré une faible croissance de leur activité en 2009. Fin décembre 2009, les dépôts de la clientèle ont été estimés à 1 025 milliards de francs, enregistrent une progression de 1,6% par rapport à 2008, après une dérive des avoirs de l'Etat de -20%. Pour leur part, les crédits à la clientèle affichent une augmentation de 7,7% sur l'année 2008 (608 milliards de francs), principalement tirée par les avances de trésorerie à l'Etat (+150%).

**La BGFIBank maintient son leadership**  
En dépit du climat économique morose qui a prévalu tout au long de cette année, toutes les banques de la place devraient dégager un résultat bénéficiaire. Le Groupe BGFIBank confirme encore sa position dominante dans la sous-région en s'arrogeant la première place en Afrique centrale et la 80<sup>e</sup> à l'échelle du continent. Son total bilan se chiffre à 886,682 milliards de francs, avec un bénéfice net de la part du groupe de 16,626 milliards de francs. Bien plus, le capital social de 73,853 milliards francs a été porté à 103,853 milliards de francs. L'irrésistible ascension de BGFIBank s'est accompagnée d'une expansion géographique tant en Afrique centrale, en Afrique de l'Ouest et dans l'océan Indien (Madagascar). Juste derrière, la Banque internationale pour le commerce et l'industrie du Gabon (Bicig), présentait fin décembre 2009 un produit net bancaire de 26,234 milliards de francs, contre 29,229 mil-

liards de francs en 2008, en baisse d'un peu plus de 10%. Le résultat net s'est établi à 4,612 milliards de francs contre 6,295 milliards de francs en 2008, soit une baisse de 1,683 milliard de francs (-26,74%). En revanche, les crédits à la clientèle s'établissaient eux à 608 milliards de francs, en augmentation de 7,7% par rapport à 2008. Par ailleurs la Bicig a procédé en 2009 à une augmentation de son capital social d'un montant de 6 milliards de francs par incorporation des réserves, le faisant ainsi passer de 12 milliards à 18 milliards de francs.

**Des bilans records en zone Cemac**  
En troisième position, l'Union gabonaise de Banque (UGB) vient de passer en douceur une période de transition avec l'arrivée du nouvel actionnaire majoritaire, Attijariwafa Bank (AWB) en 2009. Une année qui a donc été considérée comme une séquence de transition consacrée à la consolidation des positions de la banque

et au renforcement de sa base productive dans le cadre du plan stratégique de développement 2010-2012. Il s'agit notamment de l'extension du réseau de distribution, de l'enrichissement de l'offre de produits pour une gamme complète de services bancaires, de l'élargissement de la base de la clientèle par l'intégration des particuliers, des PME/PMI et de grands groupes nationaux. En 2009, dans le contexte d'un environnement sensiblement dégradé, l'UGB a bien résisté sur l'ensemble de ses activités et métiers avec un total bilan de 265,7 milliards de francs, en hausse par rapport à 2008 (245,9 milliards de francs en 2008). Loin derrière viennent la Citibank, la Financial Bank Gabon, la Banque gabonaise de développement (BGD). Les comptes des nouvelles venues sur la place financière de Libreville, notamment les Banques panafricaines Ecobank et United Bank for Africa (UBA), ne transparaissent pas encore dans le bilan des établissements bancaires du Gabon qui ont affiché, selon le ministère de l'Economie, le meilleur résultat de toute la zone Cemac, avec 28,9 milliards de francs en 2009 et une performance globale atteignant les 54,8 milliards de francs. Outre la restriction du produit net bancaire, en baisse de 21,77% en 2009 par rapport à 2008, les banques gabonaises sont donc globalement restées rentables en 2009.

NELTOH NARGO

### BVMAC Regional Award 2010

Mis en place par la Bourse des valeurs mobilières d'Afrique centrale (BVMAC), les BVMAC Regional Awards récompensent les chefs d'entreprise qui participent à l'essor économique et financier de la sous-région.

Cette année, pour la première édition, le prix du meilleur manager gabonais en catégorie Finances a été attribué à Henri Claude Oyima, administrateur directeur général de BGFIBank. Jean-Baptiste Bikalou, président directeur général de Petro Gabon, a été primé dans la catégorie Innovation dans le financement du développement. C'est enfin Bernard Azzi, président directeur général de Prix Import, qui a reçu le prix d'honneur du jury. Le prix accordé au groupe BGFIBank s'explique notamment par les bons résultats de la banque et ses filiales, notamment BGFIBourse qui a brillamment mené les opérations de levées de fonds obligataires à la BVMAC. Quant à Prix Import, il avait été le second opérateur économique à entrer sur le marché boursier de la sous-région en 2009, alors que Petro Gabon vient pour sa part de boucler avec succès la levée obligatoire de 7 milliards de francs CFA pour financer son plan de développement.

N. N.

# United Bank for Africa

## Dynamisme et innovation

Dernière installée au Gabon, la banque nigérienne totalise dans ses filiales africaines 7 millions de clients, plus de 750 agences réparties dans une vingtaine de pays et six décennies d'expérience. Elle a donné le ton de ses ambitions en présentant ses nouveaux produits.

Le 16 novembre dernier, la United Bank for Africa (UBA) annonçait à Libreville le lancement de deux nouveaux produits : Africash et Afritrade. Arrivée au Gabon en 2009, avec l'ouverture il y a un an de sa première agence à Libreville, UBA est la 19<sup>e</sup> banque à l'échelle du continent et mise sur son expertise et ses capacités d'innovation pour bousculer le monopole des géants du marché bancaire gabonais qui sont BGFIBank et Bicig. Le lancement de ces deux produits s'est déroulé en grandes pompes, devant le Tout-Libreville médiatique, comme pour afficher la volonté de la banque de s'imposer sur le marché gabonais avec des produits modernes et novateurs comme fers de lance.

**« Un produit africain pour les Africains »**  
C'est le cas par exemple d'Africash, service sécurisé de transfert instantané d'argent (voir encadré ci-dessous) à travers un réseau fort de plus de 750 agences du groupe UBA en Afrique. L'objectif visé est de développer les relations Sud-Sud et intra-Sud par des transactions qui peuvent se faire en



monnaie locale. A titre d'exemple, l'on peut transférer de l'argent en FCFA pour un retrait en naira, en cedi ou en dollar. C'est, expliquent les responsables de la banque, « un produit africain pour les Africains », en vue de promouvoir les échanges, les activités commerciales et financières du continent. Le marché d'Africash est évalué à 25 millions de dollars (soit 12,5 milliards de francs environ). Il est déjà opérationnel dans une vingtaine de pays d'Afrique subsaharienne, dont le Gabon. Les cibles sont, entre autres, les hommes d'affaires, les commerçants, les touristes, les expatriés basés en Afrique, les agences multilatérales, les étudiants... La

### Africash, les modalités d'envoi

Le client se présente dans une agence UBA du groupe et remplit le formulaire « Envoi » en indiquant le montant qu'il souhaite adresser, les informations sur l'expéditeur (expéditeur) et le bénéficiaire, le pays de destination, la question-réponse secrète... Il présente une pièce d'identité en cours de validité : passeport, carte nationale d'identité, carte de séjour. Le caissier vérifie le formulaire et la pièce fournie, se connecte à l'application Africash, communique le montant des frais au client, puis traite la transaction sur l'application Africash et la valide. Le système génère un SMS et un e-mail à l'expéditeur, lui communiquant le code secret de retrait et le montant à percevoir par le bénéficiaire.

L'expéditeur peut ainsi appeler le bénéficiaire et lui communiquer le code secret de retrait qui n'est connu exclusivement que de l'expéditeur et du bénéficiaire. En cas d'oubli du code de transfert, l'expéditeur recevra une alerte par e-mail et SMS envoyés après l'opération. L'e-mail n'est pas obligatoire mais très important. Il faut donc toujours demander aux expéditeurs leur adresse de courrier électronique et s'assurer qu'elle est correctement enregistrée dans le système. Mieux, seul l'expéditeur peut demander l'annulation ou le reversement dans l'agence où l'opération a été effectuée. L'expéditeur a en charge les frais d'envoi de cette seconde opération. Enfin, signalons que le produit Africash est disponible pour les titulaires comme pour les non-titulaires de compte UBA.

N. N.

particularité de cette plate-forme sécurisée de transfert d'argent, c'est la structure de frais Africash, notamment les prix de transfert, qui varient selon la demande du marché de chaque pays. Pour un envoi de 1 million de francs CFA en zone Cemac et Uemao francophone, les frais s'élèvent à 39 500 FCFA, alors qu'un envoi au Nigeria pour le même montant coûte 47 000 FCFA à cause de la fluctuation du naira. Il faut rappeler que le montant à transférer par transaction en zone Cemac et hors zone Cemac est limité à 1 million FCFA (au-delà avec des justificatifs). Un client peut toutefois effectuer autant de transactions par semaine dans le respect du montant fixé par la zone Cemac.

Les techniciens de la banque sont actuellement à l'œuvre pour mettre en place un module Web permettant au client d'initier des transactions sur Internet en utilisant sa carte UBA, ou envoyer directement de l'argent sur le compte UBA du bénéficiaire. Ce système devrait également pouvoir être relié à un module permettant au bénéficiaire de retirer ses fonds à partir d'un guichet automatique UBA.

### Un second produit pour faciliter les transactions

Quant à AfricaTrade, c'est un service d'échange pour l'Afrique qui se situe aux deux extrémités des transactions commerciales du continent. Il est destiné à tout client UBA titulaire d'un compte dans la banque qui réalise des transferts vers des pays afri-

cains : les PME/PMI ayant des liens commerciaux (clients ou fournisseurs) avec des pays africains et les grandes entreprises qui ont des clients/distributeurs/filiales dans toute l'Afrique et qui réalisent régulièrement des paiements en devise étrangère ou en monnaie locale. Les transactions sont acheminées directement à travers le réseau qui s'étend sur 16 pays avec plus de 750 agences à travers l'Afrique, sans l'utilisation d'une banque correspondante. Les modes de paiement destinés à l'exportation/importation comprennent les lettres de crédit, les billets à ordre et les transferts directs. Le bénéficiaire peut être payé en monnaie locale ou étrangère. Les documentations requises sont traitées en fonction des réglementations sur le contrôle de change dans chaque pays. Quant aux transactions effectuées en provenance et à destination de l'Afrique, elles sont envoyées à des banques étrangères (européennes ou américaines). Ces opérations arrivent en Afrique après vérification en Europe et en Amérique, et la plupart de ces transactions sont réglées uniquement en devises étrangères. Elles présentent donc un coût plus élevé en raison de l'utilisation de banques intermédiaires. La plate-forme Afritrade permet par ailleurs d'avoir recours aux modes de paiement les plus courants, à savoir émettre des ordres de transfert, ouvrir des lettres de crédit ou des crédits documentaire (Credoc). Ces transactions obéissent naturellement à la réglementation de change du pays.

NELTOH NARGO

# Process Communication

## Mieux se connaître et mieux connaître l'autre

**Le Process Communication est une formation qui vise à développer une approche individualisée basée sur la prédominance de la relation interpersonnelle. Cette approche managériale est d'ores et déjà accessible à Libreville, pour les entreprises comme pour les particuliers désireux d'améliorer leur potentiel professionnel.**

Pour élaborer sa théorie, l'Américain Taïbi Kahler, docteur en psychologie et consultant auprès de la Nasa, est parti du principe selon lequel la personnalité humaine est composée de six facettes qui interagissent au sein de l'activité en entreprise. Les traits de caractère qu'il décrit reposent sur six grandes dimensions : l'affectivité, l'ardeur au travail, l'instinct de rébellion, l'opiniâtreté, la séduction et le rapport au rêve (voir encadré p. 19). Mais chez tout individu, selon Taïbi Kahler, une ou deux d'entre elles dominent au point de conditionner la plupart de ses réactions. Dès lors, son hypothèse sous-tend que si l'on connaît les traits psychologiques dominants d'un collaborateur, il devient possible de s'adapter à son comportement dans le but d'améliorer ses compétences. En somme, l'harmonisation des valeurs des collaborateurs se pose comme préalable pour constituer des équipes soudées, afin d'éviter la naissance de futures relations conflictuelles.

### Faire de la diversité un atout

Cette méthode de la Process Communication a été adoptée par la Nasa en 1976, alors confrontée à l'impérieuse nécessité de garantir la cohésion au sein des équipes d'astronautes lors de leurs missions dans l'espace. Par la suite, bien d'autres grandes entreprises internationales se sont intéressées aux travaux de Kahler. Importée en France en 1989, la Process Communication a été adoptée par plusieurs sociétés – comme Bouygues, UAP ou la Snecma – dans les domaines du management, du coaching, de la vente, du marketing. L'American Health Institute l'a appliquée pour accroître le potentiel de guérison des patients.

Dans ces entreprises, on a en effet constaté qu'il n'est pas toujours aisé d'établir une relation avec des interlocuteurs dotés de personnalités très différentes. Le poids de ces différences peut conduire au stress, au conflit, à la perte de temps, d'énergie et d'efficacité. Pour autant, cette diversité humaine est également source de créativité, de sens de l'initiative, mettant en exergue l'idée selon laquelle les ressources humaines constituent la première richesse d'une



Le comportement humain se distingue par sa diversité, selon la nature profonde, l'éducation ou les modèles d'identification de chacun. Le but du Process Communication est d'identifier les différents traits de caractère afin qu'ils puissent s'harmoniser au sein d'un collectif professionnel.

entreprise, quelle que soit sa taille ou son chiffre d'affaires. Le point clé réside dans la capacité des entreprises à prendre en compte les spécificités de chacun des employés pour les valoriser.

### La formation au Gabon

Au Gabon, c'est ce que propose Yenore Consulting, la société de Mme Yvette Ngwévilo Rékangalt (formatrice certifiée et agréée Process Communica-

tion Management). Le programme de formation 2010/2011 est déjà lancé et concerne toutes les entreprises ou personnes désireuses d'accéder à des relations humaines et professionnelles plus harmonieuses. Il intéresse en priorité ceux dont le métier repose sur la communication ou la recherche d'une meilleure cohérence entre l'individu et sa fonction (ressources humaines, responsable de service, coach, psychotérapeute, formateur, négociateur, animateur de groupe de développement personnel, etc.).

Les modules de formation ont été élaborés pour s'adresser à ceux qui ne bénéficient pas d'une connaissance préalable de la Process Communication Management. Ils sont axés sur la compréhension des concepts de base de la communication, le développement de la flexibilité relationnelle, la motivation des interlocuteurs et la compréhension et la gestion des comportements de stress. La pédagogie utilisée au cours des sessions de formation est basée sur une alternance entre la présentation des concepts et des exercices et jeux de rôles, des études de cas apportés par les participants dans un contexte d'échanges, des entraînements sur des situations types présentées en vidéo. Avant tout séminaire de formation, chaque participant doit répondre à un questionnaire dont le traitement confidentiel permet d'établir l'inventaire de la personnalité du participant. Ce support permet à chacun de se situer et de s'approprier ces concepts en référence à sa propre personnalité. Il s'agit, entre autres, d'identifier ses conditions de réussite (atouts et motivations) et de savoir les utiliser ; de repérer les situations qui sont sources de stress et d'apprendre à les gérer ; de mieux appréhender son interlocuteur et de réagir de façon adaptée en repérant ses sources de motivation, afin d'optimiser le capital ressources humaines de l'entreprise. Encore une fois, l'idée maîtresse est de permettre à chacun d'optimiser sa motivation et celle de ses collaborateurs pour développer pleinement les potentiels en présence, sachant qu'il n'y a pas de « mauvaise personnalité » a priori, mais des traits dominants de chaque individu qu'il faut identifier pour les utiliser au profit de l'équipe.

### Contact :

- Yenore Consulting : Les Terrasses de l'Estuaire, BP 459 Libreville Gabon.  
Tél. : (+241) 20 09 18/07 01 77 99.  
E-mail : info@yenore.com ;  
Web : www.yenore.com et  
www.processcom.com  
- Kahler Communication (France),  
pour la formation des formateurs :  
www.kcf.fr ; www.demos.fr

NELTOH NARGO

### Les six facettes de la personnalité selon Process Communication

#### - Les affectifs : une sensibilité à fleur de peau.

Si le plus grand nombre met un point d'honneur à ne pas mêler les sentiments à l'activité professionnelle, certaines personnes ne peuvent pas fonctionner autrement. En jargon « Process Communication », ces natures sensibles, chaleureuses et ouvertes sur les autres sont dites « empathiques ». Ce sont le plus souvent des femmes, qui évoluent dans des métiers où le relationnel prime (communication, ressources humaines, etc.). Heureuses de côtoyer un interlocuteur avec qui le courant passe, elles ont besoin, pour être efficaces, de se sentir bien sur leur lieu de travail et avec leurs collègues. En parallèle, ces personnalités détestent les conflits et osent rarement dire non. En présence de ce type de profil, il convient de privilégier les formes au lieu de donner des ordres secs pouvant être perçus comme agressifs ou offensants. Pour débloquer un conflit, il peut être intéressant de déjeuner avec la personne et de s'intéresser à ce qu'elle ressent. Son environnement est souvent à l'image de la personne affective : chaleureux, arborant des photos de ses proches, comme autant d'éléments qui contribuent à son bien-être.

#### - Les travailleurs : des objectifs clairs et précis.

Logiques, organisés, ils se montrent en général très consciencieux. Ce sont, selon Gérard Collignon qui a importé en France la méthode Kahler, des « travaillomanes ». Leur point faible ? Lorsqu'ils sont stressés, ils peuvent réagir par un perfectionnisme excessif, ne voulant plus rien déléguer et allant parfois jusqu'à contrôler le travail de leurs collègues. Il est alors nécessaire de leur fixer des objectifs clairs, délimités, et de les laisser agir. Autonomes, ils feront la synthèse de votre requête pour déterminer comment rendre le dossier en temps et en heure. Pas question de leur imposer votre méthode, vous ne feriez que les démotiver. Enfin, prenez le temps de les briefer sur les points positifs, mais aussi perfectibles de leur travail. Car les « bosseurs » cessent de s'impliquer quand ils ont le sentiment de ne plus avoir aucun progrès à faire pour remplir parfaitement leur mission. Leur environnement est souvent ordonné et fonctionnel, avec un agenda qui trône, véritable repart à l'improvisation !

#### - Les rebelles : des natures à canaliser.

Contrairement à ceux qui taisent leurs émotions, les « rebelles » sont des personnalités créatives, spontanées et parfois exubérantes. Les jeux politiques les intéressent peu, ils disent ce qu'ils pensent, au risque de blesser leurs interlocuteurs. Ils aiment s'amuser et travailler en groupe : ce sont les premiers à animer une réunion morose en enchaînant les plaisanteries. Ce type de personnalité apprécie les tâches variées, de façon à avoir « plusieurs casseroles sur le feu » tout en préservant son indépendance. Une trop forte intrusion peut provoquer des réactions de blocage et ces rétifs à l'autorité risquent alors de multiplier les signes d'ennui et de mauvaise volonté. La formule « Je ne comprends rien » devient alors le leitmotiv. Si les choses tournent mal

pour eux, les rebelles sont les premiers à râler et, éventuellement, rejeter la faute sur les autres. Ces réactions peuvent en faire des collaborateurs assez difficiles à gérer pour un manager non averti.

#### - Les opiniâtres : le poids des convictions.

C'est davantage pour la qualité de leurs points de vue que pour celle de leur travail que les opiniâtres aiment être reconnus. Nommés « persévérants » en langage Process Com, ces collaborateurs bourrés de convictions passent leur temps à essayer de convaincre les autres. Toujours prêts à s'engager sur un projet auquel ils croient, ils veulent se sentir utiles et dignes de confiance. Pour les rallier à votre cause, expliquez-leur pourquoi c'est d'eux dont vous avez besoin sur tel ou tel dossier. Vous éveillerez ainsi l'intérêt de ces personnalités qui ont souvent l'impression de ne pas être écoutées. Autre trait saillant des opiniâtres : lorsqu'ils sont stressés, ils font preuve d'intransigeance à la moindre contradiction. En les prenant de front, vous risquez de les braquer et de ne rien obtenir. Il est préférable de jouer la carte du dialogue : consultez-les en leur faisant comprendre que leur avis vous importe. Bien souvent, au cours d'une réunion, les opiniâtres ne prennent jamais la parole en premier. En revanche, il est impossible de les arrêter lorsqu'ils sont lancés dans une grande discussion. Et alors, rien ne les énerve plus qu'un interlocuteur qui ne s'exprime pas...

#### - Les séducteurs : des défis à relever.

Ce type de personnalité a besoin de se voir confier des missions vivantes et variées car leur forte motivation ne résiste pas à l'impression de routine. Débordants d'énergie, ils affectionnent les défis, en particulier les missions courtes qui exigent ruse et débrouillardise. En langage Process Com, ce séducteur-né est appelé « promoteur ». Il s'adapte à toutes les situations grâce à son sens affûté des relations sociales et se révèle extrêmement charmeur, aussi bien en petit comité que devant une salle comble. Pour le motiver, pas question de lui présenter son job de manière classique. Il va falloir le lui vendre. Sa motivation constitue un atout précieux pour une équipe, mais elle a tendance à décliner rapidement. Il faut donc l'affecter à des missions vivantes et variées, tout en rappelant certaines notions d'autorité.

#### - Les rêveurs : la nécessité d'être direct.

Pendant les réunions, les rêveurs ont l'air ailleurs, passant leur temps à gribouiller sur une feuille de papier. Mais lorsqu'on les sollicite, ils interviennent de manière posée et réfléchie. Dotés d'une grande imagination, ils doivent être poussés à l'action pour ne pas s'enfermer dans leurs songes. Il est donc important de leur exposer de façon détaillée ce que vous attendez d'eux, en leur fixant des échéances précises. Les rêveurs sont à l'aise dans les missions d'étude, de veille ou de conception de produits. Lorsqu'ils sont stressés, ils risquent cependant de s'enfermer dans une forme de passivité et de se déconnecter du monde. Si ce type de personnalité a la capacité à rester seul durant des heures pour approfondir un dossier, sa hantise est de devoir prendre la parole en public.

N. N.

**Color Print**  
Imprimerie & Gravure

**NOS FORCES**  
Une imprimerie numérique  
Une sérigraphie professionnelle et équipée  
Un studio de création graphique compétent  
Un pool commercial expérimenté  
Une équipe jeune et dynamique  
Des équipements neufs et/ou rénovés

**NOS SERVICES**  
Calendriers de fin d'année (muraux, spirales, poches, semainiers etc)  
Agendas personnalisés (couleurs, images etc)  
Cartes de vœux, cartes postales  
Cartes de visite, papiers entêtes  
Impression sur tee-shirts, polos  
Gravure sur clés usb, tapis souris, parapluies, sacs

Téléphone : (241) 09 89 81 88 - Ouvert de 8h à 19h de Lundi à Samedi  
Quartier Louis à l'entrée du "Balajo" (Maringa)

**Economie Gabon**

**50 ans de BTP au Gabon**  
Ou en sommes-nous ?

Retrouvez-nous sur notre site  
[www.economie-gabon.com](http://www.economie-gabon.com)

Retrouvez-nous sur notre site  
[www.economie-gabon.com](http://www.economie-gabon.com)

**economie-gabon.com**

# Assurance habitation : comment ça marche ?

**Légalement, l'assurance habitation contre les risques d'incendie ou les autres dommages n'est pas obligatoire. Mais pour un propriétaire, les dégâts causés par un sinistre peuvent représenter des sommes considérables et l'assurance habitation devient alors providentielle.**



Les incendies font partie des sinistres les plus couramment couverts par l'assurance habitation. Toutefois, il est primordial d'opérer une lecture attentive de votre contrat afin d'identifier les différents types de dégâts pris en charge par votre assurance.

Aujourd'hui, de plus en plus souvent, le contrat de bail oblige le locataire à souscrire une assurance habitation. Avant de souscrire un contrat d'assurance habitation, il est indispensable de bien prendre connaissance des dégâts qu'il couvre afin d'éviter les mauvaises surprises. Habituellement, les risques d'incendie, d'explosion, de foudre, de vandalisme, d'électricité et d'attentat sont toujours couverts, ainsi que les dommages occasionnés par une tempête ou la grêle. Les dommages causés par les eaux sont également pris en compte la plupart du temps, lorsque la cause se situe dans l'immeuble assuré ou dans l'immeuble voisin. En revanche, les risques d'inondation sont rarement couverts par ce type de contrat, d'autant qu'en cas de calamité naturelle,

des fonds spéciaux sont souvent chargés d'indemniser les victimes. Par ailleurs, la plupart des assureurs réclament une prime supplémentaire pour couvrir les risques de chute d'arbres, les dommages occasionnés par des objets extérieurs à l'habitation et les tremblements de terre. Certaines compagnies proposent même des contrats plus onéreux qui permettent de couvrir les frais de déblaiement des dégâts, de séjour provisoire à l'hôtel, d'expertise et même de notes téléphoniques.

#### La multirisque habitation, un tout en un

En général, il est préférable d'assurer l'immeuble ou le bien loué pour sa valeur de reconstruction, y compris la TVA et les frais d'architecte. Pour le mobilier, d'une manière générale, les valeurs à assurer sont les objets usuels pour leur va-

leur à neuf ; les vêtements et linges pour leur valeur réelle ; les objets d'art ou de collection pour leur valeur vénale ; les antiquités et bijoux pour leur valeur agrée, et les objets précieux pour leur valeur de remplacement.

Avant d'assurer vos biens mobiliers, il est primordial d'en évaluer le montant exact et la valeur réelle. A cet effet, des experts de la compagnie d'assurance sont souvent mis à disposition. Par ailleurs, une fois le contrat d'assurance habitation signé, si vous entreprenez des travaux susceptibles de faire augmenter la valeur du bien, il est important de réévaluer le montant de l'assurance afin de toujours être couvert sur la valeur réelle. Si vous sous-

estimez vos biens afin de faire baisser le montant des cotisations, vous serez mal couverts en cas de sinistre. Pendant longtemps, les assureurs proposaient séparément une assurance incendie, une assurance dégâts des eaux ou une assurance en cas de vol. Mais aujourd'hui, ce sont les offres complètes qui tendent à dominer le marché, comme la « multirisque habitation ». Ce contrat type couvre l'ensemble ou la majeure partie de ces risques liés au logement. Il inclut généralement des garanties complémentaires : responsabilité civile, protection juridique, voire individuelle accident et assistance. Le plus souvent, la multirisque habitation couvre ainsi le propriétaire ou le locataire contre les pertes subies par son mobilier.

#### Les obligations du propriétaire et du locataire

Les divers occupants d'une habitation n'ont pas nécessairement les mêmes responsabilités, notamment en cas d'incendie. Les contrats d'assurance diffèrent donc selon la situation de l'occupant. Dans la pratique, un locataire doit obligatoirement assurer sa responsabilité civile en cas d'incendie, dégâts des eaux et autres dommages survenant à l'immeuble, mais est libre de s'assurer pour les dommages causés à ses propres biens. Le propriétaire ou copropriétaire occupant souscrit généralement (mais non obligatoirement) une multirisque habitation et, le cas échéant, une assurance collective pour les parties communes de l'immeuble. Le propriétaire d'un logement loué doit (mais ce n'est pas une obligation légale) assurer sa responsabilité civile pour les dommages causés aux tiers.

En cas de vol, il ne faut pas manquer de vigilance pour espérer faire marcher son assurance. Dans les vingt-quatre heures à partir de la découverte de celui-ci, vous devez faire une déclaration auprès des autorités de police et, éventuellement, recueillir des témoignages. Puis vous aurez deux jours ouvrés pour déclarer le vol à la société d'assurance par lettre recommandée avec accusé de réception, en indiquant

**Aujourd'hui, les offres complètes tendent à dominer le marché, comme la multi-risques habitation.**

nom et adresse, le numéro du contrat, la date du vol. Ce délai de déclaration est porté à cinq jours en cas d'incendie, explosion, dégâts des eaux ou bris de glace. Lorsque ces délais ne sont pas respectés, la société d'assurance peut refuser le remboursement. L'assuré doit alors communiquer à son assureur la liste des objets volés, leur estimation et joindre le récépissé de la déclaration de vol au commissariat de police ou à la gendarmerie.

DIEGO ESSANDONE

IMMOBILIER

PROMOTIONS

CONSEIL

EXPERTISE

# BICP

BUREAU INTERNATIONAL  
DE CONSEIL & DE PROMOTION

IMMEUBLE BICP - BORD DE MER - 1474 AV. G. POMPIDOU  
BP 4562 LIBREVILLE

TEL. : 73 18 80 - 73 17 55 - 05 31 70 00

E-mail : pchandezon@yahoo.fr



**PHILIPPE CHANDEZON ET SES COLLABORATEURS**  
VOUS SOUHAITENT DE BONNES FÊTES DE FIN D'ANNÉE  
ET VOUS PRÉSENTENT LEURS MEILLEURS VOEUX POUR 2011  
AVEC DE NOUVEAUX PROJETS IMMOBILIERS



PROJET DE VILLAS JUMELÉES A ANGONDJE



# Africa N°1 Paris

## La voix de l'Afrique loin de ses origines



**L'antenne parisienne de la radio panafricaine basée à Libreville a bien prospéré depuis son lancement en 1981 et génère même d'importants profits depuis 2004. Pourtant, Libreville ne semble guère profiter des fruits de cette réussite et les programmes, comme les profits, s'éloignent de plus en plus de son siège gabonais...**

**S**elon l'étude « Médiamétrie panel radio 2009-2010 », la filiale parisienne de la radio panafricaine évolue sur un marché de plus de 42 millions d'auditeurs âgés de 13 ans et plus, qui sont à l'écoute pendant 2 heures 54 quotidiennement, en moyenne 12,3 jours sur 15. L'étude souligne en outre que les deux tiers de l'audience sont réalisés entre 6 et 9 heures, une tranche horaire communément appelée « la matinale » dans le milieu des médias. Sur 107.5, entre 5 heures 45 et 9 heures 20 temps universel, les audiophiles s'éveillent avec « Bonjour l'Afrique » dans sa version parisienne, avec Aïssata Thiam qui sait vous sortir du lit en douceur.

### Intégration et transparence

Pour ce qui concerne l'information – le principal centre d'intérêt des auditeurs de la radio africaine avec le sport –, sept journaux d'information sont diffusés en direct de Libreville par la rédaction d'Africa N°1, entrecoupés de sept synthèses de l'actualité française. Des moments où ce qui fait la particularité de la voix de l'Afrique, sa couleur, son ton, semble avoir été gommé pour laisser place à une

information que l'on trouve partout en zappant sur la bande FM parisienne. Africa N°1 Paris, qui produit désormais 60% de ses programmes, s'intègre si bien qu'elle se fond dans la masse pour mieux disparaître. On comprend la démarche lorsqu'on demande au PDG de la filiale parisienne, Dominique Guihot, qui sont ses concurrents. Il cite France Info, RFI puis Chérie FM... avouant s'appuyer sur une étude BVA. Pourtant, une autre enquête plus ciblée, du cabinet Solis et baptisée « Horizons » – la première consacrée au marché des médias auprès des populations originaires d'Afrique et des départements d'outre-mer vivant en Ile-de-France, soit près de 20% des habitants de cette région – révèle que près de 53% des populations d'Afrique subsaharienne écoutent les stations de radio identitaires en raison de codes de communication propres et d'attentes spécifiques. Un auditoire à ne pas égarer car quatre immigrés sur dix résident en Ile-de-France, selon l'Institut national de la statistique et des études économiques. De plus, en 2009, pour la première fois les secondes générations des populations issues de l'immigration nées en France étaient plus nombreuses que les primo-arrivants.

### L'orientation numérique

Une cible loin d'être atteinte au vu des résultats d'audience des radios en Ile-de-France pour la période septembre-octobre 2010, publiés le 25 novembre 2010 par Médiamétrie. Africa N°1 Paris ne figure pas sur cette liste qui prend uniquement en compte les stations atteignant au moins les 90 000 auditeurs, c'est-à-dire 1,5% d'audience cumulée pour un jour moyen de semaine lundi-vendredi (5h-24h). Qu'à cela ne tienne, le PDG d'Africa Média – société qui exploite la fréquence parisienne d'Africa N°1, au chiffre d'affaires de 1,4 million d'euros pour cette année (après la crise des annonceurs l'an passé) et qui dégage des bénéfices depuis 2004 – ne veut pas parler rentabilité mais développement. Quelque 200 000 euros ont été consentis dans le passage au numérique entre 2006 et 2009, et 100 000 euros pour la vivacité du site Internet depuis le début de l'année 2010.

« Africa1.com » enregistre 1 million 460 000 visites par an et des pics de fréquentation lors d'événements ponctuels comme le face-à-face entre les deux candidats du second tour de la présidentielle en Côte d'Ivoire le 25 novembre dernier, avec 45% supplémentaires.

Et au premier trimestre 2011, l'univers Africa N°1 devrait être accessible via une application sur smartphone, avec un investissement de quelques dizaines de milliers d'euros pour offrir un choix plus large que la consultation et l'écoute disponibles aujourd'hui sur Orange Live. Des investissements rendus possibles grâce à la manne financière des annonceurs qui représente actuellement 80% du budget, une charge qui incombait jusque-là à la maison mère, Africa N°1, qui versait 230 millions de FCFA (en 2006 encore) pour la fourniture de cinq heures/jour de programmes parisiens et soldé toujours les 20% restant, sans pour autant se voir redistribuer les revenus publicitaires, y compris ceux engrangés dans les tranches de programmes venant de Libreville, conservés en intégralité par la filiale française.

### Des tours de passe-passe

Contributeur mais pas propriétaire : Africa N°1 se retrouve aujourd'hui reléguée au second plan de sa filiale. En effet, pour émettre sur les 107.5 FM à Paris le 4 septembre 1992, Africa N°1 a dû créer la société Eurafripub, au sein de laquelle elle ne détient que 20%, conformément à la loi française limitant à cette part du capi-

tal d'un média toute personne physique ou morale n'appartenant pas à la communauté européenne. Et comme dans la configuration établie au siège à Libreville, son principal partenaire est la Sofirad – détenue par l'Etat français – dont la dissolution est annoncée en 2002 mais toujours pas effective dans les registres des greffes des tribunaux de commerce à ce jour, ainsi que les sociétés Locatom, Ets Jean Lefevre et Comilog Holding, qui se retirent en 2000 entraînant la redistribution suivante : Sofrea Sofirad, 43% ; Africa N°1, 20% ; ANTC, 37%. La modification du capital se poursuit en septembre 2001 avec la cession à M. Guihot de la totalité des parts (80%) de la société ANTC que détiennent Mme Odile Volk et M. Fouad Benhalla. Puis, l'année suivante, la Sofirad lui cède ses parts pour un montant qu'il veut garder confidentiel, faisant de lui l'actionnaire majoritaire de la société renommée « Africa Média ». Une redistribution qui laisse songeur lorsque l'on sait que l'autorisation du CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) pour la fréquence 107.5 FM est donnée à la station dénommée Africa N°1, et que nul ne saurait oublier où cette radio a vu le jour.

### Une perte d'identité

Autre interrogation, la marque Africa N°1 a été déposée à l'Institut national de la propriété industrielle à Paris par la société HMI, dirigée par l'ancien actionnaire de ANTC, le 25 novembre 2008, près de trente ans après la création de la marque et de son concept à Libreville. Pour mémoire, le défunt président Omar Bongo Ondimba a eu l'idée révolutionnaire de doter le continent d'un outil sans commune mesure pour relier les peuples d'Afrique, une radio à dimension continentale, dotée d'installations à sa hauteur avec le centre émetteur international ondes courtes de Moyabi, opérationnel en 1979.

Le temps passe mais doit-on être amnésique ? D'autant qu'en matière de marque notoire, il n'est pas besoin de faire l'objet d'un dépôt pour bénéficier d'une protection légale. L'appréciation de la notoriété relève du pouvoir souverain du juge, souligne l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle, mise sur pied par les dirigeants africains au sortir des indépendances en 1962. Et au moment où l'on célèbre le cinquantenaire, rendre son identité à la voix des peuples serait un bon moyen d'ancrer notre voix dans l'histoire qui s'écrit.

CHRISTIANE REVENO



BlackBerry.

BlackBerry® solutions de moov  
Gérez votre business de n'importe où.  no limit

- Forfait prépayé mensuel
- Forfait prépayé hebdomadaire
- Forfait prépayé quotidien

Service client : 05 30 00 00 ou 4443 (appel gratuit) - [www.moov.ga](http://www.moov.ga)

BlackBerry® Storm2™ 9520 smartphone. 

BlackBerry®, BIM®, Research In Motion®, SureType®, SunPress™, BBM® ainsi que les marques déposées, les noms et les logos qui leur sont associés sont la propriété de Research In Motion Limited et sont enregistrés et/ou utilisés aux Etats-Unis et dans les pays du monde entier. Photo non contractuelle.

# Institutions de Bretton Woods

## Un automne rythmé par les réformes

La grand-messe annuelle de la Banque mondiale et du Fonds monétaire international s'est déroulée de 7 au 10 octobre dernier sur fond de réformes de la gouvernance. Si la situation économique mondiale est encore sujette à caution, c'est aujourd'hui l'Afrique, principalement subsaharienne, qui fait figure de bon élève.

Reforme ! Cette préoccupation aura été la grande vedette des Assemblées annuelles 2010 du Fonds monétaire international (FMI) et de la Banque mondiale. La crise économique mondiale de 2007-2009 est passée par là. « Elle a aggravé les problèmes existants et en a créé des nouveaux », souligne Olusegun O. Aganga, gouverneur pour le Nigeria au FMI et à la Banque mondiale et président du Conseil des gouverneurs de ces deux institutions. Ainsi, surfant sur la nécessité de

s'adapter à ces circonstances nouvelles, toutes les énergies ont été canalisées vers la mise en place « d'une architecture mondiale qui réduirait le risque de crise, s'attaquera plus efficacement aux effets de contagion, protégera les plus vulnérables et établira les fondements d'une croissance à la fois vigoureuse, durable, créatrice d'emplois et généralisée ».

### Une reprise fragile et inégale

Un premier signe de cet engagement

réformateur a été le format des assises elles-mêmes. La quinquagénaire version fourre-tout a fait place à une messe « plus ciblée et plus efficiente, avec un format de présentation des discours plus attrayant », le tout agrémenté par un logo plus dynamique et impressionnant. Au jeu du relooking sous l'empire de la crise, les pays membres de la Banque et du Fonds avaient déjà renforcé la capacité des deux institutions d'octroyer des prêts afin de soutenir le financement de

la croissance et d'aider les pays à mieux faire face aux risques. Les effets consécutifs ne s'étaient alors pas fait attendre. Olusegun Aganga dresse le bilan avec un brin de satisfaction : « Depuis le début de la crise, le FMI a engagé un montant record de 223 milliards de dollars en faveur de ses pays membres, notamment au titre d'accords de précaution, et a décaissé 72 milliards de dollars. Dans le même temps, le groupe de la Banque mondiale a engagé 130 milliards de dollars et a décaissé un montant record de 88 milliards de dollars, y compris 22 milliards en faveur des 79 pays les plus pauvres. »

Couronnement de cette réactivité toute nouvelle des deux institutions jumelles de Bretton Woods, « la plupart des pays d'Afrique subsaharienne ont réussi à surmonter la crise », a fait noter Antoinette Sayeh, directrice du département Afrique au FMI. « La reprise économique est désormais bien ancrée en Afrique, même dans les pays à revenu intermédiaire, durement touchés par la crise. Nous tablons désormais sur une croissance proche de 5% en 2010, et encore plus forte en 2011 », a-t-elle renchéri. Seulement, en cet automne doux sur les bords du Potomac, la bonne santé retrouvée de l'Afrique – mais également de l'Asie et de l'Amérique latine – ne suffit pas pour redonner l'allant nécessaire à l'économie mondiale. « Certes, il y a une reprise, et lorsque nous examinons les données nous notons qu'au niveau mondial la croissance revient.

Mais nous savons tous que la reprise est fragile et inégale, et qu'elle est fragile parce qu'elle est inégale... Nous faisons face à un avenir très incertain », a alerté Dominique Strauss-Kahn, le directeur général du Fonds, apportant ainsi un bémol à la « réformite » ambiante.

### De la nécessité de nouvelles représentations

En ce qui concerne les innovations inscrites à l'agenda, celles touchant au gouvernement de la Banque et du Fonds n'ont pas manqué de surgir dans toutes les discussions. La situation économique nouvelle, caractérisée par une montée en croissance des pays en développement et émergents et une stagnation – quand ce n'est pas un recul – des économies avancées, a donné de la carrure aux nouveaux champions mondiaux de la croissance qui réclament « une correction du déséquilibre de la participation et de la représentation au sein du FMI » en leur faveur. Dans cette logique, le groupe de la Banque mondiale a créé « un troisième siège pour l'Afrique et arrêté le principe de transférer une partie des voix aux pays en développement et en transition ». L'annonce a été faite par son président, l'américain Robert Zoellick. Avec ce nouveau siège, qui porte à 25 le nombre des membres du Conseil d'administration, les pays en développement se retrouvent à contrôler désormais une majorité, bien qu'ils aient une minorité dans les droits de vote (47,2%). Ce troi-

## Une Afrique exemplaire



Les Assemblées annuelles 2010 des institutions jumelles de Bretton Woods avaient une saveur bien particulière pour l'Afrique. Le continent, habituellement sujet de toutes les préoccupations de la communauté internationale, a en cet automne cédé son fauteuil aux Etats-Unis et à l'Europe. Ces deux poids lourds donnant actuellement bien plus de soucis à la planète que notre continent... Alors que « la situation est plutôt bonne [...], la plupart des pays d'Afrique subsaharienne ont retrouvé la croissance bien plus vite que par le passé », soulignait Dominique Strauss-Kahn, avant d'ajouter qu'« en Europe, comme nous le savons tous, la reprise est anémique, et aux Etats-Unis, elle reste modérée ».

« Auparavant, lorsqu'il y avait une crise mondiale telle la dernière, il fallait attendre environ un an avant que les pays africains ne rattrapent leur retard. Cette fois-ci, ce ne fut pas le cas et la croissance y est vraiment rapide », s'est par ailleurs félicité le directeur général du FMI. Dans leur grande majorité, les pays du continent se sont montrés résilients face aux turbulences qui ont secoué le reste du monde. Antoinette Monsio Sayeh, directrice du département Afrique au FMI explique cet état de fait : « A notre avis, la

principale explication réside dans le fait qu'à la veille de la crise, la situation macroéconomique de beaucoup de pays africains était bien plus solide que par le passé. L'inflation et l'endettement y étaient faibles et les réserves de change avaient atteint des niveaux confortables. De ce fait, de nombreux pays possédaient les marges de manœuvre nécessaires pour faire face au choc et, le cas échéant, y répondre par des politiques contra-cycliques. En particulier, certains ont ainsi pu laisser leur déficit budgétaire se creuser, permettant ainsi d'absorber une partie de l'impact du choc né de la récession économique mondiale. »

Ainsi donc comme, elle ne manquera pas d'insister, « la reprise économique est désormais bien ancrée en Afrique, même dans les pays à revenu intermédiaire durement touchés par la crise ». Par conséquent, le Fonds et la Banque tablent désormais, en ce qui concerne la partie subsaharienne du continent, « sur une croissance proche de 5% en 2010 et encore plus forte en 2011, soit des niveaux proches de ceux enregistrés avant la crise ». Elle avait fière allure l'Afrique, au cours de ce « jamboree » de l'économie et de la finance. Et les perspectives sont encore bien prometteuses pour elle. « Pour l'Afrique subsaharienne, la croissance plus rapide des pays émergents ouvre des perspectives de diversification des flux d'échanges commerciaux et d'investissement. Cette diversification est déjà en cours et se développe à un rythme de plus en plus rapide », a révélé la première responsable du département Afrique du Fonds.

Ne reste donc au continent qu'à créer les conditions de réalisation de ces « belles promesses ». Et en la matière, la prescription du Fonds pour le continent est « d'accroître sa compétitivité économique, notamment en améliorant ses infrastructures publiques ; de ramener les politiques économiques à l'équilibre en reconstituant les marges de manœuvre qui ont si bien servi le continent durant la crise ; de tempérer les politiques de relance budgétaire pour replacer les finances publiques sur le chemin de la viabilité ; et veiller à ce que les niveaux d'endettement restent gérables ». Les défis auxquels le continent doit faire face en 2011 sont pour le moins connus.

S. A.

**L'Aluminium, c'est SOTRALGA**

**Tôle ondulée**  
**Bac aluminium**

- Solidité
- Sécurité
- Etanchéité

**Ne rouille pas**

**Tél. 70 32 69**

**SOTRALGA**

Retrouvez toutes les informations sur l'économie gabonaise en vous abonnant gratuitement à la newsletter sur notre site

[www.economie-gabon.com](http://www.economie-gabon.com)

**economie-gabon.com**



Saluant la bonne résilience de l'ensemble du continent africain face à la crise, les assemblées annuelles se sont davantage penchées sur le sort de l'Europe et des Etats-Unis.

sième fauteuil africain est occupé depuis le 1<sup>er</sup> novembre par Renosi Mokate, de la Banque centrale sud-africaine, qui représente en plus de son pays les deux plus grands producteurs de pétrole du continent que sont l'Angola et le Nigeria.

Côté FMI, « le réalignement des quote-parts en fonction de l'évolution du poids des différents pays dans l'économie mondiale » exigé laisse augurer d'un casse-tête chinois, tant l'équation comporte moult inconnues : d'abord la menace d'une réduction, de 24 à 20, du nombre des sièges du Conseil d'administration ; ensuite l'exigence faite à l'Europe (qui occupe 9 des sièges) de s'en délester d'au moins 2 ; puis le fait qu'en même temps qu'ils revendiquent d'être mieux représentés au sein de l'instance de décision du Fonds, les pays émergents exigent que le rééquilibrage ne se fasse point « au détriment des autres pays en développement » ; et enfin, le risque que si au 31 octobre 2010 – date d'expiration du mandat des administrateurs actuels –, une solution définitive n'est pas trouvée, le FMI flirte pour la première fois de son histoire avec une forme d'illégitimité opérationnelle.

Le *mea culpa* du FMI Dans un environnement des Assemblées annuelles pollué par le désordre monétaire et les empoignades sino-américaines sur la question, les parties autour de la table n'ont pu aboutir à aucune décision concrète après plusieurs jours de discussion à Washington. Tout au moins ont-elles convenu de travailler à obtenir un accord avant le 31 octobre 2010, avec dans leur viseur la réunion des ministres des Finances du G20 des 22 et 23 octobre en Corée du Sud. S'engageant dans la foulée à « s'employer

activement à résoudre les questions en suspens, [qui portent sur] les modalités à mettre en place pour protéger le pouvoir de vote relatif des pays membres des plus pauvres ; l'implication accrue des ministres et la surveillance stratégique ; et l'adoption d'un processus de sélection ouvert, transparent et fondé sur le mérite pour choisir le chef du FMI et des autres institutions financières internationales ».

Reprenant à leur compte la préoccupation d'accroissement de l'efficacité de la Banque et du Fonds pour mieux faire face aux effets de la crise, mère de toutes les réformes, les pays regroupés en divers blocs sont allés chacun de leur « grain de sel » dans la conduite à tenir pour empêcher qu'une nouvelle crise de l'ampleur et de la gravité de celle dont l'économie mondiale peine à se remettre totalement ne survienne encore. Sans vouloir jouer les Cassandra, le directeur général du FMI a d'ailleurs préféré prévenir à la tribune de la 64<sup>e</sup> séance plénière des Conseils des gouverneurs du Fonds et du groupe de la Banque : « Aujourd'hui, nous ne sommes pas en mesure de dire que si une nouvelle crise éclatait – ce que je ne prévois pas – dans les prochains jours, dans deux ans, dans cinq ans, dans dix ans, nous avons de quoi y faire face... »

Une mise en garde qui n'a pas manqué de faire quelque peu froid dans le dos, surtout intervenant dans un contexte de récurrence d'informations annonçant ça et là une replongée possible de l'économie américaine. Mais qui, pour Dominique Strauss-Kahn et son binôme Robert Zoellick, est plutôt un appel à encore plus d'action. Car « nous avons donc fait beaucoup de promesses, mais nous n'en avons pas tenues assez ».

STÉPHANE AMANI

## Les mises en garde de D.S.K.



Pour le directeur général du FMI, la crise est quelque peu derrière nous ! « Au FMI, nous sommes plutôt optimistes et nous ne prévoyons pas de rechute », lançait-il au Conseil des gouverneurs. Pour le brillantissime économiste qu'est DSK, il ne faut cependant pas s'y méprendre, « cela ne signifie pas qu'il n'y a pas de risque de dégradation ». Au contraire les risques sont nombreux, n'a-t-il eu de cesse de ressasser à longueur de conférence, en évoquant principalement :

**La dette publique.** « Pendant cette crise, les ratios d'endettement ont nettement augmenté, en particulier dans les pays avancés. Nous prévoyons que la dette de ces pays atteindra environ 110% du PIB en moyenne d'ici 2014, contre 75% avant la crise. C'est une augmentation de 35 points de pourcentage. C'est beaucoup et nous devons régler ce problème. Mais ne nous méprenons pas : cette augmentation de 35 points de pourcentage est due principalement à la faiblesse de la croissance, aux dépenses liées au sauvetage du secteur financier et au manque de recettes résultant du ralentissement économique. Seulement un dixième environ de cette hausse est imputable directement aux mesures de relance. C'est donc clair : la menace principale pour la viabilité des finances publiques, c'est la faiblesse de la croissance. [...] À moyen terme, il faut assurer la viabilité des finances publiques. Tout doit être fait pour aller dans ce sens à court terme. Mais tandis que la reprise reste fragile, toute la marge de manœuvre budgétaire qui demeure disponible doit être utilisée pour soutenir la croissance. Nous devons donc miser sur une croissance durable d'un point de vue budgétaire. »

**Une reprise qui ne crée pas d'emplois.** « La croissance, c'est bien, mais elle ne suffit peut-être pas si elle ne crée pas d'emplois. Dans beaucoup de pays, soit la croissance ne sera pas suffisamment élevée pour faire reculer le chômage, soit elle sera très élevée, mais avec une productivité si élevée que les effets sur le chômage seront très faibles. Nous devons donc miser sur la croissance, mais aussi sur l'emploi. Pendant cette crise, l'économie mondiale a perdu environ 30 millions d'emplois. De plus, dans les dix années à venir, 450 millions de personnes vont arriver sur le marché

du travail. Le risque existe de voir une "génération perdue"... Ne nous faisons pas d'illusions. Nous ne sommes pas encore sortis d'affaire. Et pour l'homme de la rue, une reprise sans emplois n'a guère de sens. Il faut miser sur une croissance durable, mais aussi sur l'emploi. »

**Le secteur financier.** « Nous savons tous comment cette crise a commencé : elle trouve son origine dans le marché immobilier des Etats-Unis. Nous savons tous que de nombreuses promesses ont été faites par les dirigeants à Pittsburgh ; en fait, à Londres d'abord puis à Pittsburgh, et aussi à Toronto. "Nous ne connaissons plus de problèmes à l'avenir", nous ont-ils dit. Nous allons réparer le système financier. Nous allons instituer de nouvelles règles, mettre en place un secteur financier plus sûr. Et il faut reconnaître que beaucoup de chemin a été parcouru. Récemment, comme vous le savez tous, les règles dites de Bâle III ont été adoptées. Si l'on peut débattre de toutes les conséquences de cette très importante avancée, je pense que les nouvelles règles sont très bien conçues et très importantes. »

Mais ce n'est là qu'une partie du problème. Comme le FMI ne cesse de le répéter depuis le début, il ne s'agit pas seulement de réglementation, même si la réglementation est indéniablement importante ; nous avons aussi besoin d'un meilleur contrôle. Vous pouvez avoir les meilleures règles du monde mais si leur application n'est pas contrôlée, si elles ne sont pas appliquées, c'est comme si vous n'aviez rien fait... Il nous faut aussi un mécanisme de résolution des crises parce que personne n'a la naïveté de croire que nous éviterons les crises à l'avenir. Nous avons donc fait beaucoup de promesses mais nous n'en avons pas tenues assez. Il nous faut miser sur la croissance, sur l'emploi, mais aussi sur le changement dans le secteur financier. »

**La disparition de la volonté de coopération.** « Durant la crise, la coopération était reine et nous avons évité une crise aussi grave que la Grande Dépression parce que tous les pays ont agi de façon collective. [...] Les dirigeants et les nations ont su travailler ensemble, dans un esprit de coopération, pour riposter comme il se devait à la crise. Aujourd'hui, cette volonté de coopération internationale n'a pas disparu, l'élan qui lui a donné naissance subsiste, mais elle n'est pas aussi forte qu'auparavant. Il est compréhensible que, s'appuyant sur l'idée que la crise est terminée – une idée certainement fautive mais que beaucoup de gens partagent –, les pays retournent à leurs problèmes intérieurs et se soucient moins de coopération internationale. Mais c'est pourtant là que résident véritablement les problèmes de demain. Ainsi donc, pour se mettre totalement à l'abri de toute mauvaise surprise, le monde devra donc miser sur la croissance durable, miser sur l'emploi et miser sur la réforme du secteur financier, mais aussi miser sur la coopération. Est-ce que cela suffira ? La question reste ouverte. »

S. A.

# Luxury Car à la conquête de Libreville

Deux centaines d'invités triés sur le volet ont pris part le 2 Décembre à Libreville à la somptueuse soirée de lancement du show room de Luxury Car, un nouveau concessionnaire de voitures de luxe.



Pari réussi pour Luxury Car, le nouveau concessionnaire d'automobile de luxe, qui vient d'inaugurer avec réussite son rutilant show room dans la zone industrielle d'Oloumi. Le tout Libreville mondain était réuni le 2 Décembre dernier devant l'entrée de la nouvelle salle d'exposition où d'imposantes silhouettes de voitures attendaient l'heure H sous leurs capes en soie rouge. Le patron de Luxury Car, Medhi Keack, a vu les choses en grand. Avant d'ouvrir les portes, le pot de bienvenue a été ponctué par une belle performance des champions de France de jonglage de bar, le tandem Bar Academy, qui ont fait virevolter verres et bouteilles enflammées avec adresse et humour. Quand les portes se sont ouvertes, ce sont les danseurs traditionnels et contemporains qui ont offert un spectacle signé BtoB, cependant que dans les galeries vitrées qui surplombent la salle performaient des danseurs statufiés par des combinaisons



dorées intégrale. Les festivités achevées, les mannequins ont fait leur entrée en limousine pour dévoiler avec l'heureux patron les modèles exposés. Là encore, les aficionados des voitures de rêve ont été servis, avec notamment l'exceptionnelle Porsche Cayenne Panamera Turbo ou encore le modèle Porsche Cayenne 2011. Mais aussi les derniers modèles des gammes Cadillac et Q5 Audi. Les invités ont eu l'honneur d'essayer les bolides, escortés par des dizaines de charmantes hôtesses, cependant que les écrans muraux présentaient les contours techniques et ergonomiques de ces voitures d'exception. Champagne, buffet gastronomique, rien n'a manqué au luxe et à la volupté. Une entrée réussie sur le marché

pour le patron de Luxury Car, qui marque sans doute là le début d'une nouvelle ère dans le commerce de la voiture de luxe au Gabon avec un garage équipé et homologué, des garanties et un service après vente de qualité.



# Ida Andagui

## Une pionnière du secteur touristique gabonais

Le tourisme recèle un potentiel considérable au Gabon et Ida Andagui fait partie des forces vives, encore trop rares, de ce secteur. Avec sa société Mbolo Tour, elle valorise à dessein les nombreuses atouts du tourisme gabonais. Portrait d'une jeune femme déterminée et ambitieuse.



D'emblée, il est impossible de ne pas être sensible au charme de cette jeune dame d'une trentaine d'années, à l'élégance classique, au physique bien en chair des femmes bantous, dotée d'un regard lumineux, d'un sourire à la fois mesuré et chaleureux et d'une douceur qui traduit mal son dynamisme entrepreneurial. Mais Ida Andagui est avant tout connue comme la créatrice d'Equasud, la toute première agence privée de tourisme 100% gabonais. Un véritable exploit lorsqu'on sait que ce secteur ne compte que très peu de promoteurs privés locaux, et surtout presque jamais de femmes ! Sa démarche singulière s'explique : « C'est sans doute la beauté des cascades et des plateaux du sud-est du Gabon qui m'ont inspiré très tôt cette vocation professionnelle. Amoureuse de mon pays, j'ai toujours été passionnée par la culture, les valeurs traditionnelles, la variété de la faune, les beaux paysages et la splendeur de nombreux sites géographiques du Gabon. »

**Une formation à l'international**  
Titulaire d'un BTS en tourisme et d'un di-

plôme en management du tourisme, Ida Andagui a d'abord travaillé dans ce secteur aux Etats-Unis et en France avant de se faire les dents dans divers salons professionnels de tourisme et de travailler pour des géants tels qu'Ultra Voyages ou First Voyage. Rentrée ensuite dans son pays, le Gabon, elle exerce d'abord dans une agence de tourisme puis décide de capitaliser son expérience en créant sa propre entreprise. Ce qui n'était pas du tout facile. « Mes partenaires voulaient que je crée une agence de voyage. Mais j'entrevois tous les problèmes relatifs au paiement des commissions et, forte de mon expérience en Europe et aux Etats-Unis, je souhaitais qu'on soit des pionniers dans un secteur qui était de nature à nous donner une longueur d'avance lorsque la concurrence allait arriver. J'ai toujours cru à un boom du tourisme au Gabon. C'est ainsi qu'Equasud a été créé en 2002 », explique la jeune dame.

**Des compétences ciblées**  
Elle use aujourd'hui de son art de la discrétion et du secret lorsqu'on évoque Equasud, cette agence qui l'a révélé au public gabo-

nais. Elle se contente de faire savoir que « ce n'est pas du passé, c'est plutôt une histoire à suivre. » Sans doute préfère-t-elle orienter les projecteurs sur son entreprise actuelle dénommée « Mbolo Tour », qui est un peu l'enfant d'Ida Andagui. Cette agence, située au quartier Montagne-Sainte de Libreville, propose aux touristes, locaux et étrangers, de nombreuses destinations et diverses formules de dépaysement : des circuits touristiques (visite des lieux historiques de Libreville, pont en lianes et chutes de Poubara, observations d'espèces animales, etc.) mais aussi des voyages au cœur des traditions ésotériques du Gabon (Village Bwitiste de Beng Ntam), des lodges touristiques (Assala, Opération Louango, Wingombé Village, etc.), des visites ou des séjours dans les parcs nationaux...

La structure, qui emploie trois personnes à temps plein, s'étioffe de compétences extérieures et de travailleurs ponctuels selon les

saisons et leurs produits idoines. Ida Andagui s'explique : « On ne peut pas mobiliser beaucoup de personnes en permanence, parce que ce sont les saisons qui rythment notre activité et qui déterminent les produits à promouvoir. Il y a des saisons pour la pêche sportive, des saisons favorables à l'observation de tel ou tel animal, des saisons propices à la visite de tel ou tel site. A chaque fois, on fait appel à des guides qui seront spécialisés pour tel type de circuit et pas pour tel autre. »

**Les touristes nationaux, un public à conquérir**

La pionnière du business touristique gabonais se fait muette lorsqu'on aborde le chiffre d'affaires de son entreprise, se contentant d'assurer qu'elle tire plutôt bien son épingle du jeu même si, du fait de quelques contingences dues à la politique nationale de tourisme, sa structure tarde quelque peu à gagner l'envergure internationale qu'elle vise. Elle se plaint tout de même de la réticence des banques et autres bailleurs de fonds nationaux à faire confiance aux entreprises de services, encore moins à celles œuvrant dans le secteur d'activité qui est le sien. Abordant la question du tourisme intérieur, elle déplore la difficulté de vendre des produits touristiques aux nationaux « parce que, souvent, ils ne connaissent pas. Il n'y a presque pas de promotion ou de communication dédiée aux touristes nationaux. Ils ne savent pas qu'à moins de 100 000 francs CFA, ils ont la possibilité d'aller en week-end ou d'assister à un spectacle culturel et traditionnel dans les environs de Libreville, de partir avec des amis en balade dans la forêt ou d'aller à la plage. On doit quand même se satisfaire du fait qu'ils sont tout de même preneurs dès lors qu'ils sont informés. »

**Un secteur qui reste à développer**

Miss Andagui considère son entreprise comme un défi permanent. Malgré les embûches qu'elle surmonte très régulièrement, elle envisage le tourisme au Gabon comme un véritable secteur d'avenir. En l'état, la jeune dame explique pourtant qu'à ses yeux, cette activité est pour

le moment le parent pauvre de l'économie gabonaise. Le tourisme se maintient en effet très loin derrière les autres secteurs, avec une contribution à hauteur de 3%, à peine, au PIB. Pourtant, en raison des formidables opportunités qu'il offre, ce pan de l'économie

pourrait représenter une réelle alternative à l'exploitation des ressources naturelles et un bel enjeu en termes de création d'emplois, d'aménagement du territoire, de croissance et de valeur ajoutée locale. Gageons que l'enthousiasme d'Ida Andagui saura faire des émules et conférer à ce secteur le rôle qui lui revient.

**« C'est sans doute la beauté des cascades et des plateaux du sud-est du Gabon qui m'ont inspiré cette vocation. »**

**UBA**  
United Bank for Africa

**UBA Africash**  
L'Afrique... Unie par un service de transfert d'argent

- Transfert d'argent en temps réel
- Paiement en monnaie locale ou en devises

DÉJÀ DISPONIBLE DANS TOUTES LES AGENCES UBA À TRAVERS LE MONDE...

Afrique • Londres • New York • Paris

[www.ubagroup.com](http://www.ubagroup.com) Africa's global bank

L'ART DE LA RENCONTRE  
MEETING IS AN ART

لايكو Laico

ORIENTAL PALACE  
ALGERIE

Bonniko, Bengui, Bissau, Brazzaville, Dar-Es-Salaam, Djibouti, Entebbe, Harare, Kinshasa, Libreville, Marrakech, Ouagadougou, Tunis

[www.laicoafrique.com](http://www.laicoafrique.com)

**Economie+ Gabon**  
Le périodique des dirigeants et leaders d'opinion

**Optimisez votre visibilité en profitant de nos offres d'encarts publicitaires**

|  |  |
|--|--|
| <b>Surcouverture 4 pages</b><br>H 330 x L 530 ouvert<br>H 330 x L 250 fermé<br><b>€ 000 000 F CFA HT</b> | <b>Cavalier p1 - Pleine page</b><br>H 330 x L 370 ouvert<br>H 330 x L 150 fermé<br><b>€ 000 000 F CFA HT</b> |
| <b>Cavalier complet</b><br>H 330 x L 300 ouvert<br>H 330 x L 150 fermé<br><b>4 000 000 F CFA HT</b>      | <b>Encart 4 pages</b><br>H 320 x L 480 ouvert<br>H 320 x L 230 fermé<br><b>€ 000 000 F CFA HT</b>            |

Possibilité encarts 6 ou 8 pages et tirés à part sur devis.

Cavalier p1 - Pleine page

Surcouverture 4 pages

Cavalier complet

Encart 4 pages

**Journal**

# Le champagne, symbole de fête et de joie

A l'occasion des fêtes de fin d'année, nous vous invitons à découvrir l'histoire et les petits secrets de ce vin des grandes occasions, sans oublier quelques précieux conseils afin de l'apprécier pleinement.

Le champagne est plus qu'une région du nord-est de la France, c'est un vin de fête à vocation universelle. Le succès du champagne, sa légèreté, son élégance, son évidence et ses bulles nous font tout oublier, et même ceux qui l'ont inventé, élaboré – ces vignerons, bien sûr, qui nous permettent d'en jouir. Les vignes de Champagne figurent parmi les plus anciennes d'Europe, il se pourrait qu'on ait fait du vin avant l'arrivée des Romains. A l'origine le vin de Champagne n'était pas mousseux et concurrençait le vin de Bourgogne. Les deux provinces rivalisèrent et leur dispute finit par résumer cette question : lequel de ces deux vins est le meilleur ? Ce sont les médecins de la cour de Louis XIV qui se prononcèrent en faveur de la Bourgogne. Jusqu'à la découverte qui bouleversa les méthodes de vinification par un moine bénédictin, « Dom Pérignon », les mousseux ne progressaient pas. Tous les vignerons ont remarqué que certains vins fermentent de nouveau au printemps et que si leur gaz ne peut s'échapper, ils moussent et, en général, font éclater le récipient qui les contient.

**Avec une superficie de 33 000 hectares en région Champagne, les négociants doivent faire face à une demande croissante.**

On appelle ces vins « saute-bouchon » ou « vin du diable ». La pression était due à la présence de gaz carbonique. Dom Pérignon recommanda d'utiliser des bouteilles plus solides. Quant aux bouchons, qui étaient en coton imbibés d'huile, ils devinrent en bois avec une ficelle. Ce fut le premier à faire des assemblages de raisins, ce qui améliora la qualité. C'est Jean Oudart qui fut un des premiers à préférer les bouchons en liège espagnol à ces vieux bouchons en bois (fin du XVIII<sup>e</sup> siècle).

**Une boisson de partage ritualisant les événements familiaux.**

« Qu'importe le flacon, pourvu qu'on ait l'ivresse. » Le célèbre vers d'Alfred de Musset est désormais largement démenti par les marques de champagne qui, ces dernières années, rivalisent de créativité pour accessoriser leurs bouteilles et développer leur consommation. Chaque Noël voit fleurir seaux à champagne, flûtes, voire bijoux ou sacs estampillés. Les packagings sont eux aussi pleins de ressources pour apporter de la nouveauté. Piper Heidsieck a été l'un des premiers à bousculer les codes avec des emballages translucides rose fluo et des pochettes

de tissu fuschia ou violet. « En marketing, ce que font les Champenois est exceptionnel. Ils ont réussi à créer des marques de luxe avec des logiques de grande consommation et une infinie variété de gammes », remarque Emeric Sauty de Chalon, dirigeant de « 1855 », un site de vente à distance de vins et spiritueux lors d'une interview donnée au journal *Les Echos*.

Cette stratégie réussit plutôt bien aux 10 000 marques de champagne : sur un marché des boissons alcoolisées orienté à la baisse (-0,1%) elles enregistrent 3% de croissance en volume. Et le cercle de dégustation s'est considérablement élargi ces dernières années. Aujourd'hui on consomme moins mais mieux, donc plus haut de gamme, et on choisit plutôt des alcools doux. L'apéritif se fait volontiers au champagne et se poursuit parfois avec le repas. A Londres, la maison

Krug vient d'ouvrir une « Krug Room » dans le Dorchester Hotel, qui propose des menus créés sur mesure exclusivement accompagnés au champagne. Pour les négociants, tout se joue autour de la gestion du portefeuille de marques. Les uns

optent pour une stratégie de gros volumes quand les autres privilégient la création de valeur par un positionnement haut de gamme... Avec 33 000 hectares en Champagne, les négociants doivent faire face à une demande croissante : « Nous construisons de l'image car nous savons que nous ne pouvons pas vendre plus de cols. » Cette stratégie de valeur fait inexorablement monter les prix... d'environ 3% tous les ans, et de 5% pour les marques les plus prestigieuses : « C'est un des secteurs où la sensibilité au prix est deux fois moins grande que dans l'alimentaire. »

Du coup, on voit déferler des Cuvées Prestige, génératrices de marges. Comme Bollinger, baptisée « RD90 » pour « millésime 90 récemment dégorgé », alliance d'un vin jeune

**Peut-on garder une bouteille entamée ?**

Toute bouteille ouverte doit être consommée rapidement. Il existe cependant des bouchons parfaitement étanches qui permettent au vin, tenu au frais, de conserver son effervescence pendant quelques heures. A utiliser avec modération.



## La comparaison chez Laurent-Perrier

|                 | LAURENT-PERRIER BRUT   | LAURENT-PERRIER DEMI-SEC   |
|-----------------|--|--|
| <b>VISUEL</b>   | Robe or pâle. Bulles fines et persistantes.  | Robe brillante et élégante de couleur jaune doré, assez soutenue.  |
| <b>OLFACTIF</b> | Nez délicat, frais, d'une belle complexité. Notes d'agrumes et de fruits blancs.   | Nez intense et riche. Il s'ouvre sur des notes de fruits secs (amandes et noisettes) ainsi que sur des arômes de grillé ou de toasté. Après quelques années de vieillissement, le nez évoluera vers de riches nuances de miel et de sève de pin. |
| <b>GUSTATIF</b> | L'attaque est fraîche et souple à la fois. Le vin est rond, expressif et évolue progressivement vers des arômes fruités. Bel équilibre des saveurs et bonne persistance. | Vin ample et généreux. Bouche grasse et riche où domine la rondeur.  |

avec un vieux millésime au moment de l'em-bouteillage final. Mais pas question de risquer de donner au client le sentiment de déboursier plus que de raison. D'où un travail en profondeur sur l'image de marque pour nourrir la satisfaction d'avoir acquis un bien inestimable. C'est pourquoi les grands du secteur, notamment Grand Siècle de Laurent-Perrier ou Cristal Roederer déploient des trésors de créativité pour monter en gamme, ce qui a « pour avantage de bénéficier à l'ensemble de la catégorie ». Les accessoires servent à valoriser la consommation et « éviter une stratégie de volumes dommageable à l'ensemble de la profession », explique le directeur marketing de la maison Laurent-Perrier.

L'illustration de cette politique est le millésimé, qui se développe au pas de course. Il ne représente encore que 3% du marché mais a bondi de 20% cette année. Même logique avec les grands crus ou les cuvées spéciales (Laurent-Perrier et Gosset) « Comme le champagne est porteur d'une symbolique très forte, il permet de ritualiser des événements familiaux ou amicaux. C'est une boisson de lien et de partage. »

**Caractères des vins et accords avec les mets**

En fonction du dosage, le champagne offre toute une gamme de vins qui va des vins très secs aux vins doux, même si ces derniers sont de plus en plus rares. Le champagne offre la particularité d'être un vin qui peut être consommé à toute heure de la journée ; certains ajoutent... « et de la nuit ». Il se sert en dehors des repas, à l'apéritif, lors d'une réception, mais également pour accompagner tout un menu. Il ne doit pas pour autant constituer la solution de facilité. Il faut effectuer le bon choix. Le type de vin choisi doit être différent selon qu'il sera servi à l'apéritif, sur un poisson, un carré d'agneau, un fromage ou un dessert.

A deux personnes, il est très agréable de boire une bouteille de champagne tout au long d'un repas. Mais lorsque le nombre des convives est un peu plus important, pourquoi ne pas varier les nuances en proposant par exemple : - **Le champagne blanc de blancs** sans année à l'apéritif. Une enquête de l'Ifop (Institut français d'opinion publique) a montré que les Français boivent de plus en plus souvent le champagne à l'apéritif.

- **Un champagne brut millésimé** avec l'entrée et le poisson.

- **Un champagne rosé** avec la viande, notamment les volailles et l'agneau rôti (selle, carré, etc.). Il est possible de continuer avec ce vin pour les fromages, mais attention de bien choisir ces derniers. Pour le fromage, une autre solution : déboucher une bouteille

de Coteaux champenois rouge (type Bouzy). - **Un champagne sec ou demi-sec** avec le dessert. Choisir un rosé pour les desserts à base de fruits rouges (tarte aux fraises, mille-feuille aux framboises, etc.).

**La lecture des étiquettes**

Indépendamment des indications classiques qui figurent normalement sur les étiquettes de vins d'A.O.C., l'étiquette champenoise présente quelques particularités. Outre les mentions « grand cru », « premier cru », brut, demi-sec, etc., sur chaque étiquette de champagne figure en petits caractères un numéro d'immatriculation délivré par le CIVC (Comité interprofessionnel des vins de Champagne), précédé des initiales qui renseignent sur la catégorie professionnelle de l'élaborateur. A savoir :

- **N.M : négociant-manipulant**, personne physique ou morale qui achète des raisins, des moûts ou des vins et assure l'élaboration dans ses locaux.

- **R.M : récoltant-manipulant**, il assure dans ses locaux l'élaboration des seuls vins issus de sa récolte. Tolérance d'achat, mais limitée à 5% de sa récolte.

- **R.C : récoltant-coopérateur**, il reprend de sa coopérative des vins en cours d'élaboration ou prêts à être commercialisés à la clientèle.

- **C.M : coopérative de manipulation**, elle élabore dans ses locaux les vins provenant de raisins de ses adhérents.

- **S.R : société de récoltants**, elle élabore les vins provenant de la récolte de ses membres appartenant à la même famille.

- **N.D : négociant-distributeur**, il achète des vins en bouteilles terminées sur lesquelles il appose, dans ses locaux, un étiquetage.

- **M.A : marque d'acheteur**, il s'agit d'une marque qui n'appartient pas au professionnel (mais par exemple à son client). Dans ce cas, les initiales à mentionner sont « M.A ».

Sur les étiquettes figure également le « type » de champagne. Information primordiale pour les accords vins et mets. En effet lors de l'élaboration du champagne, le vigneron ajoute au vin une liqueur dite « d'expédition » qui détermine le goût du vin. Chaque maison a sa propre liqueur secrète qui permet de donner sa typicité. La quantité de liqueur utilisée pour le dosage est fonction du type de vin que l'on désire obtenir. L'Union européenne a fixé la terminologie utilisable pour décrire le type de vin revendiqué en fonction de la teneur en sucre du vin :

- **Brut** : moins de 15 g par litre (90% du champagne consommé en France appartient à ce type).

- **Extra-dry** : entre 12 et 20 g par litre.

- **Sec** : entre 17 et 35 g par litre.

- **Demi-sec** : entre 33 et 50 g par litre

- **Doux** : plus de 50 g par litre.

Pour une teneur de moins de 3 g, peuvent être utilisées les mentions « brut nature », « pas dosé » ou « dosage zéro ».

**La conservation et le service du champagne**

Le champagne se conserve en cave fraîche, ni trop sèche ni trop humide, à température constante (si possible 10 à 12°), à l'abri des courants d'air, des trépidations et de la lumière. Les bouteilles doivent être couchées pour que, baignant complètement dans le liquide, le bouchon ne se dessèche pas, ce qui provoquerait des « couleuses » (perte de gaz et de liquide). Après une élaboration qui a duré au moins un an et demi à trois ans, le champagne est mis sur le marché, il peut alors être consommé immédiatement ou, mieux, après quelques semaines de repos suite à son transport.

Stocké dans de bonnes conditions, le champagne gardera longtemps ses qualités. La plupart des auteurs ont écrit qu'il ne faudrait pas le conserver plus d'une dizaine d'années. C'est en partie exact, mais en partie seulement. En effet, pour certaines cuvées non millésimées, élaborées essentiellement à base de Pinot Meunier, il est souhaitable de les boire rapidement (entre trois et cinq ans). En

revanche, la plupart des Cuvées de Prestige n'atteignent leur apogée qu'après plusieurs années de bouteilles et se conservent très bien douze ou quinze ans, voire plus. Le champagne doit être servi frais, jamais glacé. Jeune et vif, il peut être servi à 8°, un champagne plus évolué ou millésimé à 10°.

**Comment le refroidir ?**

Dix à quinze minutes dans un seau contenant de la glace et de l'eau. N'utiliser le réfrigérateur qu'avec prudence : placer la bouteille, toujours couchée, pendant trois à quatre heures dans la partie la moins froide de l'appareil, mais jamais dans le congélateur ou le bac à glace : le froid excessif serait préjudiciable à la qualité du vin.

**Quels verres utiliser ?**

Tout verre à pied fin, élancé, élégant comme le champagne lui-même, conviendra parfaitement. La coupe, incommode et mal adaptée au Champagne, sera écartée. On lui préférera la flûte traditionnelle ou, mieux encore, le verre tulipe ou ovoïde. Attention : à proscrire, l'usage du « fouet à Champagne » (ou moser), utilisé jadis, qui anéantit en quelques secondes des années de bons soins attentifs et fait perdre au vin l'une de ses plus brillantes qualités, son effervescence.

Remarque : il ne faut jamais rafraîchir les verres avec des glaçons avant de servir le champagne.

JEAN-MARC DECARA

## Les bouteilles et leurs contenances

| NOM             | CONTENANCE |
|-----------------|------------|
| Quart           | 18,7 cl    |
| Demi            | 37,5 cl    |
| Bouteille       | 75 cl      |
| Magnum          | 1,5 l      |
| Jéroboam        | 3,2 l      |
| Réhoboam*       | 4,5 l      |
| Mathusalem*     | 6 l        |
| Salmanazar*     | 9 l        |
| Balthazar*      | 12 l       |
| Nabuchodonosor* | 15 l       |

\*ces bouteilles ne sont plus guère utilisées mais sont susceptibles d'être commandées pour des occasions particulières.

## Le panier de la ménagère



Tous les mois nous mesurons le pouvoir d'achat des Gabonais à partir d'une liste de courses composée de produits alimentaires et non-alimentaires. Les prix sont relevés dans trois enseignes différentes de façon à obtenir au fil des mois un indicateur de l'évolution des prix.

|                                    | MBOLO | GÉANT CK2 | PRIX IMPORT |
|------------------------------------|-------|-----------|-------------|
| <b>PRODUITS ALIMENTAIRES</b>       |       |           |             |
| Baquette                           | 125   | 125       | 125         |
| Huile 90 cl (Cuisin'or)            | 1100  | 1100      | 1050        |
| Eau minérale 1,5 l (Andza)         | 1300  | 1390      | 1390        |
| Café soluble 200 g                 | 3200  | 3200      | 3200        |
| Œufs (boîte de 6)                  | 700   | 700       | 700         |
| Farine pâtisseries 1 kg            | 410   | 410       | 410         |
| Tomate pelée 1 kg (Solaria)        | 1150  | 1530      | 1375        |
| Beurre plaquette 200 g (Elle&Vire) | 1290  | 1290      | 1050        |
| Filet de boeuf 1 kg (faux-filet)   | 7450  | 7300      | 14990       |
| Capitaine 1 kg                     | ND    | 3900      | 3750        |
| Salade verte 1 bouquet             | 350   | 350       | 350         |
| Sucre 1 kg                         | 780   | 780       | 780         |
| Yaourt nature sucré 1 pot          | 240   | 240       | 340         |
| <b>PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>   |       |           |             |
| Pâte dentifrice (Colgate 75 cl)    | 1390  | 995       | 850         |
| Savon de toilette 200 g            | 820   | 825       | 790         |
| Gasoil 1 l                         | 470   | 470       | 470         |
| Essence 1 l                        | 530   | 530       | 535         |

Prix collectés le 02/12/2010

## VOYAGE D'AFFAIRES

# Conakry, le souffle de la Guinée

La capitale de la République de Guinée présente un potentiel intéressant et devrait connaître un développement certain, d'autant que l'investiture d'un nouveau président, en la personne d'Alpha Condé, devrait procurer des gages de stabilité. Découverte d'une ville qui ne manque pas d'attraits.

Conakry est la ville portuaire la plus importante du pays, dont l'activité d'exportation de la bauxite génère d'importantes ressources pour l'ensemble du pays – la Guinée étant le deuxième producteur mondial de ce minerai après l'Australie et disposant d'un produit de qualité supérieure. Le poids de son économie lui confère une place centrale en terre guinéenne.

## Conakry des affaires

En dehors de l'activité minière, la traditionnelle pêche artisanale constitue une source de revenu sûre pour les Guinéens. Pour ce qui concerne le secteur tertiaire, la majeure partie des banques et autres institutions importantes de la Guinée sont fortement représentées dans la capitale. On peut citer entre autres Ecobank, SGBG et Biciqui, cette dernière étant une filiale de la BNP. Conakry, et par projection la Guinée tout entière, devrait connaître à coup sûr un essor remarquable après la stabilité du climat socio-politique. En l'état, dans le domaine des affaires, Conakry demeure la seule bonne adresse dans le pays compte tenu de son activité économique fort diversifiée. Pour autant, les revenus des travailleurs locaux sont peu élevés ;



Le centre-ville de Conakry est le cœur de l'activité tertiaire du pays. Il offre également de nombreuses possibilités de restauration et d'hébergement.

un Conakryka (habitant de Conakry) perçoit en moyenne 225 000 FG, soit l'équivalent de 35 euros par mois. Avec la nouvelle donne politique qui vient de voir l'élection d'Alpha Condé à la tête du pays et compte tenu de cette stabilité politique retrouvée, on peut imaginer

que le nouvel exercice permette d'offrir un certain nombre d'opportunités à de potentiels entrepreneurs.

## Conakry du tourisme

Même si l'activité touristique y est peu développée, Conakry peut tout de même

s'enorgueillir de nombreux sites touristiques, notamment les îles de Loos – îles Kassa, Room et Tamara, en pleine mer, avec de belles plages et des établissements hôteliers – ou encore le mausolée Camayenne, où les grandes personnalités guinéennes sont inhumées, dont

## Conakry, CARNET DE BORD

Population : 2 160 000 hab.  
Langues officielles : français, soussou, poular, malinké  
Fuseau horaire : GMT  
Monnaie : franc guinéen (FNG)  
1 FNG = 0,07 FCFA  
Fête nationale : 2 octobre  
Office national de tourisme :  
(224) 30 45 51 62  
Indicatif téléphonique : 224



Au large de Conakry, l'archipel de Loos comprend trois îles principales : Tamara, Kassa et Roume.

Sékou Touré. Avec ce patrimoine touristique riche mais insuffisamment exploité, la Guinée gagnerait incontestablement à développer cette activité à fort potentiel. Lors de balades en pirogue, il est possible d'apercevoir le pénitencier de Fotoba, la Guinée étant d'ailleurs la seule des huit colonies de l'ancienne Afrique occidentale française (AOF) à abriter un pénitencier. En outre, la richesse de la végétation Atlantique (mangroves, marécages, palmiers, forêt claire, savane arborée...) constitue un véritable atout touristique. Sur le marché local, on peut faire du shopping au milieu d'objets traditionnels tels que les tissus colorés batiks et wax, des sculptures, de la poterie, ou encore des produits issus du travail artisanal du cuir. Par ailleurs, Conakry peut se targuer de certains bâtiments dignes d'intérêt, qui n'échappent pas aux regards des passants en raison de leur architecture. C'est le cas du Palais des nations, de la grande mosquée de Conakry (l'une des plus grande d'Afrique de l'Ouest). A ne pas manquer également, le Jardin botanique de Conakry ou celui de Camayenne...

## Où loger ?

Conakry est très facile d'accès. Cependant toute personne voulant rejoindre la capitale guinéenne doit

nécessairement faire tous les vaccins avant de prendre la route. Pour ceux qui préfèrent rallier Conakry par la voie des airs, le trajet est assuré par de nombreuses compagnies aériennes. Il faudra faire donc le tour des agences pour trouver l'offre la plus attractive.

En termes d'hébergement, il est facile de trouver endroit pour son séjour car les hôtels sont nombreux dans les rues de Conakry. C'est le

cas notamment des îles de Loos, avec leurs commodes établissements hôteliers qui peuvent accueillir les visiteurs. Le groupe Accor y est fortement implanté.

PROSPER KOFFI

La grande mosquée Fayçal, construite grâce à un don du roi Fahd d'Arabie saoudite, est l'une des plus grandes d'Afrique de l'Ouest.



## Restauration et location de véhicule



Conakry abrite un bon nombre de restaurants aux spécialités variées. On y retrouve aussi bien des restaurants aux spécialités européennes, qu'africaines, et même asiatiques. Pour ceux qui souhaitent avoir une mobilité parfaite au cours de leur séjour à Conakry, rendez-vous sur « beneluxcar.com » pour réserver un véhicule.

## Pâtisserie le Damier

Pâtisserie-restaurant, la meilleure adresse pour savourer du bon pain et le meilleur chocolat de Guinée.

- Centre-ville, marché Niger, commune de Kaloum. Tél. : 30-41-17-86. Fax : 30-45-36-33. Courriel : andre.dam@biasy.net

## Le Waffou

Restaurant de spécialités ivoiriennes. C'est la meilleure référence à Conakry pour savourer les bons plats ivoiriens.

- Commune de Ratoma, route de Donka, cité Kipé

## La Brasserie

Côté mer, cuisine internationale ; côté jardin, grillades et buffet.

- Hôtel Novotel, commune de Kaloum. Tél. : 30-41-50-21

## Le Cèdre

Spécialités françaises et libanaises.

- 7<sup>e</sup> Av. Almamy, commune de Kaloum. Tél. : 30-41-44-73.

## Le Cesar

Spécialités italiennes.

- Corniche Nord, commune de Dixinn. Tél. : 60-22-10-67.

## Le Belvédère

Toutes spécialités.

Dixinn/port à bois, commune de Dixinn. Tél. : 63-10-82-94.

## CARNET D'ADRESSES

### Le Mariador Palace

Face à l'Océan, Le Mariador Palace est reconnu comme étant le plus bel hôtel de la Guinée. Il offre une vue splendide sur l'Atlantique, des chambres et des suites merveilleusement équipées, des jardins luxuriants, une piscine de rêve, un terrain de tennis avec vue sur mer et une connexion Internet à haut débit disponible dans l'ensemble de l'établissement. Ses salles de conférence et de soirée peuvent accueillir jusqu'à 300 personnes et satisfaire aux exigences de la clientèle internationale. Le coût du séjour est raisonnable compte tenu de toutes les commodités offertes. Il est nécessaire de prévoir environ 60 000 pour accéder à une chambre simple.

- Ratoma, commune de Ratoma. Tél. : 62 66 49 14/15/16/17. Courriel : palace@mariador.com

### Novotel GHI Conakry

Doté d'une belle vue de la mer, cet hôtel trois étoiles propose des chambres spacieuses, des restaurants et bars pour le confort des visiteurs. Il offre également une piscine

très appréciée sous nos climats tropicaux. Cet hôtel convient aussi bien pour un voyage d'affaire que pour un séjour simple. Il offre également des salles de conférences pour abriter les séminaires. L'établissement propose des spécialités culinaires variées, dans la pure tradition africaine ou selon les standards internationaux. La nuitée commence à partir de 63 000 FCFA.

- Boulbinet, commune de Kaloum. Tél. : 30 41 50 21/30 41 46 81. Fax : 30 41 45 29. Courriel : novotel@setel-gui.net.gn

### Hôtel Camayenne

L'hôtel Camayenne est l'un des complexes hôteliers 4 étoiles qui font la fierté de la Guinée, situé en bord de mer, à quelque 10 km de l'aéroport international. Camayenne offre des chambres avec toutes les dernières commodités (télévision par satellite, téléphone, réfrigérateur, climatisation...) assorties de balcons qui permettent une visibilité assez nette de la mer. Piscine découverte, piscine pour enfant, centre de remise en forme, tout est réuni pour un séjour agréable. Le restaurant propose des spécialités culinaires internationales. Cet hôtel est idéal pour les vacances ou les séjours en famille, d'autant que le prix de la

nuitée est relativement moins cher que le Novotel (environ 58 000 FCFA).

- Camayenne, commune de Dixinn.

Tél. : 30 46 94 67/68.

Fax. 001 831 851 259 1.

Courriel : camayenne@camayenne.net

### Hôtel Petit Bateau

Situé sur une presqu'île artificielle qui s'étend sur une longueur de 500 m en pleine mer, l'hôtel Petit Bateau, bordé de l'océan Atlantique, offre un cadre exotique loin du bruit de la ville, à proximité du port autonome et des centres d'affaires et à deux pas des centres culturels et de loisirs de la ville de Conakry. Le restaurant offre des spécialités culinaires européennes et orientales. Cet hôtel offre un cadre paradisiaque avec des chambres superbement équipées. Télévision par satellite, téléphone direct, connexion Internet Wireless gratuite, minibar, room service. En plus du tarif très intéressant (nuitée à partir de 23 000 FCFA), des tarifs spéciaux sont appliqués pour les longs séjours et les voyageurs en groupe.

- Coronthie, commune de Kaloum. Tél. : 63 40 61 05/06 ; 63 40 62 75. Courriel : direction@hotelpetitbateau.net

## Les bonnes tables d'Economie Gabon +



### LIBREVILLE

#### Bateau ivre

Bord de mer. Restaurant Gastronomique. Ouvert midi et soir du lundi au samedi. Tél. : 44 34 87. GSM : 07 23 24 24.

#### Le Sinbad (ex-Petit Chalut)

Face à la pharmacie d'Oloumi. Restaurant aux spécialités de poisson. Ouvert midi et soir du lundi au samedi. Tél. : + 241 05 19 55 55 / 07 51 41 51 / 07 13 01 30.

#### Cactus Bar

Bord de mer, galerie d'Hollando. Bar-restaurant. Ouvert du lundi au samedi matin, midi et soir. Tél. : 07 44 61 99.

#### Cigalou

Owendo Razel. Ouvert tous les jours, midi et soir. Grand buffet dimanche et jours fériés. Tél. : 06 25 18 22

#### Golf Club de Libreville

Mindoubé. Ouvert du mardi au dimanche, matin et midi. Tél. : 07 44 60 73 / 07 51 41 51.

#### Birdy Art

Face au Conseil Economique et Social (CES). Ouvert du Lundi au Samedi de 8h00 à 23h00. Tél. : 06 78 23 80

### PORT-GENTIL

#### Méridien Mandji

4 étoiles, au centre-ville et face à la mer (parc à bois de la SNBG). Tél. : (+241) 55 21 03/04/05. Fax : (+241) 55 28 05.

#### Le Massena

Bord de mer, au bout du port môle, au centre-ville. Tél. : (+241) 56 53 16/55 31 77. Portable : 05 92 82 05.

#### Le Flibustier

A gauche de l'entrée de la zone portuaire. Tél. (+241) 07 41 91 01

#### Au Bec fin

Au centre-ville, non loin de l'Hôtel de Ville. Tél. : 07 92 69 59

#### San Lorenzo

(ancien restaurant Jardin de l'Asie) Au centre-ville, juste à côté de

l'hôtel Méridien Mandji. Tél. : 07 41 47 61.

#### Café du Wharf

Bord de mer, en face du port môle. Tél. : (+241) 56 02 19.

#### L'Amiral

Rue perpendiculaire à l'avenue Savorgnan-de-Brazza, non loin du Café du Wharf. Tél. : (+241) 05 30 39 32.

#### Le Ranch

Zone portuaire, entre l'Hôtel du Parc et l'hôtel Le Ranch, presque adossé à un zoo. Tél. : 07 36 63 00.

# L'iPhone 4 tient le haut du pavé

Peut-on encore rattraper l'équipe à la pomme ? Certainement pas pour l'instant quand on mesure l'avancée remarquable de son dernier-né : l'iPhone 4. Véritable concentré de technologie et d'innovation, ce smartphone a tout dans sa manche pour plaire. Zoom sur l'iPhone 4 pour le découvrir dans toute sa grandeur.

Ce qui séduit à la vue de ce joyau technologique, c'est son écran Retina. Cet écran révolutionnaire d'Apple laisse grandement derrière lui les très convoités écrans AMOLED de Samsung et OLED de Nexus one. De type rétro-éclairé, il offre une résolution de 960 x 640 pixels équivalente à celle de l'iPad et une densité de 326 pixels par pouce. L'écran intègre également la technologie IPS pour rendre les couleurs beaucoup vives et les contrastes visibles sous tous les angles. Un autre point important est l'intégration d'une puce graphique (PowerVR SGX) aux performances exceptionnelles, permettant à l'iPhone 4 de mieux se comporter sur le terrain de la haute définition (HD). Toute cette technologie est protégée par un verre dont les performances sont connues de tous, l'aluminosilicate, utilisé pour les pare-brise des hélicoptères et les trains à grande vitesse (TGV). Il a été traité chimiquement pour résister à toutes sortes d'agressions comme les rayures et les traces de doigts. Nouvelle innovation de taille apportée à ce dernier-né, le gyroscope à trois axes qui, ajouté à l'accéléromètre, permet à l'iPhone 4 de capter tous les mouvements, même les plus complexes tels que l'accélération, le full HD, la vitesse de rotation et bien d'autres.

#### Processeur Apple A4

L'iPhone 4 s'est vu intégrer le célèbre processeur A4 de la maison, fruit de plusieurs années de recherches afin de trouver un processeur mobile incroyablement puissant et économe en énergie, selon les termes de Steve Jobs, pour gérer la multitâche, le montage vidéo, Facetime et bien d'autres. Un pari vraiment réussi car jusque-là personne n'a eu à se plaindre de bugs et autres ralentissements sur le terminal. C'est d'ailleurs ce processeur qui a valu à l'iPad, tablette numérique d'Apple, sa célébrité reconnue pour la rapidité d'exécution des tâches.

#### Appareil photo

Cette fois encore, l'équipe à la pomme voit grand en offrant à l'iPhone 4 un capteur d'image de 5 mégapixels assorti de flash qui fait des images spectaculaires et enregistre des vidéos en HD. L'iPhone 4 est doté d'un capteur rétro-éclairé de pointe, idéal pour les prises de vue en conditions de faibles luminosités. Le flash intégré joue deux rôles. Son

rôle classique de flash pour les photos et l'éclairage de la scène pour les vidéos. Apple a intégré également une caméra frontale, idéale pour les appels *facetime* et les autoportraits.

#### Système d'exploitation iOS 4

L'iPhone 4 a débarqué avec le nouveau système d'exploitation *made by Apple*. Il s'agit de l'iOS 4, qui est un véritable concentré de fonctionnalités à tous égards. Selon le site maison d'Apple, l'iOS 4 est le système d'exploitation le plus sûr en termes de sécurité, et le plus stable. Ce nouvel OS intègre une centaine d'améliorations par rapport au précédent, le 3.0. Parmi cette multitude d'avancées, voici le mode multitâche. Jusque-là, c'était le plus grand bé-

mol de l'iPhone puisqu'il fallait toujours fermer le programme en cours pour avoir accès à un autre. Cette fois, c'est résolu. L'on pourra donc réduire ses applications pour accéder à d'autres. Dans ses atouts pour convaincre, l'iOS 4 intègre une large gamme de fonctions d'accessibilité pour permettre aux personnes handicapées d'apprécier toutes les possibilités de l'iPhone. Par exemple, la technologie intégrée de lecture d'écran VoiceOver permet aux personnes aveugles ou malvoyantes d'entendre une description de l'élément qu'elles sont en train de toucher à l'écran. Il y a également l'ebook App, avec la possibi-

lité d'acheter des livres numériques et de les lire à partir du terminal. Avec l'iOS 4, désormais la publicité mobile sur HTML5

**Une technologie protégée par un verre utilisé pour les pare-brise des hélicoptères et les trains à grande vitesse.**



#### Caractéristiques techniques



#### DIMENSIONS ET POIDS

- Hauteur : 115,2 mm
- Largeur : 58,6 mm
- Poids : 137 g

#### CAPACITE

- Disque flash de 16 ou 32 Go

#### COLORIS

- Blanc ou noir

#### ECRAN

- Ecran Retina
- Ecran panoramique multi-touch de 3,5 pouces (diagonale visible)
- Résolution de 960 x 640 pixels à 326 ppp
- Contraste (type) de 800:1
- Revêtement oléophobique résistant aux traces de doigts (recto et verso)

#### CAPTEURS

- Gyroscope à 3 axes
- Accéléromètre
- Détecteur de proximité
- Capteur de lumière ambiante

#### APPAREIL PHOTO ET VIDÉOS

- Enregistrement vidéo HD (720p) jusqu'à 30 images par seconde avec audio
- Appareil photo 5 mégapixels
- Photos et vidéos en qualité VGA jusqu'à 30 images par seconde avec la caméra frontale
- Mise au point par toucher (photos et vidéos)
- Flash LED
- Géo-référencement des photos et vidéos

devient possible. Le cadre visuel a été repensé pour donner plus de rapidité et de confort dans l'exécution de certaines tâches beaucoup plus utilisées comme celles qui consistent à rechercher des messages SMS et MMS, les suggestions de recherche Web, claviers Bluetooth, invitations CalDAV, des polices plus grandes pour la messagerie, les alertes, la connexion Wi-Fi, etc. D'un autre côté, l'iPhone 4 se présente comme un globe-trotter polyglotte car le clavier a été traduit en plusieurs langues.

#### Stockage et autonomie

L'iPhone 4 est décliné en deux versions de stockage. Le 16 Gb et le 32 Gb, de quoi immortaliser son quotidien, surtout en HD, sans aucun souci. Quant à l'autonomie, tout se joue en faveur de l'iPhone 4. Environ deux semaines en mode veille, jusqu'à dix heures en lecture vidéo et quarante heures en audio.

PROSPER KOFFI

**CHIVAS**

Pernod Ricard Gabon

BP 6415 LIBREVILLE - BATTERIE IV (FACE EL RAPHA)  
prgabon08@yahoo.fr - www.pernod-ricard.fr

**L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.**

# NOËL 2010 OFFREZ DU RÊVE...



**5300<sup>€</sup>**  
ELEPHANT GRIS 32 CM



**12300<sup>€</sup>**  
BILLY



**21900<sup>€</sup>**  
PUPITRE COIFFEUSE

PETIT  
HIPPOLAMPE  
LUMINEUX  
**17700<sup>€</sup>**



GENIUS XL  
EXPERT BILINGUE  
**96.000<sup>€</sup>**



**65.700<sup>€</sup>**  
PUSH TOY MOTO



**184.000<sup>€</sup>**  
MAISON DES BOIS



**8.200<sup>€</sup>**  
BARBIE PLAGE



**21.800<sup>€</sup>**  
AGENDA MAGIQUE PRINCESS

**5900<sup>€</sup>**  
CROSSER BLEU  
RADIOCOMMANDE  
3 FONCTIONS



CAR RACING  
BUBBLE 6 VOLT  
**151.000<sup>€</sup>**



VELO ENFANT  
**49.900<sup>€</sup>**



**75.500<sup>€</sup>**  
ORGUE ELECTRONIQUE GT 760



MASTER MIND COULEUR  
**7.900<sup>€</sup>**



30 JEUX CLASSIQUES  
HELLO KETTY OU DORA  
**8.600<sup>€</sup>**

Groupe CECA-GADIS  
CK2 LIBREVILLE



EST OUVERT DU LUNDI  
AU SAMEDI DE 8H30 À 19H  
TÉL. 74 31 87 / 74 33 58