

Economie+ Gabon



Thierry Ngomo, architecte de l'avenir

Grand vainqueur du Concours des managers de l'année dans la catégorie Services, le fondateur du cabinet d'architecture ArchiPro International incarne cette nouvelle génération d'entrepreneurs qui veut concilier réussite professionnelle et implication sociale.

Lire p. 10

Soirée anniversaire d'Economie Gabon + Les managers à l'honneur EVENEMENT

Zoom sur la grande soirée organisée par notre journal en collaboration avec la Chambre de commerce du Gabon, le 21 juin dernier à l'hôtel Méridien Re-Ndama. Une manifestation d'envergure qui a permis de récompenser cinq managers évoluant

dans des secteurs d'activités essentiels au développement du pays et dont les performances contribuent à l'essor de l'économie nationale. Retour en images sur cet événement suivi par près de 300 invités et partenaires.

Lire p. 22

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

Le coût de la vie pour les expatriés au Gabon

Le Gabon exerce une forte attractivité auprès des investisseurs internationaux, ce qui conduit bon nombre de leurs collaborateurs à s'installer à Libreville. Un rapport établi par ECA International, organisation spécialisée dans la mobilité internationale, classe Libreville au 19^e rang des villes les plus chères du monde pour les expatriés en 2011. Eclairage sur les indicateurs de ce classement.

Lire p. 5

INNOVATION/STRATÉGIE

La veille, au service de l'entreprise du futur

La veille est une pratique de gestion des ressources de l'information sur laquelle les entreprises s'appuient pour renforcer leur compétitivité. Elle revêt différentes formes relatives à l'environnement des organisations et sa mise en pratique nécessite une méthodologie spécifique. A découvrir dans ce numéro.

Lire p. 20

MÉDIAS

Des chaînes à la carte !

De plus en plus chronophage, le petit écran renforce son côté multiforme avec le développement croissant des chaînes thématiques, adaptées aux goûts de chacun. Une segmentation qui intéresse au plus haut point les publicitaires qui peuvent repérer leurs cibles en fonction des programmes qu'elles suivent. Téléspectateurs, attention, on vous regarde !

Lire p. 24

NTIC

Sur la route de la nouvelle économie

Dans le secteur privé comme dans les services rendus aux usagers du public, l'informatisation de l'information a permis un gain de temps et d'efficacité considérables. Mais la compétitivité économique passe également par l'outil numérique et les entreprises le savent bien, le monde des affaires a un nouveau visage, celui de l'e-business.

Lire p. 26

DOSSIER

Tourisme et environnement



Le Gabon possède un environnement naturel exceptionnel qui présente un potentiel de développement considérable. Parallèlement aux formes de tourisme traditionnelles, un nouveau segment est en passe de séduire une clientèle mondiale de plus en plus nombreuse : le tourisme écologique. Un domaine dans lequel le pays dispose de nombreux atouts. Panorama d'un secteur en devenir.

moovgratuit
Choisissez votre forfait, et communiquez à **OF!** **no limit**

- Forfait jour 300f: 30mn Code*106*101#
- Forfait Hebdo 2 000f: 1H/jour pendant 7j Code*106*107#
- Forfait Mois 10 000f: 2H/jour pendant 30j Code*106*130#

Moov gratuit sur ordinateur. Offre valable pour tout les abonnés prépayés (hors Gabon) de 18 ans ou plus de 100 à 100. Service client : 4000 (gratuit à partir d'un forfait Moov) - 02 00 00 00 - www.moovgabon.com

LES VACANCES C'EST FOU SUR CANALSAT !



www.canalplus-afrique.com

DERRIÈRE L'HOPITAL 76 19 10* - LA BOUTIQUE SATELLITE 72 62 02* - SOGADIPH Vidéo Palace 76 20 16*

*Prix d'un appel local selon tarif en vigueur de votre opérateur

DECouvrez LES AUTRES CHAINES DISNEY

NOUVEAU



CANALSAT

© Walt Disney Pictures.
* Offre valable au Gabon du 20/06/2011 au 07/08/2011 pour tout nouvel abonnement d'au moins 12 mois à la formule ACCESS, 6 mois à la formule EVASION et PRIVILEGE ou d'au moins 3 mois aux formules PRESTIGE et EXCELLENCE lié à l'achat d'un kit matériel comprenant un décodeur numérique CANALSAT.
Hors coût lié à l'achat d'une parabole. Hors frais d'installation et accessoires, prix maximum conseillé.

**Valable pour tout nouvel abonnement de 12 mois à la formule PRIVILEGE. Voir conditions de l'offre auprès de votre Distributeur Agréé CANAL+.

EDITO

Habitué à voir les tréfonds de son territoire terrestre et maritime explorés dans l'objectif d'en extirper les richesses, le Gabon mérite que l'on s'attarde sur celles dont il dispose en surface. Les formidables écosystèmes qu'il recèle, la culture et l'hospitalité de ses populations locales sont des atouts de taille pour envisager le développement d'une activité touristique de qualité. Une ambition qui passerait par une maîtrise des flux de voyageurs, en réponse à une réelle demande en la matière, propre à satisfaire une exigence de tourisme culturel qui fait de plus en plus d'adeptes. Mais aussi une démarche animée par une logique de développement durable, notion parfois galvaudée mais qui n'en demeure pas moins marquée au coin du bon sens, tant les ressources naturelles de la planète méritent d'être préservées. C'est le cas du massif forestier du bassin du Congo dont fait partie le Gabon, deuxième forêt tropicale du monde après l'Amazonie et considéré comme le second poumon de la planète. Le fait qu'Omar Bongo Ondimba ait annoncé la création de treize parcs nationaux dans le cadre de la conférence de Johannesburg, lors du Sommet de la Terre en septembre 2002, est d'ailleurs révélateur du rôle de sanctuaire de la biodiversité qu'il souhaitait assigner à ces sites. Entre une industrie touristique qui veut éviter les écueils d'un tourisme de masse et l'impérative nécessité de trouver des financements pour développer des infrastructures de qualité et promouvoir ce tourisme écologique, le point d'équilibre est ténu. Le Gabon vert, sur lequel le Gouvernement fonde de grands espoirs, ne peut souffrir d'une expansion inconsidérée du tourisme, et le Gabon des services ne peut se passer de ce levier majeur de son développement. Faisons confiance à l'intelligence et à la bonne volonté des hommes pour résoudre cette quadrature du cercle.

Ces deux qualités sont bien présentes chez les responsables que nous avons souhaité mettre à l'honneur dans le cadre du premier Concours des managers de l'année, lors de la soirée organisée pour fêter le premier anniversaire de notre journal le 21 juin dernier. Un moment que nous garderons longtemps en mémoire, heureux d'avoir pu le partager avec tous ceux qui nous accompagnent dans cette belle aventure.

D'ici là, nous aurons le plaisir de vous retrouver en septembre pour un prochain numéro.

JEAN-PIERRE PONT

30% de remise sur votre première commande
et 15% sur la prochaine



graphic design • cartes de visite • impression • signalétique
produits promotionnels • brochures • bannières
marquage • charte graphique • impressions grands formats
• véhicule magnets • livrets • calendriers
customisation t-shirts
et plus...

KORUM
SERVICES
your gateway to be seen

Quartier glass boulevard RE-NDAMA | 14 72 80
B.P. 20001 LBV Gabon
e africa@korumservices.com | www.korumservices.com

Sommaire

Laser

Le Gabon monte en puissance	p. 4
Libreville reste chère... mais devient plus accessible	p. 5
Les ambitions de la Direction générale des impôts	p. 6
La BID, de nouvelles solutions de financement	p. 8
Sovog lance les bacs individuels !	p. 9

Rencontre

Thierry Ngomo, architecte	p. 10
---------------------------	-------

Dossier tourisme et environnement

Le long chemin qui mène à l'or vert	p. 14
Les parcs nationaux, sanctuaire de la biodiversité	p. 16

Innovation et stratégie

La veille, au service de l'entreprise du futur	p. 20
--	-------

Événement

Economie Gabon +, la grande soirée anniversaire	p. 22
---	-------

Médias

Des chaînes à la carte !	p. 24
--------------------------	-------

NTIC

Sur la route de la nouvelle économie	p. 26
--------------------------------------	-------

Conso

Chivas régale les amateurs de whisky	p. 28
--------------------------------------	-------



RÉDACTION

Directeur en chef : Johann Freixas
+241 07 97 02 55 assisté de Rebecca Ntsame

Secrétaire général de la rédaction : Didier Bras

Directeur artistique : Jean-Noël Dubois

Maquettistes : Aurélie Landeau et Nathalie Pointlanc

Webmaster : Prune Pont-Benoit

Ont participé à ce numéro : Nadège Achet, Diego Essandone, Johann Freixas, Koghon Mouloungui Bliss, Hope Mpounah, Madeleine Ngoya, Rebecca Ntsame, Christiane Reveno, Prosper Tonda Mambenda.

GESTION ET ADMINISTRATION

Directeur de la publication : Bertrand Mickael Moundjoukou.

Assistante administrative et commerciale :

Mabelle Clothilde Ambani : +241 07 12 61 00
ambanimabelle@yahoo.fr

Chef de Publicité Gabon :

Esther Ludeau - +241 03 14 00 38 - e.ludeau@yahoo.fr

Co-gérants :

Jean-Pierre Pont - jeanpierrepont@gmail.com

Philippe Chandezon - pchandezon@yahoo.fr

Régie internationale :

MOBILITY MEDIA AGENCY : +33 6 83 14 43 08

INFORMATIONS LÉGALES

MOBILITY MEDIA AFRICA : Sarl au capital de 20.000.000 FCFA - RCCM N°2010B09428 - Numéro statistique : 071619 R
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
Impression : Groupe RICCOBONO 115, chemin des Valettes, 83490 Le Muy, France - Tirage : 10 000 exemplaires

Le Gabon monte en puissance

Le magazine américain *Global Finance* place le Gabon au 55^e rang des pays les plus riches de la planète. Pour ce classement, la revue spécialisée dans la finance internationale a pris en compte le produit intérieur brut (PIB) par habitant, établi en valeur de parité de pouvoir d'achat (PPA), qui se chiffre à 14 971 dollars.



Dans sa livraison de juin 2011, le magazine américain *Global Finance* a publié son classement annuel des pays les plus riches du monde. La revue classe le Gabon au 55^e rang sur 182 pays composant cette hiérarchie dominée le Qatar, le Luxembourg et la Norvège. Cette classification a été établie en valeur du produit intérieur brut (PIB) par habitant, en parité de pouvoir d'achat (PPA) de 2010. Cette mesure permet de comparer les coûts de la vie dans différents pays en tenant compte des différences de pouvoir d'achat converti en une monnaie commune (le dollar), en utilisant les taux de change du marché. En d'autres termes, la PPA exprime le rapport entre la quantité d'unités monétaires nécessaire dans des pays différents pour se procurer le même « panier » de biens et de services.

Une parité de pouvoir d'achat sujette à caution

Le pays le plus riche du monde culmine ainsi à 90 149 dollars de PPA, tandis que le Gabon, qui en totalise 14 971 dollars, se positionne notamment devant la Lybie

(57^e) et le Botswana (58^e). Le dernier du classement de *Global Finance* est la République démocratique du Congo (RDC), avec seulement 329 dollars de PPA. Par ailleurs, ce classement révèle que le Gabon est le deuxième pays africain le plus riche derrière la Guinée équatoriale (46^e mondial), qui présente une parité de pouvoir d'achat de 18 372 dollars.

L'usage des PPA pour ce type de classement est controversé et plusieurs arguments limitent sa pertinence. En effet, les

PPA peuvent varier de façon très importante suivant le choix du panier de produits, et en ce sens elles sont soumises aux mêmes limitations que les indices des prix ; les habitudes de consommation et les choix sont parfois très variables entre pays ; les

différences de qualité pour deux produits mis en équivalence sont difficiles à évaluer ; les prix peuvent énormément varier à l'intérieur d'un même pays ; les prix des produits importés dépendent du taux de change, autrement dit une modification du taux de change a donc une influence sur la PPA alors que celle-ci est construite pour définir une parité de change décorrélée du marché des changes. De plus, les écarts

concernant le même pays peuvent être très considérables selon l'organisme qui publie les données. Elles sont donc à prendre avec toutes les précautions nécessaires.

Plus significatif, l'indicateur de développement humain

Autant de limites qui font que plusieurs analystes ont toujours recours au PIB (nominal) par habitant, qui a longtemps été l'indicateur de référence pour déterminer la richesse des pays. Ainsi, lorsqu'on se réfère à cet indicateur, le Gabon apparaît au 63^e rang (4^e africain) sur 182 pays avec un PIB/habitant de 8 395 dollars, selon le classement 2010 du Fonds monétaire international (FMI) dominé par le Luxem-

Les nécessaires retombées sociales

Au regard des données du FMI, le Gabon mériterait son statut de 55^e pays le plus riche du monde, tel que suggère le classement du magazine américain *Global Finance*. Le pays se situe en effet dans le premier tiers de ce classement qui compte 182 pays. On sait, par exemple qu'en Afrique, le Gabon surpasse près d'une quarantaine d'Etat et il pourrait en faire de même dans d'autres continents comportant des pays en développement. Pour autant, le pays a encore beaucoup de chemin à faire en matière de bien-être social, où la part de la population vivant en dessous du seuil de pauvreté était encore estimée à 37,7% en 2005 selon des données de la Banque mondiale. Comme le clame le Secrétaire général de l'ONU, Ban Ki-Moon, « *malgré le développement économique qui est très important, ce qui compte le plus c'est l'utilisation du revenu national pour donner à toute la population la chance d'une vie plus longue et d'être en meilleure santé* ».

KOGHOU MOULOUNGUI BLISS



Une étude du coût de la vie pour les expatriés Libreville reste chère... mais devient plus accessible

Le Gabon exerce aujourd'hui une très forte attractivité auprès des investisseurs internationaux, d'une part grâce aux travaux relatifs à la Coupe d'Afrique des nations, mais aussi en raison de la politique de grands projets qui vise à diversifier l'économie gabonaise, encore très majoritairement tributaire des ventes du pétrole.

Comment est établi ce classement ?

Pour comparer le coût de la vie pour les expatriés dans les 400 principales villes du monde, cette étude prend en compte un panier comprenant les produits les plus généralement utilisés par les expatriés. Il s'agit du coût des denrées alimentaires, à savoir l'épicerie, les produits laitiers, les poissons et viandes, les fruits et légumes frais, les produits dits basiques (boissons, tabacs, etc.) et des produits non alimentaires comme l'habillement, les appareils électriques et la restauration. C'est d'ailleurs de cette manière que les entreprises calculent les primes liées au coût de vie de leurs employés travaillant à l'étranger.

Cette année, Libreville recule donc de six places par rapport à l'année dernière où elle occupait la 13^e place, ce qui dénote une amélioration qui s'explique notamment par la montée de la concurrence, mais qui doit être relativisée par l'augmentation du coût de la vie dans d'autres grandes villes en pleine croissance. A l'échelle du continent, la capitale gabonaise occupe encore la 2^e place derrière Luanda, la capitale angolaise. Libreville est suivie par Kinshasa (RDC) qui a grimpé cette année de deux places pour se trouver au 24^e rang mondial. En réalité, la quasi-totalité des villes africaines prises en compte dans cette étude a connu une progression en termes d'accessibilité. La capitale angolaise, Luanda, qui occupait en 2010 la 3^e place des pays les plus coûteux pour les entreprises, se retrouve aujourd'hui au 7^e rang. La capitale nigériane, Abuja, réalise un bond de la 17^e place en 2010 à la 31^e cette année. Par contre, Dakar, au Sénégal, passe du 58^e rang en 2010 au 41^e en 2011. Mais les meilleurs élèves restent les mêmes en Afrique, notamment Maseru (Lesotho, 237^e), Alexandrie (Egypte, 235^e) et Durban (Afrique du Sud, 225^e) qui présentent les coûts les plus modérés.

Un tableau pondéré par le coût des devises

Si Tokyo, comme en 2010, demeure la ville la plus chère du monde pour les expatriés, on note l'arrivée dans le trio de tête d'une deuxième ville japonaise, Nagoya, au 3^e rang, juste derrière Oslo, en Norvège. Plus loin dans ce classement, Libreville est donc placée entre Canberra, la capitale australienne (18^e) et Paris (20^e). Excluant les

La politique de coopération suivie par le Gabon a poussé le gouvernement à signer de nombreux partenariats avec des entreprises étrangères. Celles-ci ont besoin d'analyser le coût de la vie dans les villes où vont s'installer leurs collaborateurs afin de déterminer le montant des primes qu'elles vont leur attribuer. C'est l'objet du rapport de l'ECA International qui a placé Libreville comme étant la 19^e ville la plus chère du monde pour les expatriés en 2011. La capitale gabonaise se situait au 13^e rang l'année précédente.



coûts de scolarité et de logement, les services (électricité, gaz, eau) et l'achat d'une voiture (très souvent déjà pris en charge par l'entreprise), le changement de position des pays dans le classement s'explique d'une part par la fluctuation du cours des devises mais aussi par celles des matières premières et des denrées alimentaires, souvent tributaires des caprices de la nature, de la disponibilité des produits et des taux de change. Le rapport de l'ECA International précise que « *dans certains cas, les devises fortes ont contribué à la hausse du coût de la vie*

tout autant que l'inflation (...). Tout comme à Singapour, cette tendance a été remarquée à Bangkok et Kuala Lumpur. Ces villes ont grimpé respectivement de vingt et seize places dans le classement général. D'autres villes ont perdu des places malgré une hausse importante des prix. Hongkong et les villes du Vietnam font figure d'exemples. La faiblesse de la monnaie locale y a nettement pondéré l'impact de l'inflation ».

Par exemple, le dollar singapourien, par sa stabilité et sa valeur prépondérante face aux autres devises, a poussé la ville de la 68^e place

en 2010 à la 36^e place en 2011. Le panier de biens et services moyens de Singapour concocté par l'ECA International devenant « *3% plus cher à Singapour qu'à Hongkong. Un an plus tôt, le coût de ce même panier était 5% plus élevé à Hongkong* ». Même si le classement de l'ECA International place le Gabon dans le top 20 des pays coûtant le plus cher aux entreprises désireuses d'élargir leurs activités à l'étranger, il faut tout de même noter la progression du pays dans l'amélioration des facteurs permettant une rapide intégration des investisseurs étrangers au Gabon. Une autre étude récente menée dans la sous-région, cette fois par le groupe interpatronal du Cameroun (Gicam) a d'ailleurs placé le pays parmi les plus attractifs en ce qui concerne l'accessibilité de ses coûts de production et leurs conséquences favorables aux investissements étrangers.

Pour en savoir plus : <http://www.eca-international.com>

REBECCA NTSAME

Comparatif de quelques capitales africaines

VILLE/PAYS	CLASSEMENT 2010	CLASSEMENT 2011
Luanda, Angola	7 ^e	3 ^e
Libreville, Gabon	19 ^e	13 ^e
Kinshasa, RDC	24 ^e	22 ^e
Abuja, Nigeria	31 ^e	17 ^e
Dakar, Sénégal	41 ^e	58 ^e

Les ambitions de la Direction générale des impôts

Le Gabon est ambitieux et mise énormément sur l'impôt pour réaliser ses objectifs de développement. En effet, les recettes acquittées par les personnes physiques ou morales au profit du Trésor public sont le moyen de financement par excellence pour tout Etat qui souhaite asseoir et pérenniser une croissance économique équilibrée, facteur de richesse et de création d'emplois. C'est dans ce cadre que le gouvernement gabonais poursuit sans relâche la modernisation de l'administration fiscale, incarnée par la Direction générale des impôts (DGI). Celle-ci souhaite « d'une part réduire la pression fiscale par l'élargissement de l'assiette de l'impôt, et d'autre part mobiliser davantage de ressources permettant le développement », selon son directeur général, Joël Ogouma.

Des mesures de réduction de la pression fiscale

Ainsi, en ce qui concerne la réduction de cette pression fiscale, le taux d'imposition des ménages a été réduit à 35% depuis l'exercice fiscal 2009 contre 55% avant la réforme, tandis que le revenu mensuel imposable est passé de 100 000 à 150 000 francs CFA. D'autre part, le gouvernement a récemment instauré une réduction des taux de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) concernant les consommations d'électricité et d'eau ainsi que sur le prix du sac de ciment.

A l'endroit des entreprises, le législateur a adopté certaines mesures à compter de l'exercice 2011 en faveur des groupes de sociétés en vue d'encourager la capitalisation des entreprises. Il s'agit notamment de la taxation des plus-values au taux libératoire de 20% ; l'exonération de la retenue à la source de 10% pour les sociétés non-résidentes membres du groupe ; la possibilité de facturer hors champ de la TVA certaines opérations entre les sociétés membres du groupe ; l'exonération de la contribution des patentes pour la société tête de groupe ; l'allègement des impositions en matière de droits d'enregistrement et de revenus de capitaux mobiliers.

Une série de mesures saluaires, d'autant plus que la part contributive des impôts dans le budget de l'Etat a représenté en moyenne 80% du budget annuel lors des cinq dernières années. En 2010, avec 1 486 milliards de francs CFA de recettes fiscales, l'impôt a constitué 70% du budget de l'Etat, qui était de 2 095 milliards. Une année auparavant, avec 1 395 milliards de francs CFA, la fiscalité a représenté 90% du budget du Gabon.

Consciente de sa responsabilité dans la concrétisation des ambitions budgétaires du gouvernement, la DGI n'est pas restée en marge de ces réformes. Mise en service en 2007, la Direction générale

Créée en 2002 pour assumer les missions dévolues à une administration fiscale moderne et efficace, la Direction générale des impôts, avec l'appui du Gouvernement, s'est lancée en 2010 dans un programme qui doit lui permettre de moderniser ses services et élargir l'assiette fiscale. Aspirant au statut de pays émergent, le Gabon compte sur cette réforme salubre pour atteindre cet objectif grâce aux recettes fiscales qui constituent en moyenne 80% de son budget.



des grandes entreprises (DGE) apparaît comme la réforme majeure de la DGI. En effet, cette structure, première administration publique certifiée ISO 9001 (en 2008), est un service opérationnel de la DGI exclusivement dédié à la gestion des dossiers fiscaux et à la collecte des impôts dus par les opérateurs économiques de première importance, c'est-à-dire les grandes entreprises, définies selon des critères bien spécifiques.

Une volonté de communiquer sur le sens de l'impôt

L'organisation, depuis 2010, des journées portes ouvertes de la DGI pour lui permettre de « jouer pleinement le jeu de la transparence afin de mieux faire accepter sa mission de collecte de l'impôt », est également une innovation significative dans le cadre des réformes de cette administration. La deuxième édition de ces journées, organisées le 2 juillet dernier à Libreville (puis le 16 juillet à Port-Gentil, Oyem, Lambaréné et Franceville) sous le thème « Impôts et développement », a servi de cadre d'échange entre « l'administration fiscale et l'ensemble des agents économiques, à savoir les ménages, les entreprises, les autres administrations et les partenaires au développement », afin de promouvoir le civisme fiscal dans un pays où les pertes fiscales an-

nuelles sont estimées à des dizaines de milliards de francs CFA. « Cette initiative est un volet du plan d'actions de la DGI pour la période 2010-2013. La DGI s'est fixée comme objectif, tout en optimisant le rendement des impôts et taxes, d'améliorer la qualité des relations avec les contribuables par la vulgarisation du cadre législatif et la mise en place d'une administration fiscale de proximité tournée vers les usagers », a expliqué Joël Ogouma à l'occasion de la deuxième édition des journées portes ouvertes de son administration. Ainsi, ce plan d'actions prévoit l'élargissement de l'assiette de l'impôt, l'amélioration du recouvrement, la modernisation des services, l'amélioration du contrôle fiscal, la maîtrise efficiente des dépenses fiscales ou encore la lutte contre le secteur informel.

Vers une plus grande proximité avec le contribuable

Ces axes permettent respectivement de rapprocher l'administration fiscale des populations pour améliorer le rendement de l'impôt et établir des partenariats avec les autres administrations ; recouvrir les recettes fiscales de façon optimale et limiter les restes à recouvrer (RAR) ; organiser les services de recouvrement suite au transfert de la compétence de la DGI ; améliorer l'environnement de travail et

la qualité de l'offre de service de l'administration fiscale ; garantir l'équité entre les contribuables et assurer un meilleur rendement des contrôles fiscaux ; apporter un meilleur encadrement et un meilleur suivi des avantages fiscaux consentis aux opérateurs économiques ; élargir l'assiette de l'impôt et garantir l'égalité de tous devant l'impôt.

Par conséquent, le premier volet de cet ambitieux programme a imposé à la DGI une décentralisation des services fiscaux, traduite sur le terrain par la construction progressive de Centres des impôts à travers tout le pays. Ces démembrements ont pour but, outre les missions régaliennes de liquidation, de contrôle et de recouvrement de l'impôt, d'améliorer le service à l'utilisateur en offrant un interlocuteur fiscal unique à tous les contribuables situés dans leur sphère de compétence, à l'exception de ceux relevant exclusivement de la DGE. A cet effet, les CDI d'Owendo, d'Oloumi et de Mont-Bouët sont déjà opérationnels, pour le compte de l'Estuaire, tandis que d'autres centres sont prévus à Port-Gentil, Franceville, Lambaréné, Mouila et Oyem à l'horizon 2013.

Des organes de contrôle et une feuille de route

Par ailleurs, consciente des dysfonctionnements qui gangrèment l'exécution de son programme, l'administration fiscale s'est dotée de deux organes, à savoir un Comité d'évaluation et un Comité de pilotage. Le premier, présidé par le directeur général des Impôts, se réunit une fois par trimestre pour apprécier l'avancement de l'exécution du plan d'actions. Le second, présidé par l'inspecteur général des Services, s'articule autour d'une commission ad hoc chargée de la mise en œuvre des actions consignées dans le plan d'actions.

Pour 2011, la Loi des finances impose à la DGI d'engranger plus de 533 milliards de francs de recettes fiscales hors pétrole. Une exigence largement à la portée de cette administration dont le pays, qui aspire au rang de pays émergent, a plus que jamais besoin de ressources pour renforcer son offre de biens publics dans les domaines prioritaires comme la santé, l'éducation, les infrastructures collectives et les institutions.

HOPE MPOUNAH






partout pour vous, il y a tsg

- transport de personnel
- transport vip
- location longue durée
- location courte durée



Nous apportons Service, Qualité et Réactivité

à nos clients pour qui le respect du délai est une valeur primordiale

Au tour du transport de personnel TSG, Transport Service Gabon a su créer des pôles de capacités complémentaires lui permettant d'élargir ses offres de services. Vous pouvez vous appuyer sur l'expérience et le professionnalisme du personnel de TSG pour mener à bien vos projets.

B.P. 1583 Libreville - GABON
zone industrielle d'Oloumi -
Tel. : +241 77 84 06 / 77 55 94 / 77 26 05 / 77 26 15
tsg@tsggabon.com



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

www.economie-gabon.com

economie-gabon.com



Banque islamique de développement

De nouvelles solutions de financement

Pour soutenir la nouvelle dynamique entrepreneuriale au Gabon, la Banque islamique de développement (BID) vient de présenter à Libreville les opportunités de financement qu'elle propose et les processus de souscriptions.

La Banque islamique de développement a animé un séminaire du 5 au 7 juillet à Libreville un séminaire intitulé « Enjeux et opportunités de la finance islamique en zone Cémac », soutenu par le ministère de l'Economie et la Chambre de commerce du Gabon. La BID a présenté son fonctionnement et les mécanismes de soutien au développement qu'elle a mis en place. Les méthodes de la BID rompent avec les standards internationaux actuels de financements en s'appuyant sur la loi islamique qui interdit les transactions, tant civiles que commerciales, faisant recours à l'intérêt, à la spéculation ou au hasard. Une approche qui promet donc le partage des risques et des profits. Les principes qui régis-

sent la BID s'avèrent particulièrement attractifs pour les opérateurs, avec des prêts sans intérêt !

Un financement participatif

Partant du fait que les risques doivent être partagés entre le souscripteur et le bailleur de fonds, la BID propose plusieurs produits similaires à ceux des banques conventionnelles, mais possédant des spécificités qui les rendent beaucoup plus compétitifs. En accord avec le droit musulman, la finance islamique est basée sur deux principes : l'interdiction de l'intérêt et la responsabilité sociale de l'investissement. Par exemple, un des produits proposés par la BID est la « Mudharaba », par laquelle la banque fournit l'ensemble des capitaux financiers nécessaires au pro-



Au centre de la photo, Birama Boubacar Sidibé, le vice-président de la BID, aux côtés de dirigeants de PME gabonaises.

jet à l'entrepreneur, dit « Mudariba », qui lui va apporter son capital travail. En cas de perte, la banque subit une perte financière et l'entrepreneur (Mudariba) subit une perte de son coût d'opportunité (temps et travail). Avec ce produit de financement, la banque partage les profits et les risques avec l'entrepreneur. Ainsi selon les modalités de remboursement établies entre eux, les bénéfices iront par exemple à hauteur de 60% au bailleur de fonds, contre 40% pour le propriétaire de l'entreprise. Le produit « Jbara » équivaut en quelque sorte aux formules de location-vente et de crédit-bail proposées par les banques commerciales. A la différence que la BID assure tous les risques découlant de la propriété de l'actif. La BID accorde également une autre forme de crédit, pour des raisons sociales : le « Qard al hassan ». Accordé sans intérêt, c'est pour la BID une façon de motiver toutes les couches de la population à entreprendre. Dans tous les cas, l'octroi des crédits à la BID se déroule conformément à la loi islamique qui interdit le versement d'un intérêt au titre de remboursement du crédit. Nous retiendrons donc comme principes fondamentaux de fonctionnement que le prêt joue un rôle marginal à la BID, que le financement est participatif, c'est-à-dire un partage des pertes, profits et des produits, et enfin que la BID prend en charge un minimum de risque en sus du risque de défaut de paiements par l'emprunteur.

Un intérêt pour la microfinance

Dans notre continent, même si près de la moitié des pays sont musulmans, le financement islamique est encore très peu connu. Seuls quelques pays situés au nord de l'Afrique s'ouvrent peu à peu à

ce financement d'un genre nouveau. Au Gabon, La BID a déjà octroyé des prêts à Télécel Gabon, aujourd'hui Moov ; un prêt additionnel pour la construction de la route Franceville-Léconi ; l'accord de financement du tronçon routier Koumameyong-Ovan-Makokou ; et celui du financement des études pour la réalisation du port en eaux profondes de Mayumba. La BID envisage d'une part d'apporter son aide au Gabon au niveau de la microfinance en mettant en place des solutions dédiées aux PME et de participer au processus de bancarisation des populations au Gabon. Pour cela, la BID insiste sur la nécessité d'un audit complet des normes juridiques, fiscales et réglementaires, afin qu'elles s'adaptent aux statuts de la finance islamique. Puis une phase de vulgarisation devra être mise en œuvre pour que les populations de toutes les couches sociales

puissent s'approprier les mécanismes et les opportunités offertes par la banque. La BID pourrait commencer par créer un institut financier, qui se transformerait à terme en établissement bancaire à part entière. Un projet estimé à près de 6,5 milliards de francs CFA auquel pourrait prendre part l'Etat gabonais. Le vice-président de la BID a ainsi déclaré « être optimiste en ce qui concerne l'Afrique centrale ». Membre de la Conférence islamique depuis 1979, le Gabon présente plusieurs atouts pour abriter les activités de la BID. De plus, la nouvelle dynamique économique et le potentiel du pays dans de nombreux secteurs à forte valeur ajoutée sont propices au développement de nombreux projets porteurs, et à l'introduction des principes de finance islamique dans la zone Cémac.

REBECCA NTSAME

DU 15 JUILLET AU 31 AOÛT 2011
À NOUVELLE SAISON,
NOUVELLE CUISINE !

PROFITEZ DU PARTENARIAT
ELECTRA ET FINATRA

A l'occasion de la saison sèche, ELECTRA et FINATRA vous accompagnent dans l'achat à crédit* de vos équipements de cuisine sans apport personnel.

* Possibilité de payer en 6 fois à partir de 500 000 Frs cfa d'achat et en 12 fois à partir d'un 1 000 000 Frs cfa. Taux d'intérêt nominal maximum 12% HT + frais de dossier. Sous réserve d'acceptation de la demande de crédit par FINATRA. Pour tout renseignement adressez-vous à l'agence FINATRA de Libreville - Immeuble Concorde Bvd de l'Indépendance ou par téléphone au (+241) 77 40 82 / 77 53 96

Finatra
Le spécialiste du crédit

electra

B.P. 613 - Libreville - tél. (+241) 72 23 80 / (+241) 06 22 05 71 / (+241) 07 14 01 55 - fax +33 1 78 72 85 12 - B.P. 411 - Port-Gentil
tél. (+241) 55 34 16 - fax. (+241) 55 16 51
electra@groupegabon.com - www.electragabon.com

Objectif « ville propre »

Sovog lance les bacs individuels !

Pour en finir avec les tas d'immondices qui encombrant les artères de la capitale, la Société de valorisation des ordures du Gabon (Sovog) a lancé depuis le 1^{er} juin dernier la collecte au porte à porte dans trois quartiers de Libreville.



Longtemps entravée par les problèmes de voiries ou encore l'incivisme des populations, la collecte des déchets ménagers à Libreville a franchi une nouvelle étape avec

le lancement, depuis le 1^{er} juin dernier, du nouveau système de collecte au porte à porte. En collaboration avec la municipalité de Libreville, trois quartiers ont été choisis

pour lancer l'opération : La Sablière, Batterie IV et Louis. Ces quartiers se distinguent par la qualité des voies d'accès devant chaque habitation, ce qui permet aux ca-

mions de la Sovog de réaliser des circuits complets en « porte à porte ». Ce système doit permettre de débarrasser de ces quartiers résidentiels les bacs individuels de 240 litres auprès de la Sovog, dont le coût a été fixé à 30 500 FCFA. La collecte se fera tous les deux jours, entre 18h et 21h, et les propriétaires de bacs individuels n'auront qu'à sortir le bac au coup de klaxon du camion Sovog.

A l'approche de la Coupe d'Afrique des nations 2012 qui offrira une vitrine sans précédent à notre pays, ce nouveau système de collecte devrait permettre d'améliorer la propreté de la capitale gabonaise et les conditions de vie dans les quartiers accessibles par voie carrossable. La collecte au porte à porte pourrait être rapidement étendue à d'autres quartiers, à condition toutefois que le découpage et la qualité des voiries du quartier le permette.

Diego Essandone

S.O.V.O.G
SOCIÉTÉ DE VALORISATION DES ORDURES MÉNAGÈRES DU GABON

Sovog lance
la collecte au « porte à porte »

Habitants des quartiers : Sablière, Batterie IV et Louis

Du 1^{er} Juin
au 31 Juillet

Achetez votre bac individuel (240 litres)
auprès de la Sovog

30 500
FCFA

La collecte au porte à porte consiste à procéder au ramassage des déchets ménagers stockés dans les poubelles individuelles que vous déposez à l'entrée de vos domiciles et/ou de vos commerces entre 18h et 21h.

Après le passage de la Sovog, les poubelles doivent être obligatoirement nettoyées et rangées à l'intérieur de vos concessions. La collecte de la poubelle sera effectuée une fois tous les deux jours et les bacs Sovog actuellement situés aux Points d'apport volontaire seront progressivement retirés.

« Gardons notre environnement sain, pour une ville belle, propre et sécurisée »

Thierry Ngomo, architecte

« Un bon homme d'affaires a autant d'importance qu'un bon ministre ! »

La quarantaine, dynamique et pondéré, Thierry Ngomo a fondé en 1998 le cabinet d'architecture ArchiPro International. Après treize ans d'une très riche carrière de manager, il a remporté le 21 juin dernier le Concours des managers de l'année 2011 dans la catégorie Services. Thierry Ngomo est l'exemple d'un entrepreneur impliqué dans la société et qui met son dynamisme au service de l'action publique.

Originaire, du grand nord (Woleu-Ntem) et plus précisément du village Misesele Ebah (entre Bitam et Oyem), Thierry Ngomo a suivi son cursus primaire entre Oyem, Port-Gentil et Libreville, son parcours scolaire évoluant au gré des affectations de son père gendarme. Après son passage au collège Bessieux, il intègre le lycée technique « par accident ». « Pour vérifier nos aptitudes en prévision du BEPC, nous avions décidé avec des camarades de passer le concours d'entrée en seconde technique... et nous l'avons tous obtenu ! », se rappelle-t-il amusé. « A ce moment-là, il n'est nullement question pour moi d'aller étudier au lycée technique. Mais lorsqu'on choisit de s'orienter en seconde littéraire, ma préférence va alors vers le lycée technique », poursuit-il. En juillet 1987, il obtient un baccalauréat F4, section Génie civil, puis continue son cursus à l'Université des sciences et techniques de Masuku (USTM) de Franceville en vue d'obtenir le diplôme de technicien supérieur en Génie civil. Jusqu'ici, notre jeune étudiant ne se destine pas encore à l'architecture, car là encore il va choisir ce cursus « par accident ». « Arrivé à l'USTM, un de mes camarades désirait préparer le concours d'entrée à l'école d'architecture de Lomé (Togo), mais il fallait au moins dix candidats pour que le proviseur accepte d'ouvrir un centre d'examen à Masuku. J'ai alors accepté de participer à l'examen afin de grossir le nombre de participants ; or celui-ci m'a paru très facile en raison de différentes matières dans lesquelles j'avais déjà de bonnes aptitudes : le dessin, la géométrie, et la dissertation (j'étais en effet très fort en

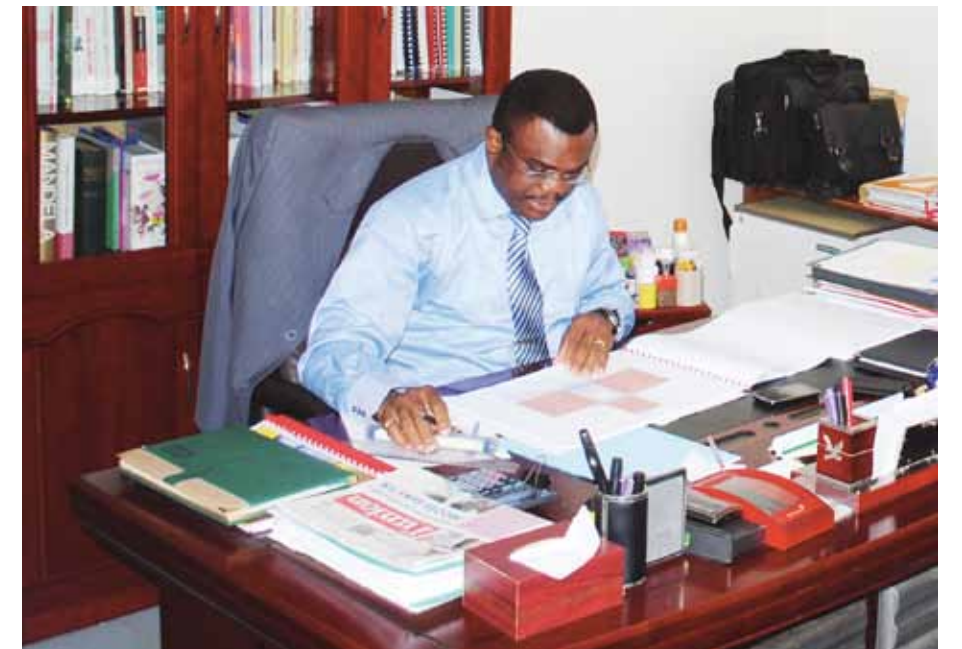
français et je voulais d'ailleurs être soit professeur de français, soit ingénieur agronome en raison de mon amour pour la terre). Finalement je fus le seul de tout le centre à réussir à cet examen », raconte Thierry Ngomo.

Une attirance pour le secteur privé
En 1993, après cinq ans d'études à l'EAMAU (Ecole africaine des métiers de l'architecture et de l'urbanisme), diplôme en poche, il revient au Gabon pour y exercer. Très vite il décide de ne pas intégrer la fonction publique, désireux d'affronter les nombreux défis du secteur privé. En janvier 1994, il est d'abord recruté au sein du Cabinet AUA (Architectes Urbanistes Associés) pour un salaire de départ de 250 000 FCFA. « Observant la réalité du terrain, je notais qu'il y avait énormément de travail – ce qui est normal pour un pays à construire –, mais qu'il était réservé à certains cabinets qui bénéficiaient de marchés de gré à gré. Fort heureusement, la situation s'est considérablement améliorée grâce à une forte mobilisation de la profession et une évolution des mentalités au sein des pouvoirs publics. » Après quatre ans dans ce cabinet où il acquiert la technicité du métier par une approche rigoureuse de la conception et du développement de projet, il propose ses services à l'architecte Pierre Charpentier au sein du bureau CDAI. Dans cette structure il apprend à associer l'originalité de l'artiste et la rigueur de l'ingénieur. C'est à la fin des années 1990 que Thierry Ngomo se lance en créant Ngomo Architecture, une entreprise individuelle qui deviendra quatre ans plus tard ArchiPro International. A l'époque où il a ouvert le sien, deux grands cabinets avaient déjà été créés et gérés par des architectes ga-



bonais : ceux d'Aurore Cardot et de Francis Ntolo Eya'a. « J'ai eu la chance d'obtenir des marchés où les conditions d'attributions étaient transparentes ! Mon premier marché en 2000 était financé par l'Union européenne dans le cadre du FED et concernait l'hôpital de Koula-Moutou où je devais exécuter un contrôle de conformité des travaux pour une durée de sept mois. Avant même la fin de ces travaux, toujours dans le cadre du FED, je me suis associé au cabinet allemand IGIP pour répondre à un appel d'offres international sur le contrôle des travaux de réhabilitation des hôpitaux régionaux de Melen, Tchibanga et Makokou. Nous avons remporté le mar-

ché. J'ai alors demandé des honoraires de 40 millions de francs CFA, ce qui m'a permis d'avoir une visibilité financière de près de deux ans grâce à ce marché. J'en ai tiré une leçon : il n'y a que la transparence et la vraie concurrence qui permettent aux PME gabonaises performantes de prospérer et de se développer. Les débuts ont été très difficiles mais j'ai considéré cela comme un parcours initiatique nécessaire. Dans le métier des affaires, il faut avoir les capacités de transcender les difficultés et, chaque jour, renforcer sa volonté de réussir. Les obstacles que l'on rencontre au départ font office de sélection impartiale. Je comprends que certains échouent, surtout



quand ils n'ont aucun soutien. De mon côté, j'ai eu la chance d'avoir quelqu'un qui m'épaulait en la personne de mon frère aîné. C'est lui qui, avec son salaire de fonctionnaire, bouclait mes fins de mois quand je n'arrivais pas à décrocher des marchés », souligne l'architecte.

Le problème de la rétention des compétences

Par ailleurs, sa réussite ne pouvait aboutir sans la confiance des banques, un challenge difficile à relever. « A la BICIG, j'ai eu la malchance d'avoir un gestionnaire trop porté sur les procédures, qui me refusait souvent des avances parce qu'il n'avait pas de visibilité sur mon activité, et qui cassait systématiquement mes DAT (dépôt à terme) pour se rembourser. Puis j'ai changé de gestionnaire, et cette fois je suis tombé sur M^{me} Nicole Pepa. Une dame formidable qui m'a véritablement accompagné tout au long de mes activités, m'empêchant parfois de casser mes dépôts à terme et s'arrangeant plutôt pour les consolider. Grâce à elle j'ai pu traverser des périodes extrêmement maigres et m'en sortir », se rappelle-t-il. Ce qui lui a permis de réellement lancer son activité et poursuivre ses projets. Mais l'architecture a aussi son lot de frustrations : « Sur dix projets que nous réalisons, un seul voit le jour et le reste prend de la poussière dans les tiroirs », confie-t-il. Mais malgré ces statistiques rudes, les projets qui aboutissent sont des sources indéniables de satisfaction et de fierté pour cet architecte. Le dernier en date étant le nouveau magasin San Gel d'Okala, qui a pu être mené à terme grâce à la confiance d'un opérateur économique français envers un bureau local. « Cela devrait arriver plus souvent. Il est important que chaque opérateur économique de ce pays impulse le développement en permettant l'épargne et l'investissement national par la production et la consommation locale », commente-t-il encore. Le problème de la rétention des compétences se pose aussi pour Thierry Ngomo. Aujourd'hui, malgré sa volonté de s'ap-

puyer sur une équipe plus importante et soudée, seules cinq personnes sont employées à ArchiPro International avec un ancienneté moyenne de trois ans. « Il arrive qu'après avoir recruté un étudiant fraîchement sorti de l'école, celui-ci acquiert de l'expérience à vos côtés et, dès qu'il se sent capable d'évoluer en solo, il n'hésite pas à vous abandonner. C'est un éternel recommencement. Afin de réduire le turn-over du personnel, j'ai mis en œuvre divers outils de gestion de ressources humaines, notamment la mise en place d'une assurance privée, l'instauration d'un treizième mois systématique et l'octroi de crédits au personnel », confie le chef d'entreprise. De plus, en matière de formation, M. Ngomo et son équipe encadrent régulièrement des stagiaires venus de divers établissements techniques nationaux (le Lycée technique national Omar-Bongo, l'Institut universitaire des sciences de l'organisation, l'Institut Kenco...) et internationaux (l'EAMAU de Lomé, le Collège universitaire d'architecture de Dakar...). « Nous estimons important de contribuer à la formation de la jeunesse. Nous mettons donc un point d'honneur à accepter systématiquement les stagiaires, à leur donner des primes de transport et à les accompagner dans l'élaboration de leur rapport de stage de fin d'études, tout en déplorant la baisse du niveau général de qualification », tient-il à préciser.

« L'environnement durable est un défi majeur qui implique de l'innovation et de l'originalité dans l'approche des incidences écologiques. »

Des projets autour de la préservation de l'environnement

Quant à l'avenir, ce professionnel l'associe à la nouvelle dynamique écologique mondiale. « Depuis quelque temps j'essaie de développer un service environnement. Je considère que l'environnement durable est un défi majeur. Cela implique de l'innovation, de la recherche, de l'originalité dans l'approche des incidences écologiques. C'est une problématique nouvelle qui, malheureusement, manque d'expertise, et la dynamique est encore confuse et peu convaincante. Mais je ne désespère pas, mon objectif spécifique



NUIT GRAVEMENT A LA SANTE

aujourd'hui est d'accompagner le tourisme écologique avec la conception de lodges dans les sites touristiques à vocation écologique. J'ambitionne de devenir dans cinq ans un cabinet reconnu pour son engagement dans l'environnement et la recherche », explique Thierry Ngomo. En tout état de cause, l'entrepreneur encourage l'initiative privée des Gabonais et il confère à son parcours et à son positionnement dans la société un caractère pédagogique pour les jeunes générations. « Aujourd'hui, la référence de réussite c'est la fonction de ministre ! Nous, opérateurs économiques gabonais, avons le devoir de prouver qu'un bon homme d'affaires a autant d'importance pour ce pays qu'un bon ministre. Chacun doit apporter sa pierre à l'édifice et en tirer le même respect. Nous devons aussi démontrer qu'aisance sociale ne rime pas forcément avec malhonnêteté, corruption et détournements ! » C'est avec cet état d'esprit combatif que Thierry Ngomo s'est très souvent engagé dans la vie sociale du Gabon.

Des responsabilités qui ont valeur de reconnaissance

Tout au long de sa carrière professionnelle, l'architecte s'est systématiquement impliqué dans la société civile et l'action publique au Gabon. Cette aventure sociale a commencé en 2003 lorsqu'il a été élu à la présidence de l'Ordre gabonais des architectes avec l'ambition de le redynamiser. « J'ai décidé de m'impliquer dans l'Ordre des ar-



chitectes en 2003 afin de lutter contre le favoritisme et toutes les autres formes de corruption qui gangrenaient la profession », explique-t-il. Il a présidé cet organe de 2003 à 2008, et sous sa houlette celui-ci a connu un réel renouveau et un regain d'intérêt de la part des architectes. Parallèlement à cette présidence, Thierry Ngomo a également été actif dans l'action publique en représentant la sensibilité du secteur privé au Conseil économique et social (CES) de 2001 à 2005, au sein du groupe Patronat. Compte tenu

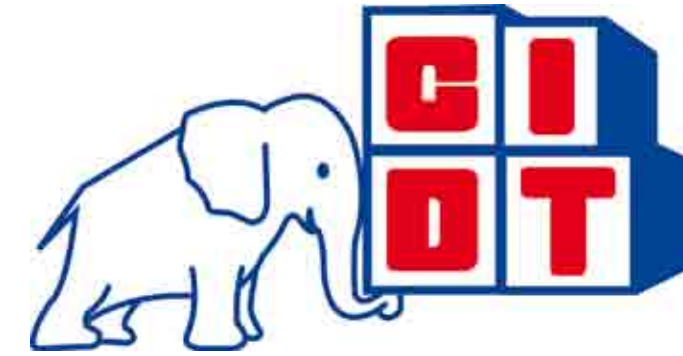
de ses apports lors des séances de travail il a été désigné par les autres managers pour représenter le secteur privé dans la coordination nationale de mise en œuvre du Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique (Nepad) et dans le Comité national du MAEP (Mécanisme africain d'évaluation entre pairs). Ces différentes activités l'ont également conduit à entrer au comité national et régional de négociations des APE (Accords de partenariat économique avec l'Union européenne et l'Afrique cen-

trale). Depuis cette année, il est aussi est reconnu comme expert près la Cour d'appel de Libreville. C'est dans cet état d'esprit entrepreneurial que le directeur général du cabinet ArchiPro International a milité et œuvré pour se faire élire membre de l'Assemblée générale de la Chambre de commerce du Gabon qui, depuis quelques mois, fait preuve d'un dynamisme nouveau. « Aujourd'hui le pays a besoin d'un tissu entrepreneurial dense et important. Les opérateurs économiques de notre pays doivent avoir un état d'esprit concourant à le développer, et ce quelle que soit la nationalité qu'ils possèdent ! Cependant, lorsque l'économie d'un pays est aux mains d'opérateurs étrangers, ceux-ci ont tendance à rapatrier des fonds dans leurs pays d'origine. Ce qui peut se comprendre, mais ne contribue pas au développement du pays. Il importe donc que les autorités nationales y remédient en développant l'entrepreneuriat gabonais. Un « Small Business Act » – à l'image de l'initiative américaine favorisant les PME nationales –, ou du « Black Empowerment » sud-africain nous semble plus que nécessaire. Alors que mes jeunes frères et sœurs le sachent : plus il y aura de Gabonais dans le privé, plus ils seront assez riches pour investir et réinvestir dans le pays, et ainsi le développer. C'est le sens que je donne à mon combat ! », conclut-il.

JOHANN FREIXAS



PUBLI-REPORTAGE



Compagnie Internationale de Déménagement et Transit (CIDT)

Leader du déménagement depuis 25 ans au Gabon !

Une expérience incontestable

Exerçant depuis 1986 au Gabon, CIDT est devenu un partenaire privilégié pour les déménagements et l'acheminement de matériel tant pour les entreprises (PME, grandes entreprises, multinationales) que les particuliers (expatriés et nationaux) ou les institutionnels. En 25 ans d'existence, CIDT a réalisé avec succès plus de 10 000 déménagements en toute confiance et en toute sécurité.



Un service sur-mesure

CIDT Gabon propose des solutions sur-mesure pour vos déménagements avec notamment :

- Une caisserie qui totalise 25 ans d'expérience dans la conception et la réalisation de caisses de protections sur-mesure, parfaitement étanches, pour la sécurisation de vos biens ou l'acheminement d'œuvres d'arts et de matériels spéciaux,
- Le développement de solutions innovantes visant à améliorer l'intégration des nouveaux arrivants et à faciliter la mobilité internationale,
- Une politique de proximité avec l'ouverture d'une agence à Port-Gentil avant la fin de l'exercice 2011.



Des employés qualifiés et expérimentés

Pour garantir la sécurité de vos biens et le suivi optimal de votre déménagement, CIDT ne mandate chez ses clients que des employés ayant une expérience minimum de 15 ans au sein de l'entreprise. CIDT compte aujourd'hui 40 employés dont la majorité totalise plus de 10 ans d'ancienneté, gage de confiance et d'efficacité.



Un réseau de partenaires à l'international

Grâce à un solide réseau de déménageurs partenaires (190 agences DEMECO et 30 déménageurs certifiés) en France et à l'international, CIDT garantit la sécurité et l'acheminement de vos biens depuis le départ jusqu'à l'arrivée !



Des capacités opérationnelles

Situé dans la zone industrielle d'Oloumi, CIDT dispose d'un espace d'entreposage couvert et de plus de 3500 m² pour le stockage de vos biens en toute sécurité et l'entreposage de vos meubles sur des courtes ou longues durées. Avec un parc automobile renforcé de 25 véhicules (camions plateaux, semi-remorques, fourgonnettes, utilitaires, tracteurs) et un matériel spécialisé entretenu et renouvelé pour la manipulation de vos biens (élévateurs, monte-charge, etc.), CIDT est opérationnelle sur les déménagements et le transit de tous volumes.



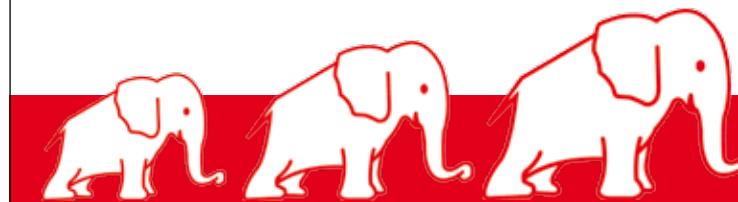
Valeurs humaines et responsabilité sociale

Lors d'un déménagement, il y a toujours des affaires dont vous vous séparez ! Pour éviter la perte de ces biens, CIDT propose un service de redistribution des biens abandonnés aux associations caritatives et ONG gabonaises. Une initiative qui a déjà permis de redistribuer plusieurs tonnes de matériel à des orphelinats, des écoles ou encore des associations culturelles.



Déménagez en toute sérénité

CIDT Gabon - Zone industrielle d'Oloumi
Tél : (+241) 07 08 00 00 - Email : cidtgabon@yahoo.fr



Le long chemin qui mène à l'or vert



Longtemps considéré comme un simple appoint dans sa contribution au budget de l'Etat, le secteur du tourisme gabonais recèle pourtant une importante marge de croissance. Conscient de ce potentiel, le gouvernement veut se mobiliser pour favoriser l'essor d'une réelle industrie touristique. Doté d'énormes richesses naturelles, le pays parie notamment sur l'écotourisme en s'appuyant sur les sites des parcs nationaux créés en 2002. Etat des lieux d'un secteur d'avenir.

Situé pratiquement au centre du massif forestier du bassin du Congo, baigné par l'océan Atlantique et bien irrigué par le bassin hydrographique du fleuve Ogooué, le Gabon est une formidable mosaïque de richesses naturelles qui offre un excellent potentiel pour le développement du tourisme. En effet, ce territoire étalé sur 267 667 km² concentre l'une des parties essentielles des riches forêts denses du bassin du Congo qui représentent 70% de la couverture végétale d'Afrique et constituent la deuxième forêt tropicale au monde après celle d'Amazonie.

Au regard de la richesse des espèces animales et végétales qu'abrite ce territoire, de la beauté et la diversité de ses paysages, sans oublier la richesse culturelle des peuples qui y vivent, chaque partie du Gabon mérite d'être découverte, comme le souligne la Smithsonian Institution, société de recherche scientifique créée par l'Administration américaine au milieu du XIX^e siècle. Une époque où la découverte de territoires inconnus suscitait l'émotion : « Il existe sur la côte de l'Afrique un pays magnifique où la forêt tropicale humide côtoie l'océan, où éléphants et buffles parcourent les longues plages de sable blanc, et où les hippopotames, crocodiles et tortues marines partagent la zone de ressac. La forêt s'élève sur une trentaine de mètres, plaine de vie et de complexité. Forêts, savanes, rivières et lagunes créent une véritable mosaïque. Il n'existe nulle part ailleurs un lieu semblable. »

Des écosystèmes exceptionnels

Une description datée mais qui traduit une réalité toujours tangible, incarnée un patrimoine naturel qui le prédispose à l'activité touristique. Encore que ce regard ne porte que

sur la région de Gamba qui compte en son sein les parcs nationaux de Loango et de Moukalaba-Doudou, deux des treize parcs nationaux créés en 2002 et censés booster le développement du tourisme. En effet, chacun de ces parcs est un concentré de richesses naturelles et une destination touristique de choix. Le réseau des parcs nationaux comprend, selon les précisions de René Hilaire Adiahen, premier secrétaire permanent de l'Agence nationale des parcs nationaux (ANPN) « 1 929 307 hectares de territoire marin, inclut tous les écosystèmes du pays et certaines zones forestières et côtières tropicales les plus intactes, les plus vierges et les plus riches d'un point de vue biologique à l'échelle de l'humanité ». Toutefois, le réseau des parcs n'est pas le seul atout du Gabon. L'ensemble du pays, par sa culture et les traditions de ses habitants, par sa généreuse nature, est une destination qui se prête au tourisme sous toutes ses formes.

Le pays de la Concorde dispose en effet d'une végétation dense et variée composée de forêts, mangroves et savanes. Ces différents écosystèmes qui abritent diverses espèces d'animaux et d'oiseaux sont disséminés sur des zones essentiellement aplanies, plaines, collines et plateaux qui sont appropriés à l'installation de sites touristiques. Autre atout, son réseau hydrographique dense, nourri par le fleuve Ogooué, long de 1 200 km, qui irrigue pratiquement l'ensemble du territoire. Par ailleurs, le pays est baigné par la mer sur

environ 800 km de côtes. Ce bassin hydrographique et le territoire littoral favorisent la présence d'écosystèmes riches et diversifiés utiles pour le développement du tourisme, d'autant que ces derniers regorgent d'espèces fauniques et avifaunes.

Une culture à faire valoir

Plusieurs études montrent à quel point la faune gabonaise apparaît comme l'une des plus diversifiées et l'une des plus riches d'Afrique avec près de 150 espèces de mammifères. Le pays abriterait la plus vaste population d'éléphants avec plus de 8 000 individus dont plus de la moitié est localisée dans la région de Minikébé, dans le nord-est. Le Gabon abrite aussi dix-neuf espèces de primates (singes, gorilles et chimpanzés), ainsi que plusieurs espèces intégralement ou partiellement protégées telles que les buffles, potamochères, panthères, hippopotames, lamantins, écureuils volants, pangolins, mangoustes, loutres, léopards, etc. L'avifaune est elle aussi diversifiée avec plus de 600 espèces d'oiseaux. On dénombre également 100 espèces d'amphibiens et plusieurs variétés de poissons. Le pays est également un lieu de prédilection pour la reproduction de la tortue luth, notamment dans les parcs de Pongara et de Mayoumba.

Les rites ancestraux constituent aussi une forme d'attractivité dans un contexte de développement du tourisme culturel. En effet,

bien qu'ouverte à la modernité, la société gabonaise, qui compte environ 42 groupes ethniques, est restée profondément ancrée dans la tradition. S'il est difficile d'en établir une liste exhaustive, on peut mettre en exergue les rites ancestraux Bwiti, Mwiri, Byeri, Nzeghy, Njembé, Ivanga ou encore Abandji qui rythment la vie culturelle des Gabonais.

Un secteur à fort potentiel sur l'ensemble de la planète

Cependant, cet excellent potentiel ne peut devenir une réalité tangible qu'en présence d'une véritable détermination du gouvernement, associée à l'audace et l'inventivité des opérateurs de ce secteur. Le Gabon a-t-il les moyens de se doter d'une véritable industrie touristique pour transformer ce potentiel en réalité économique ? On ne peut nier cette volonté du côté des autorités gabonaises. En effet, confronté à la baisse tendancielle de la production pétrolière qui constitue plus de 60% du budget de l'Etat, le Gabon s'est lancé dans la diversification de son économie. Dans cette perspective, aucun secteur ne peut être minoré et tous doivent participer à la création de richesses. Compte tenu du riche patrimoine naturel du pays, l'industrie touristique peut se métamorphoser en un véritable levier de l'économie nationale, grande contributrice en apport de devises – et donc en financement des déficits de la balance des paiements – comme en termes de création d'emplois. Quoique prêchant pour sa paroisse, on ne peut passer sous silence les prédictions de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) qui considère que le tourisme devrait devenir à l'horizon 2015 la première activité économique à l'échelle mondiale. De son côté, l'Etat gabonais caresse depuis fort longtemps l'espoir de capter une bonne partie des parts

de marché de ce secteur, comme le suggérait déjà le plan directeur du développement touristique de 1995. Ce dernier, plus ambitieux que ceux de 1976 et 1986 s'organisait autour de sept axes majeurs : la mise en valeur et la gestion des sites naturels ; la valorisation des atouts culturels à des fins touristiques et activités de loisirs ; la promotion et la communication ; l'hôtellerie et l'hébergement, les modes de transport (dont les transports aériens) ; l'encadrement institutionnel et la formation. L'objectif assigné à ce plan directeur était de créer à terme 33 000 emplois et générer des recettes touristiques de l'ordre de 20 milliards de francs CFA pour les cinq premières années, et 67 milliards de francs CFA au terme du troisième quinquennat. Cependant, à l'aune du développement réel du secteur, il est évident que ce plan n'a pas atteint les objectifs qu'il s'était fixés.

Une carence des infrastructures

Selon plusieurs acteurs du secteur, le développement de l'industrie touristique est confronté à des difficultés majeures : la rigidité de l'environnement institutionnel, des capacités d'accueil insuffisantes et des investissements qui ne sont pas à la hauteur des enjeux. Malgré les efforts consentis par le gouvernement, le tourisme peine à se développer et souffre encore de la modicité de ses infrastructures de base. Le pays dispose en effet d'une capacité d'hébergement estimée à 5 414 lits dont 34,9% fournis par des chaînes hôtelières internationales, 38,6% par les hôtels privés locaux, 24,4% par d'autres types d'hébergement et 4,2% par les campements touristiques. Toutefois, selon certains



professionnels de la branche, cette capacité d'accueil – dont plus de 70% est concentrée dans trois villes (Franceville, Port-Gentil et Libreville) – est en deçà du niveau nécessaire à l'implantation d'une véritable industrie touristique, qui nécessite une infrastructure hôtelière de qualité adossée à une offre de restauration adaptée à ces ambitions. Par ailleurs, la diversification des structures de moyenne capacité et leur répartition dans l'ensemble du territoire, surtout dans les régions hautement touristiques, est ce qui manque le plus au secteur. Pour autant, le Gabon s'appuie-t-il suffisamment sur les produits touristiques dont il dis-

pose ? Force est de constater que le nombre de sites touristiques exploités contraste avec le potentiel du pays, riche et extrêmement diversifié avec des sites d'exception comme Langoué dans le parc national de l'Ivindo, le village de Sette Cama riche d'un patrimoine culturel et écologique, les canyons des plateaux Batéké, le parc national de Pongara avec ses tortues luths, le merveilleux site d'Iguéla, ou encore l'opération Loango. Au final, en dépit de cette richesse, le Gabon ne dispose que de quelques sites dûment exploités : Pointe Denis, Nyoné, Oguendjo Tarpon Club, Loango, Gavlo, Sette Cama, Gamba, Lambaréné, Lopé, Koula-

moutou, Bakoumba, Franceville, Evaro, Missala. Ces lieux proposent des activités de découverte, d'observation de la nature sauvage ou encore de la pêche sportive, notamment à Sette Cama, Oguendjo Tarpon Club, Loango, Gavilo, Missala et Gamba.

Des investissements insuffisants

Un constat s'impose, l'atonie du développement des sites touristiques est due à la relative absence d'investissements consentis dans ce secteur, tant du côté des initiatives privées qu'au niveau des pouvoirs publics. Il suffit de parcourir les budgets alloués au ministère en charge du Tourisme pour mesurer l'écart entre l'ambition affichée et les moyens mis à disposition. En 2008 par exemple, le budget d'investissement du ministère du Tourisme et des Parcs nationaux était arrêté à 2 055 millions de francs CFA, pour un budget de fonctionnement de 1 505 millions de francs CFA. Un budget destiné, selon la feuille de route du gouvernement à « l'aménagement des parcs nationaux », ce qui représente une goutte d'eau comparé aux réels besoins d'investissements dans le réseau de ces parcs. Il est vrai que certains bailleurs de fonds et des opérateurs privés en financent une partie. Nul doute que les investissements consentis dans le cadre de l'organisation de la Coupe d'Afrique de nations de football 2012 donneront un réel coup de pouce à ce secteur. Pour autant, le Gabon a encore fort à faire pour se donner les moyens de ses ambitions : bâtir une industrie touristique à la hauteur du formidable potentiel qui est le sien.

NADÈGE ACHET

Tarif Inter
2A à partir de
2F/Sec

De 13H à 14H00
De 22H à 06H00

moovInternational
Appelez l'International au tarif le plus bas
no limit

(*) offre valable pour tous les abonnés préparés.
Tarif de 2F/sec valable vers les destinations ci-après : Bénin, Cameroun, Nigeria, Liban, USA, Chine, France, USA, Canada, Angola, Congo Kin, South Africa, Maroc, Italie, Espagne, Inde, Belgique, Indonésie, Portugal, Angleterre, Syrie, Allemagne, Philippines.
Tarif de 2,5F/sec valable vers les destinations ci-après : Mali, Sénégal, Côte d'Ivoire, Burkina, Niger, Égypte, Ghana, Tchad, Guinée, Algérie.
Service client : 4442 (gratuit à partir d'une ligne Moov) • 05 30 00 00 • moovcontact@moov.ga

Les parcs nationaux, sanctuaire de la biodiversité

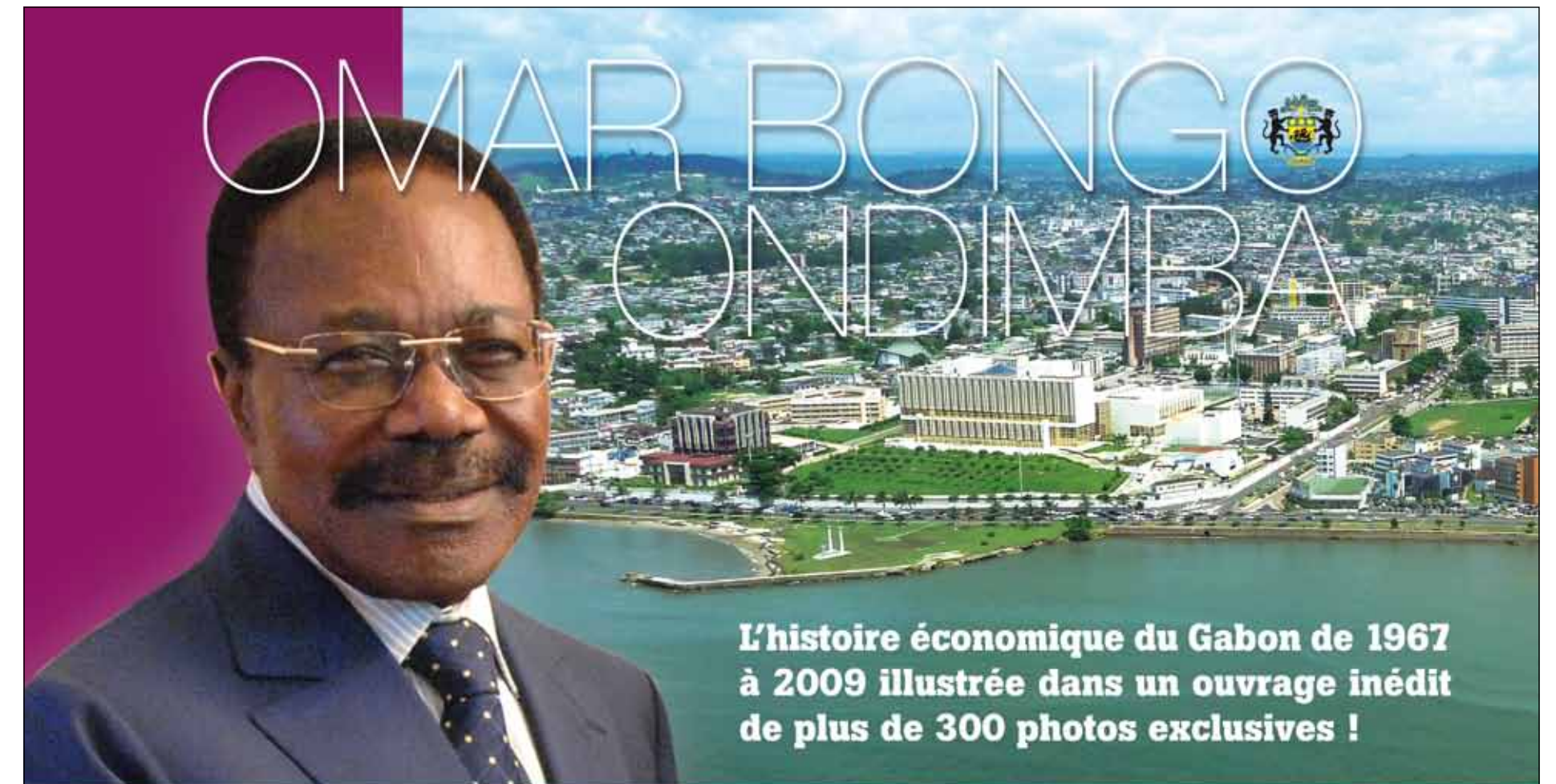
Fleurons de la diversité naturelle du pays, les parcs nationaux du Gabon, créés dans la foulée du Sommet de Johannesburg sur l'environnement, concentrent des enjeux environnementaux mais également économiques. Il semble toutefois que les retombées qui étaient espérées en termes de recettes ne sont pas à la hauteur des objectifs initiaux.



Le Gabon a créé le 30 août 2002 un réseau de treize parcs nationaux qui représentent 2 837 128 hectares, soit plus de 10% de la superficie totale du territoire national, dont 129 307 hectares de territoire marin. La naissance de ces parcs a constitué un tournant majeur dans la quête du développement de l'industrie touristique. Et si la protection de l'environnement et la préservation de la biodiversité furent au premier rang des objectifs de ce réseau, ce projet n'en poursuivait pas moins des objectifs économiques. D'ailleurs, comme l'indique l'Agence nationale des parcs nationaux (ANPN) avec ses différents partenaires, les actions qu'elle mène sont orientées « vers un équilibre harmonieux entre la capacité d'accueil et une offre d'expérience qui tienne l'équidistance entre la préservation de l'environnement et le développement touristique ». Pour l'ancien président gabonais Omar Bongo Ondimba également, la dimension économique qu'il avait assignée à ce projet était claire : « J'ai créé les treize parcs nationaux qui vont être des aires de préservation de la flore et de la faune, mais cette décision ne restera pas qu'une décision de papier, comme certains s'en inquiètent. La forêt gabonaise, qui représente une richesse mondiale inestimable, va consolider l'un des axes de ma stratégie de lutte contre la pauvreté. Il s'agira de la gérer de façon rationnelle pour qu'elle soit génératrice d'emplois et des revenus autres que ceux procurés par l'exploitation du bois. »

Associer préservation naturelle et réalisme économique

Il s'agissait en effet de faire de cette enclave écologique un sanctuaire de biodiversité, mais en même temps de transformer ces richesses écologiques en une formidable opportunité économique à travers le développement de l'écotourisme. En effet, selon l'Organisation mondiale



L'histoire économique du Gabon de 1967 à 2009 illustrée dans un ouvrage inédit de plus de 300 photos exclusives !

Découvrez toutes les transformations initiées par OMAR BONGO ONDIMBA dans tous les domaines de l'économie



Les travaux de désenclavement du pays à travers l'épopée du Transgabonais, les grands chantiers de rénovation des villes, l'exploitation des ressources locales, le développement des télécommunications et des outils d'information... Des images que l'on parcourt comme un voyage dans le temps et qui révèlent le rôle de bâtisseur du Président Omar Bongo Ondimba.

Un livre unique de 172 pages, premier tome d'une trilogie, édité par Mobility Media Africa, pour un cadeau d'entreprise exceptionnel...

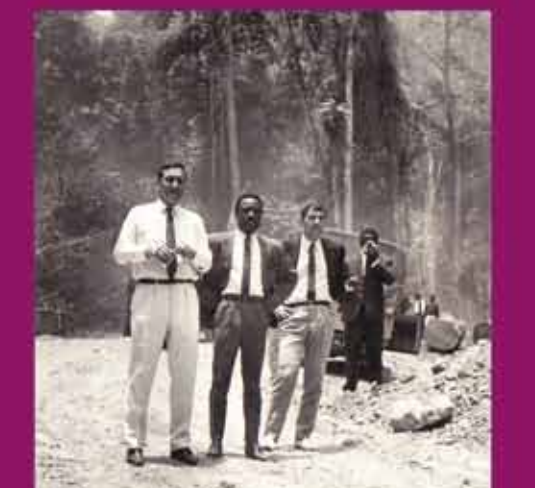


172 pages - Prix de vente public 29 000 FCFA

Disponible à Libreville dans les points de vente suivants : Kiosque de l'hôtel Laico Intercontinental • Boutique Select (Galerie de Mbolo) • Mbolo (grande surface) • Librairie du Komo • Kiosque du Méridien Re-Ndama • Maison de la presse.



Pour toutes commandes en volume, contactez Laure CHATELIER - 07 47 74 77 - laurechatelier@hotmail.com ou Esther LUDEAU - 03 14 00 38 - e.ludeau@yahoo.fr ou bien Bertrand MOUNDJOUKOU - 03 30 90 11 - moundjoukoubertand@yahoo.fr





Une dynamique à relancer

Selon les simulations du plan cadre de gestion de ce réseau, pour la période 2006-2020, les investissements durant ces quinze années dans le cadre de l'aménagement prévoient 7,77 milliards de francs CFA au cours de la première phase, 14,37 milliards pour la seconde phase et 16,47 milliards pour la dernière. Ces quelques ordres de grandeur montrent le chemin à parcourir pour que le Gabon devienne une vraie destination touristique. Le pays va-t-il vraiment s'y engager ? L'ambition affichée par le nouvel exécutif dans le cadre de la politique de l'émergence suggère que des moyens conséquents seront alloués pour bâtir une industrie touristique appuyée sur le réseau des parcs. Toutefois, sur le terrain, leur aménagement marque le pas, faute de fonds.

MADELEINE NGOYA

du tourisme (OMT), cette branche est appelée à devenir la plus porteuse dans le secteur du tourisme. Les recettes mondiales avaient déjà atteint 462 milliards de dollars en 2001 et les prévisions les plus réalistes suggèrent que ce chiffre aura quintuplé d'ici 2015. Replacée dans ce contexte, la création de ce réseau de parcs nationaux était effectivement fort visionnaire.

Des prévisions de rentabilité qui divergent

Selon les estimations qu'avait établies le Conseil national des parcs nationaux (CNPN), prédécesseur de l'ANPN, si « trente écotouristes séjournent en permanence dans chacun des treize parcs nationaux, l'écotourisme pourrait engendrer un chiffre annuel de l'ordre de 20 milliards de francs CFA en prenant pour repère un million de francs CFA par touriste par semaine. A cela s'ajoutent les revenus issus de la fiscalité appliquée au secteur du tourisme et du transport. Les bénéfices connexes et induits sont difficiles à calculer, mais il est fort probable qu'ils dépassent encore le niveau des bénéfices directs. Par ailleurs, l'émergence d'une filière écotourisme permettrait d'enrayer le déclin économique du monde rural, causé par l'absence d'activités économiques et l'exode rural ».

Entre ces prévisions de l'autorité des parcs et la réalité sur le terrain, l'écart est très sensible. Cela est sans doute dû au fait que ces prévisions valaient pour l'horizon 2020, année de référence de fonctionnement à plein régime du réseau des parcs. Ce dernier n'en est encore qu'à sa phase initiale, celle de l'aménagement, mais les moyens suivront-ils ? La rentabilité économique des parcs est un défi de longue haleine, leur financement repose essentiellement sur le droit d'utilisation. Cependant, l'investissement de départ coûte cher. En effet, selon les conclusions de plusieurs études réalisées en Afrique centrale, australe et orientale, le budget moyen investi pour la gestion des aires protégées est d'environ 160 000 FCFA/km².

Une autre étude indique par ailleurs que les frais de fonctionnement pour la gestion d'aires protégées se situent en général dans une fourchette de 25 000 à 160 000 FCFA/km², avec toutefois des variations qui peuvent parfois aller de 12 000 à 220 000 FCFA/km². En ce qui concerne spécifiquement le Gabon, l'étude réalisée par Arts en 1998 estime que « les coûts de gestion du réseau ont conduit à des montants de 12 milliards d'investissements initiaux et de 1 milliard 800 millions FCFA de fonctionnement annuel, soit 61 000/km² pour un effectif de 336 agents. » Par contre une seconde estimation réalisée par le cabinet de consultant Culverwel, toujours en 1998, mais qui ne tient pas compte des investissements, ramène le budget de fonctionnement à 325 millions de francs CFA pour un effectif de 190 agents, soit environ 11 000 FCFA de coût moyen au kilomètre carré.

Certes, ces études réalisées à la fin des années 1990 ne concernaient pas la superficie actuelle du réseau des parcs mais elles permettent de mesurer le volume des efforts à fournir pour viabiliser le réseau des parcs nationaux. Il est vrai également qu'elles s'appuyaient sur des prévisions de superficies à protéger et dont les limites correspondaient aux futurs parcs de la Lopé, Gamba, Minkébé, Wonga-Wongué dont la superficie totale, 29 km², est à peu près équivalente à la superficie actuelle du réseau des parcs nationaux qui est de 30 km².

Gagnez avec Ecobank

Ecobank récompense tous les salariés !

Gagnez des lots attractifs avec Ecobank tout en bénéficiant d'une gestion optimale de votre salaire.

Gagnez !

Gagnez !

Gagnez !

Recevez régulièrement votre salaire sur votre compte Ecobank et bénéficiez d'avantages tels que les crédits sur salaire, crédits immobiliers et crédits automobiles.

Comptes d'épargne
Virements Permanents
Mastercard / Cartes VISA
e-Statements Mensuels
Banque par Internet
SMS-Alert, e-Alerts

La Banque Panafricaine

www.ecobank.com

POUR LES PROFESSIONNELS

BETTER at ENGLISH

Business English Awareness in 8 weeks!

COURS D'ANGLAIS POUR LES AFFAIRES

NIVEAU DÉBUTANT & INTERMÉDIAIRE

2 séances / semaine sur 8 semaines

★★★★

Les Mardis et Jeudis de 18h30 à 20h45

★★★★

Pause café de 15 minutes incluse

Professeurs d'anglais expérimentés

★★★★

Pédagogie éprouvée

★★★★

Dès le 1^{er} Septembre 2011

BETTER at ENGLISH

★★★★

IMMEUBLE BICP
Bord de mer (proche Bibliothèque Nationale)
Tél : 07 98 49 94
eMail : betteratenglishgabon@google.com

Le périodique des dirigeants et leaders d'opinion

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

Surcouverture 4 pages H 330 x L 530 ouvert H 330 x L 250 fermé 6 000 000 F CFA HT	Cavalier p1 - Pleine page H 330 x L 370 ouvert H 330 x L 150 fermé 5 000 000 F CFA HT
Cavalier complet H 330 x L 300 ouvert H 330 x L 150 fermé 4 000 000 F CFA HT	Encart 4 pages H 320 x L 460 ouvert H 320 x L 230 fermé 5 000 000 F CFA HT

Cavalier p1 - Pleine page

Surcouverture 4 pages

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

Cavalier complet

Encart 4 pages

L'information au cœur du management

La veille, au service de l'entreprise du futur

Divers outils de recherche et de traitement de l'information existent au sein de l'entreprise, adaptés à chacun des secteurs de son activité. La notion de veille, qui exige une méthodologie spécifique, demeure assez peu connue. Eclairage sur cette fonction qui participe à la performance, et par conséquent à la compétitivité des organisations.

Plusieurs observateurs et analystes de la vie de l'entreprise considèrent qu'une nouvelle économie vient de germer et qu'elle est fondée sur la connaissance et le savoir. Au cœur de ces deux notions se trouve l'information. Depuis l'explosion des technologies de l'information et de la communication, l'entreprise s'est connectée à l'information grâce à sa capacité à collecter les données, à les trier, à les traiter, à les hiérarchiser, à les classer et à diffuser ce « produit fini » qu'est l'information afin que le manager puisse prendre les bonnes décisions. L'entreprise effectue ainsi un saut qualitatif dans un environnement concurrentiel. Toute son organisation est étroitement liée à la production, à la gestion et à la diffusion de l'information. L'entreprise se trouve donc en présence d'un état de veille.

Selon Sylvain Mbongui, expert gabonais en veille stratégique, « la veille est une fonction qui s'inscrit dans une pratique de gestion des ressources de l'information pour rendre l'organisation plus intelligente et compétitive. C'est une activité continue et en grande partie itérative visant à une surveillance active de l'environnement pour anticiper les évolutions ». « En tant que telle, renchérit Anaclét Ndong Ngoua, universitaire et chercheur en communication des organisations, la veille intégrée à l'entreprise a pour but ultime l'innovation et le maintien ou la création d'avantages compétitifs permettant à l'entreprise de s'adapter aux mutations de son environnement. » Pour mieux vivre ces changements, l'entreprise gabonaise se trouve en présence de quatre types de veille pour comprendre et maîtriser son environnement des affaires.

Définition de quatre formes de veille
Premièrement, la **veille technologique**. Parfois appelée veille scientifique et technologique, elle est la plus connue et s'intéresse aux acquis scientifiques et techniques, fruits de la recherche fondamentale et de la recherche appliquée ; aux produits (ou services) ; au design ; aux procédés de fabrication ; aux matériaux ; aux filières ; aux systèmes d'information ; aux prestations de service dans lesquelles le facteur image est



très fort et qui opèrent la transition avec la veille commerciale. Deuxièmement, la **veille concurrentielle**. Elle se concentre sur les concurrents actuels ou potentiels, les nouveaux entrants sur le marché (pouvant leur apparition à l'émergence de produits de substitution). Dans ce type de veille, l'information recueillie peut couvrir des domaines extrêmement divers, notamment la gamme des produits concurrents ; les circuits de distribution ; l'analyse des coûts ; l'organisation et la culture d'entreprise ; l'évaluation de la direction générale ; le portefeuille d'activités de l'entreprise. Troisièmement la **veille commerciale**. Elle concerne les clients ou les marchés. Il

Nous sommes dans un contexte où l'information joue un rôle éminentment stratégique au sein de l'organisation.

s'agit de prendre en considération l'évolution des besoins des clients. A l'heure du développement des techniques de fidélisation, la veille commerciale implique le suivi et l'analyse des réclamations. Celle-ci s'intéresse également aux fournisseurs. Cette veille se développe notamment dans les services achats. La recherche d'information est certes focalisée sur le coût des services, mais s'intéresse également à différentes garanties (délai de livraison, continuité de la relation, qualité des produits et services, adaptabilité, etc.). Quatrièmement, la **veille stratégique ou environnementale**. Cette forme de veille englobe le reste de l'environnement d'une organisation. Elle inclut généralement les

éléments de l'environnement politique, social, culturel et juridique. Selon le type d'organisation ou d'entreprise, la veille stratégique ou environnementale – encore appelée veille globale ou sociétale – sera axée sur des aspects différents de la vie économique. Ce type de veille nécessite une solide planification car les cibles peuvent toucher un large éventail de thèmes.

Une méthodologie au service d'un objectif : la prise de décision

Kanel Engandzas, universitaire gabonais et expert en intelligence économique et veille stratégique, définit le processus formel de recherche de l'information ainsi que les différentes étapes relatives. Selon lui, l'entreprise gabonaise se trouve face à un choix stratégique en cas d'utilisation de la veille. « La première étape est de penser. C'est-à-dire définir les objectifs, les besoins en information, identifier et localiser les sources d'informations formelles et informelles autour des publications, des articles et des bases de données. La seconde étape consiste à identifier et à collecter toutes les sources d'information dans les secteurs ciblés. La troisième étape vous conduira à classer et à inscrire les sources d'informations. La quatrième étape exige de l'entreprise l'extraction du contenu provenant de la mise à jour des sources d'information. Puis, en cinquième position, la validation. En sixième position, mettre en forme et homogénéiser les informations. Septième étape, vérifier, consolider et fiabiliser les informations. Enfin dernière étape, la diffusion et le partage des informations auprès des utilisateurs. » De son côté, Cyriaque Ipoungou, responsable à l'Académie franco-américaine, au cours d'une conférence sur les nouvelles valeurs de l'entreprise du XXI^e siècle, nous explique que « contrairement à l'organisation de l'ère de la Guerre Froide, celle des temps de la globalisation est irriguée vers des méthodes de veille autour de l'information, qui demeure son objet fondamental pour une meilleure prise de décision ». « En effet, poursuit-il, l'information pour l'entreprise et le manager est comme du carburant pour un véhicule. Elle suscite des transactions immenses car elle est la clé de la décision et de la réussite des entreprises. » Technique bien vieille, utilisée depuis la fin de la guerre par les entreprises japonaises, elle fait l'objet d'intenses débats dans les entreprises aujourd'hui.

Trois types d'informations

Ingénieur informaticien et cadre supérieur dans une banque gabonaise, Fernand Va-



cherot considère que « la pratique de la veille est réelle dans les entreprises africaines et gabonaises. Car l'information recherchée constitue pour beaucoup d'entre elles, sinon la quasi-totalité, un marché florissant ». Sur cette base, l'information crée une situation de l'offre et de la demande. Il s'agit donc d'un produit. Elle se vend et s'achète et sa cotation sur les marchés financiers entraîne des coûts élevés. Comme la veille, l'information fait partie des systèmes intégrés de l'entreprise. Interrogé en septembre 2010 lors de la tenue du séminaire « Intelligence économique et entreprise » au Centre culturel français sur ce qu'est un système de gestion intégré de l'information au sein de l'entreprise, Jean Pierre Mibessi, l'un des orateurs de la journée et représentant l'Institut national de cartographie (INC), démontrait par ses explications que « l'information est le résultat d'une recherche lisible, selon les besoins de l'organisation, le secteur d'activité, la lecture de la concurrence dans ce domaine et l'adaptation d'une méthode de recherche et d'analyse au problème posé au sein de l'organisation ».

Pour l'entreprise à la recherche de la compétitivité, de la croissance et de l'excellence, trois types d'informations s'offrent à elle. Tout d'abord l'**information blanche**. Il s'agit d'une information directement et librement accessible sans aucune contrainte. C'est une information « open », un service gratuit. En réalité, il s'agit souvent des informations générales. L'**information grise** s'offre également à l'entreprise. Il s'agit en l'occurrence d'une information acquise de manière indirecte ou détournée, mais d'accès légal. Elle peut provenir d'un bulletin spécial sur une technologie clé, mais qui n'était pas spécialement destinée à l'entreprise. Elle peut être issue de rapports d'études, de mémoires, de journaux spécialisés. Enfin, l'**information noire** peut être obtenue de manière illégale par le renseignement économique ou industriel auprès de tiers. Ce cas peut être assimilé aux procédés adoptés par certaines entreprises, no-

tamment chinoises qui, parfois, mènent des actions offensives afin d'obtenir des informations à valeur ajoutée.

Savoir pour agir

Face à un contexte de globalisation particulièrement dur pour nos économies et nos entreprises, relevant du secteur public ou privé, leurs managers sont tenus de se préparer à cette bataille en intégrant l'information comme un paramètre de gestion et de réactivité. La compétition économique et technologique est désormais ouverte. Ainsi, l'entreprise est devenue un acteur intelligent de l'environnement concurrentiel. L'économie globale étant fondée sur le savoir et la connaissance, l'entreprise gabonaise et son manager sont donc au cœur du processus de survie ou de rayonnement. Kanel Engandzas relève que « la connaissance pour l'entreprise est fondée sur une information assimilée et utilisée afin de parvenir à une action ou à une décision. Les connaissances sont des informations qui se trouvent dans la mémoire des ressources humaines qualifiées, expertes dans leur domaine de compétence. La valeur des connaissances est élevée puisqu'elles permettent la prise de décision. La connaissance permet donc la généralisation des problèmes, alors que l'information ne permet de prendre que des décisions particulières. A ce titre, les organisations doivent organiser et gérer les connaissances formalisées ou explicites, mais aussi les connaissances tacites ou tirées des expériences de leurs ressources humaines ».

L'entreprise du futur ? « Elle se crée aujourd'hui. Avec elle se mettent en place les processus de veille », rappelle Fernand Vacherot. Nous sommes arrivés à un contexte où l'information joue un rôle éminentment stratégique au sein de l'organisation. Celui qui possède l'information détient non seulement le pouvoir mais aussi et surtout la décision. Une fois qu'elle est prise, elle suscite l'action. Dimension phare de l'intelligence économique, la veille appelle des applications spécifiques. Elles sont le plus souvent

le fruit des ressources humaines spécialisées de l'entreprise. C'est pourquoi, dans un univers économique en mouvement, l'intelligence économique et la veille stratégique permettent aux organisations, privées ou publiques, de multiplier les sources et les canaux d'accès à l'information économique, sociale, technologique et stratégique pour se positionner dans leur environnement concurrentiel d'une part, décider et agir, d'autre part. Selon Jean Pierre Mibessi, la stratégie à adopter comporte « des étapes précises à travers lesquels différents acteurs sont impliqués. L'objectif final de cette logique est de transformer les informations en connaissance, de façon à favoriser la prise de décision du manager ». A cet égard, on peut certes affirmer que l'information est la matière première du renseignement, et qu'un renseignement est une information élaborée, pertinente et utile, correspondant aux besoins de celui qui la reçoit. « Dès lors, le cycle du renseignement peut aussi bien être un cycle de la connaissance », souligne Kanel Engandzas.

Quatre phases opérationnelles

L'orientation générale. Durant la première étape, les grands enjeux sont identifiés et les besoins en renseignements définis en conséquence. Ce qui donne lieu à une planification de la collecte d'informations, à l'émission de demandes ciblées ainsi qu'à un contrôle régulier de la productivité des instances de recherche. Les besoins s'expriment de manière ponctuelle ou sous forme d'un catalo-

gue de questions adressées aux équipes de recherche par les instances décisionnelles. **La recherche.** La collecte se définit comme la période de recherche où sont identifiées et exploitées les sources d'informations, dans le cadre d'une planification préalable. **L'analyse et l'indexation.** Etape fondamentale, l'analyse est la phase de traitement ou d'exploitation. C'est l'étape au cours de laquelle les données et les informations passent à l'état de connaissance à travers un processus systématique d'évaluation, d'interprétation et de synthèse destiné à élaborer des conclusions répondant aux besoins de renseignements exprimés. L'indexation consiste à catégoriser et à classer les connaissances pour permettre des recherches aisées et rapides dans une perspective d'utilisation des connaissances. **La diffusion.** La diffusion est l'acheminement des renseignements sous une forme appropriée (orale, écrite ou graphique) aux unités en ayant exprimé la demande. Il s'agit bien d'un cycle dans la mesure où le renseignement obtenu permet d'une part d'orienter les besoins nouveaux en renseignements et, d'autre part, de réévaluer constamment la connaissance obtenue en fonction de l'évolution de l'environnement. La veille est au cœur de la problématique du développement de l'entreprise. Elle crée des conditions favorables au manager afin qu'il puisse avoir une visibilité complète de son horizon économique. Elle devient de ce fait une exigence.

PROSPER TONDA MAMBENDA





La grande soirée anniversaire

Toute l'équipe d'*Economie Gabon +* était réunie le 21 juin dernier au Méridien Re-Ndama pour fêter le premier anniversaire du journal et procéder à la remise des prix du Concours des managers de l'année, organisée en partenariat avec la Chambre de commerce du Gabon.



Après un an d'existence, le périodique *Economie Gabon +* a soufflé sa première bougie le 21 juin dernier à l'hôtel Méridien Re-Ndama. Près de 300 partenaires et invités ont répondu à l'invitation pour cette soirée qui a permis de dresser un premier bilan très positif de l'arrivée du journal dans le paysage de la presse économique nationale. Après dix parutions, *Economie Gabon +* a pu mettre en lumière des secteurs d'activités clés pour le développement économique du pays. De la téléphonie mobile au secteur bancaire en passant par le pétrole et les NTIC, avec en filigrane la promotion du développement de ces branches d'activités et l'amélioration de l'environnement des affaires. Une tâche qui a permis de rencontrer les entrepreneurs qui ont posé les bases du tissu économique gabonais, et la nouvelle génération de ceux qui relèvent le défi de la croissance.

A cette occasion, l'équipe d'*Economie Gabon +* et la Chambre de Commerce de Gabon ont procédé à la remise des prix de la première édition du Concours des managers de l'année, qui a pour but d'encourager les entrepreneurs gabonais en désignant celles et ceux qui ont manifesté des efforts remarquables pour l'essor de l'économie nationale.



Pour participer au concours, les entreprises doivent être constituées en SA ou SARL ; être régulièrement enregistrées à la Chambre de commerce ; être cotisants à la CNSS ; être à jour des obligations fiscales pour les exercices écoulés ; fournir leurs chiffres d'affaires et résultats net des trois derniers exercices (chiffres d'affaires et résultats net des deux derniers exercices pour les entreprises créées en 2008. Si l'entreprise a été

créée en 2009, elles devaient fournir l'évolution sur l'année de son chiffre d'affaires et de son résultat net) et communiquer le volume et la nature de leurs effectifs. Au total, cinq lauréats ont été désignés parmi les secteurs d'activités suivants : Commerce, Artisanats et Métiers, Industries et Mines, Services, Agriculture, Eau, Forêt et Environnement, répondant à la classification de la Chambre de commerce.

1 : Jean-Bernard Saulnerod (administrateur général de TSG), Nestor Navenant (ECIG), Fabrice Gineau (directeur commercial Gabon Sprint Auto) et Hamidou Okaba (directeur de l'Economie). **2 :** Jean-Pierre Pont (éditeur *Economie Gabon +*) et Madame et Monsieur Fournier (directeur financier SDV Gabon). **3 :** Catherine Laurent (Le Praticien du Gabon), Alain Veyrinas et Marie-Christine Drouillet (GEC). **4 :** Philippe Chandezon (BICP), Jean-Claude Dequecker (directeur général de CGE), Gert Vandersmissen (DG de la SIAT Gabon), Till Heene (DG de Lufthansa Gabon) et Jean Torchiana (administrateur général Garep Gabon). **5 :** Guy Roger Remboundou (directeur commercial Affinités Mc Cann), Evelynna Nnanna (Ecobank Gabon) et Alain Kiendrebeogo (DG de Sahelys). **6 :** Till Heene (DG de Lufthansa Gabon), Gaetan Van Belle (directeur commercial Sobraga), Gert Vandersmissen (DG de SIAT Gabon) et des membres de l'équipe Chivas de Pernod Ricard. **7 :** Gaele Ockias (UBA), Edna Ockias, Monsieur Habyarimana et son épouse Elsa (assistante du pdt de la CCIG), Augustine Ndiaye (BGF), Claire-Dominique Mandza (conseil aux entreprises CCIG), accoupius : Aline Moussounda (CCIG). **8 :** Patrice Zavrosa (DGA de Mika-Services), Wilfried Anguilet et Alain Calvi (Sogapresse). **9 :** Yaovi Tigoue (Tropicana) et Madame, Stéphane Berry (Rougier), Yves Fumanal (Cabinet YF). **10 :** Pierre-Alexis Lebeon (Sobraga), Jean Torchiana (administrateur général Garep Gabon), Sébastien Chouen (directeur Moët & Chandon Afrique centrale et de l'Ouest). **11 :** à droite : Jean-Dominique Marcicreaud (directeur régional de Pernod Ricard). **12 :** L'épouse du chef de mission SCAC de l'ambassade de France, Joelle Valeri (éluë de l'Assemblée des Français de l'étranger), le docteur Valeri et Christophe Reilhae (mission de Coopération). **13 :** André Giacomoni (PDG Gabon Airlines), Esther Ludeau (chef de publicité *Economie Gabon +*), le chargé de mission Gabon Airlines. **14 :** Augustine Ndiaye (BGF) et sa collègue, Hervé Oyono (vainqueur dans la catégorie Commerce) et son épouse. **15 :** Roger Owono (administrateur directeur général BGD) et Pierre Claver Moubamba (Nungui MPC).



Concours des managers de l'année

Pour départager les entreprises, un jury de sept membres a été constitué :

- Ghislain Mboma, directeur général de Loxia EMF.
- Jearns Olla, cabinet de recrutement IADL.
- Franck Sima, expert comptable, cabinet Baker & Tilly Gabon.
- Maître Bertrand Homa Moussavou, avocat.
- Guy Roger Remboundou, directeur commercial Affinités Mc Cann Erickson.
- Parfait Duffy Bibang, vice-président de la Chambre de commerce.
- Hamidou Okaba, directeur général de l'Economie.

Le jury a évalué les chefs d'entreprises retenus selon cinq critères :

- l'évolution des résultats financiers,
- la création de main d'œuvre locale,
- l'image de marque de l'entreprise et de ses produits,
- le management des ressources humaines et les acquis sociaux,
- les investissements et la dynamique d'expansion.



Les gagnants pour cette première édition du concours ont été :

- Section Services : **Thierry Ngomo, Archipro International.**
- Section Industrie & Mines : **Steve Mouwemdjji, EDF Toutelec.**
- Section Commerce : **Hervé Oyono, Tartare +.**
- Section Artisanat et Métiers : **Michel Sedrigue Ndong, Okliceane.**
- Section Agriculture, Elevage, Eaux et Forêts et Environnement : **Mathurin biyogho, Sovog.**



Des chaînes à la carte !

La télévision a de beaux jours devant elle et son avenir passera par une multiplication des chaînes thématiques. Selon le rapport 2011 du cabinet d'audit Deloitte, plus de la moitié de la population mondiale, soit 3,7 milliards de téléspectateurs, passera 140 milliards d'heures de plus cette année devant son téléviseur. De quoi proposer des contenus propres à satisfaire toutes les envies.

Les conclusions établies par le cabinet d'audit Deloitte pour le secteur des télécommunications, des médias et des nouvelles technologies ont de quoi renforcer le statut de « super-média » de la télévision en 2011 et tordre le cou aux prédictions faisant état de sa mort annoncée ! Cette consommation croissante va de pair avec les gains engrangés par la publicité télévisée, en augmentation de 10 milliards de dollars, avec une progression programmée de 20% des revenus de la télévision payante dans les pays émergents du BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud), dont le PIB total devrait égaler en 2040 celui du G6 (Etats-Unis, Japon, Royaume-Uni, Allemagne, France et Italie).

Un état des lieux reluisant qui dope la création des chaînes thématiques dont la distribution s'est accrue avec l'avènement de la technologie numérique et le succès de la TNT lancée en mars 2005, brisant le monopole historique dont jouissaient depuis les années 1990 les réseaux du câble et du satellite. Cela aura également redessiné le paysage audiovisuel au cours de la dernière décennie, notamment en France, avec près de 12 millions de téléspectateurs, soit 73% des abonnés à une offre élargie (câble, CanalSat ou encore TPS), qui regardent les chaînes thématiques au moins une fois par jour, et au moins une seconde, pour une moyenne journalière de 1h18.

Des tranches horaires suivies de près par les publicitaires

L'étude note des préférences horaires bien réparties, révélées par l'enquête « Média-cabsat » de Médiamétrie qui situe les pics d'audience des chaînes musicales et d'information le matin (comme les radios), celles réservées à la jeunesse avant et après l'école, les émissions sportives en après-midi, tandis que les divertissements et les fictions occupent plus volontiers les soirées des téléspectateurs. Une compartimentation idéale pour les publicitaires car elle mâche une partie de leur travail en réunissant en un lieu leur cible de consommateurs. Le marché de la télévision payante représente près de 4 milliards d'euros et celui de la télévision gratuite, où se disputent une vingtaine de chaînes, est estimé à un peu plus de 3 milliards d'euros de recettes publicitaires nettes. De quoi aiguïser l'appétit des pionnières du petit écran qui ont investi le marché, à l'image de M6, du groupe de télévision contrôlé par RTL Group (Bertelsmann) dont les recettes publicitaires – cumulées avec ses chaînes thématiques (W9, Têva, Paris Première, Série Club, etc.) ainsi que ses activités Internet – ont crû en 2010 de 12,5%, à 815,3 millions d'euros.

Les grandes chaînes hertziennes ont quasiment toutes des déclinaisons thématiques pour ne pas se laisser distancer sur le marché des programmes où s'invitent des grandes marques qui s'offrent une vitrine exclusive.



C'est le cas de Renault, qui en 2010, après avoir fait ses armes sur la Toile avec sa Web-TV démarrée au printemps 2009, a lancé sa chaîne de télévision grandeur nature, perçant le paysage audiovisuel traditionnel en diffusant 24 heures sur 24, en France sur CanalSat et en Angleterre sur Sky un programme mêlant l'histoire et les grands événements du constructeur de voiture ainsi que le sport automobile. Le tout en prélevant sur son budget de communication 1 à 2% des dépenses publicitaires annuelles de l'entreprise.

le boom des chaînes thématiques

Le Losange, première chaîne de télévision de marque française ouverte sur l'international confirme que la télévision demeure la plate-forme la plus solide pour véhiculer son message au plus grand nombre. Au-delà de l'intérêt nourri par les annonceurs, les chaînes de télévision thématiques ont aussi l'avantage d'avoir un cahier de charge moins contraignant que les généralistes et permettent à des budgets moindres de s'y risquer. Comme la chaîne gratuite d'informations économiques

lancée en 2005, BFM TV, taxée de « low cost » mais qui se veut « high-tech ». Elle fait partie du groupe de communication pluri-médias Next Radio TV, présent sur les marchés de la radio, de la télévision, de l'Internet et de la presse avec BFM Business (radio et TV), RMC et le magazine *Micro Hebdo*, pour ne citer que ceux-là. Leur chiffre d'affaires au premier trimestre 2011, en hausse de 14%, s'élève à 34,7 millions d'euros, duquel émerge le Pôle TV regroupant BFM TV et BFM Business TV avec une progression de 25% pour s'établir à 10,2 millions d'euros. Des résultats en adéquation avec son audience historique de mai, établie à 1,8% par l'institut Médiamétrie, devant le 1% de I-Télé en plein réajustement pour la rentrée : changement de direction avec l'arrivée de Cécilia Ragueneau et hausse du budget de la filiale du groupe Canal + au chiffre d'affaires établi à 4 712 millions d'euros.

La percée des opérateurs africains

Le choix thématique des nouvelles chaînes de télévision est aussi varié que l'imagination

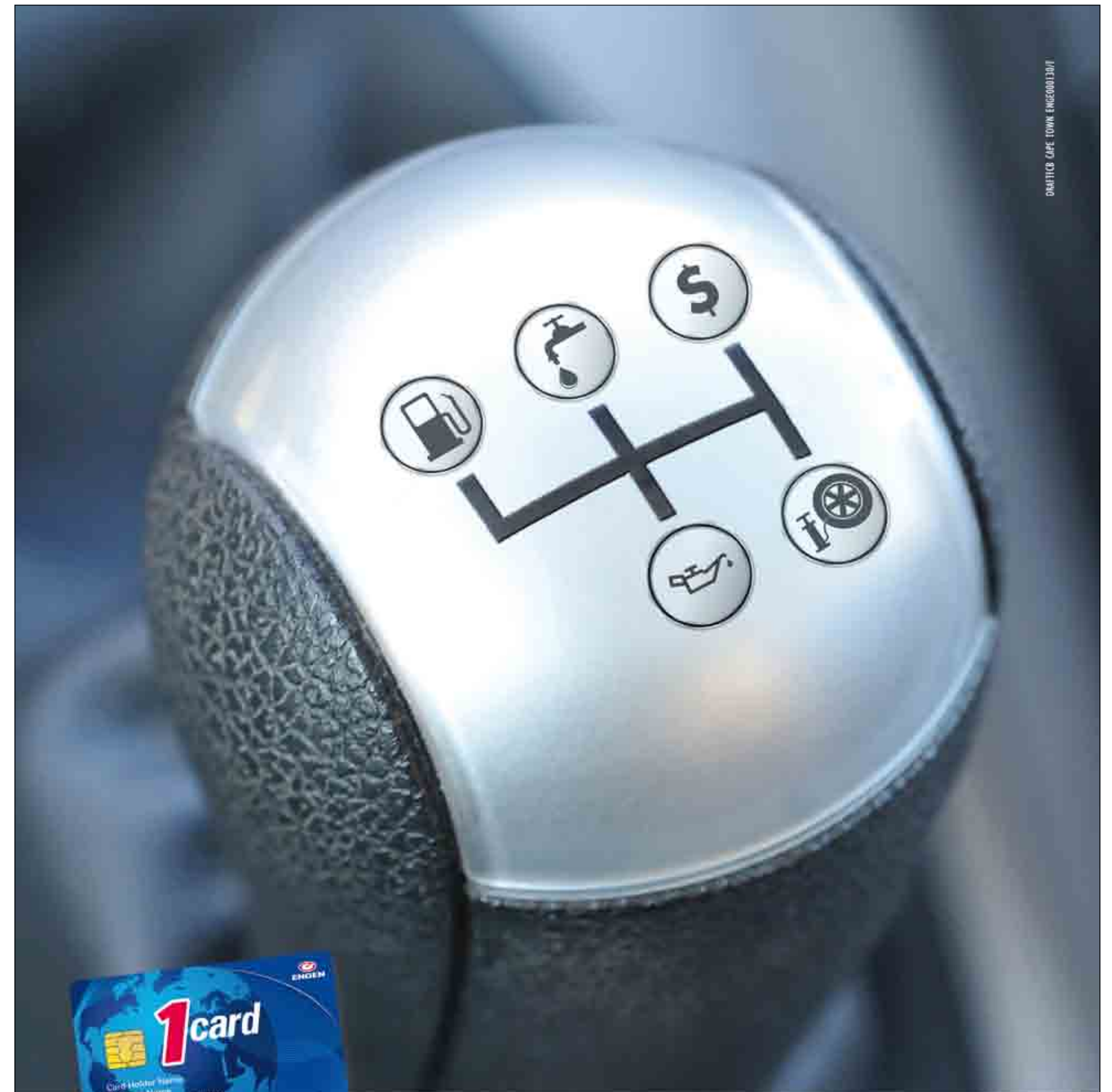
est un puits sans fond. Cela donne parfois lieu à des initiatives surprenantes, comme en février dernier, avec le lancement d'une chaîne 100% poulet rôti baptisée « Rôtisserie Channel », la première chaîne de télévision exclusivement consacrée au poulet rôti de l'opérateur câble Rogers Cable, fournisseur de nombreuses chaînes anglophones et francophones. Celle-ci appartient à Rogers Communications, l'une des plus importantes sociétés de télécommunication du Canada, placée à la 30^e place du classement 2011 des opérateurs Télécoms du monde par capitalisation boursière avec 14,66 milliards d'euros. Un palmarès où un pays africain se fraye un chemin et parvient à la 16^e position avec 27,24 milliards d'euros. Il s'agit du sud-africain MTN Group, multinationale implantée dans plus de vingt pays africains.

Un marché où s'invite aussi Touba TV, chaîne de télévision satellitaire créée en novembre 2009 par des investisseurs et des spécialistes de la communication sénégalais, qui ont lancé leur décodeur hybride haute définition satellite et IP. Touba TV Monde au Sénégal, en France, en Espagne, en Italie, aux Etats-Unis et au Canada, via un réseau de distribution partenaire, offre l'accès à dix chaînes thématiques exclusives depuis un téléviseur, un iPad ou un iPhone. Les débouchés se multiplient pour offrir des espaces de diffusion aux chaînes thématiques comme Free Home Vidéo, le service de VOD par abonnement de Free, qui abrite la chaîne « Films d'Afrique » offrant un large éventail de longs métrages du continent africain pour 4,99 euros par mois. Ceci pour une consommation illimitée de contenus, et toute une série de reportages, documentaires et portraits sur la chaîne Vodeo.TV pour un prix de départ de 99 centimes d'euros.

Des programmes toujours plus ciblés

Les sujets et les téléspectateurs potentiels sont une source inépuisable si l'on se fie à certains chiffres. Comme celui, en 2011, du nombre d'adolescents dans le monde en passe de devenir des adultes, estimé à 1,2 milliard et dont neuf sur dix vivent dans un pays en développement. Ces derniers sont confrontés à des problèmes de scolarisation et de pauvreté, ce qui nourrit une quantité incalculable de thématiques pour les accompagner et leur offrir une visibilité. On peut aussi puiser dans le vivier de la religion avec une audience assurée au regard du nombre considérable de croyants – plus d'un milliard de catholiques selon l'édition 2011 de l'annuaire pontifical et l'étude prospective intitulée *The Future of The Global Muslim Population*, publié en début d'année, qui recensait 1,6 milliard de musulmans en 2010. Et pour ceux qui veulent savoir à quel saint se vouer avant de sortir de chez eux, la voyance est une thématique porteuse qui génère un chiffre d'affaires annuel de 3 milliards d'euros en France. On compte plus de 100 000 professionnels dans ce secteur, même si la prudence est de rigueur car les promesses n'engagent que ceux qui les font, comme l'astrologue française Elizabeth Teissier, qui prédisait une « année géniale » à Dominique Strauss Kahn... A chacun son thème !

CHRISTIANE REVENO



MAITRISEZ VOTRE FLOTTE AUTOMOBILE

La carte Engen "1-card" est conçue pour offrir au gestionnaire de flotte automobile la plus grande garantie que votre argent est réellement dépensé pour les produits que vos véhicules utilisent. Avec la carte unique Engen d'identification de véhicules, il vous devient enfin possible à la fois de gérer vos véhicules, d'épargner de l'argent et de vous assurer de la bonne marche de votre flotte.

Commandez donc la votre dès aujourd'hui. Appelez nous simplement au +241 74 01 01 Ou envoyez un e-mail à info@engen.ga

www.engenoil.com



ENGEN

Avec nous, vous êtes Numéro un

Economie numérique

Sur la route de la nouvelle économie

Grâce aux grands investissements consentis dans l'implémentation de la fibre optique, à la volonté de numériser ses organisations, à l'essor des télécommunications et à la création de jeunes PME-PMI innovantes dans le multimédia et l'industrie électronique, le Gabon espère créer des passerelles dans l'objectif de drainer vers l'e-business de nombreux acteurs économiques privés et publics. Gros plan sur un axe essentiel du Gabon des services.



En 1996, trois ans après la création du World Wide Web « toile (d'araignée) mondiale », par l'ingénieur britannique Tim Berners Lee, soit un an après les débuts du commerce électronique, la naissance de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et l'avènement de la globalisation de l'économie, le Gabon découvrait Internet à travers la présentation au grand public du site Web de la Présidence de la République. Pour de nombreux Gabonais, cette démonstration correspondait alors davantage à un effet de mode qu'à une réelle volonté de créer une politique nationale des technologies de l'information et de la communication. En effet, pour la psychologue Ida Menza-Menguema, « personne à l'époque ne pou-

vait miser sur une possible émigration de nos différents services sur le réseau, tant il était nouveau et que la majorité des entreprises, y compris les acteurs politiques, étaient méfiants et réservés. Nous n'étions pas encore à la prise de risques. La culture papier était encore enracinée et mettre ses informations les plus pertinentes en ligne était perçu comme une façon de se livrer à l'adversaire pour ceux qui étaient sur le terrain de la concurrence. »

Le temps de la découverte

Plus rapidement populaire aux Etats-Unis et en Europe en raison de son lien avec le milieu universitaire, l'Afrique en général, et le Gabon en particulier, n'avaient pas la même compréhension de l'usage

de son usage au sein de la société. Nous étions bien loin de parler de l'économie numérique. Comme une série de vagues, le déferlement sur le Net s'est déclenché à une plus grande échelle du fait de services accessibles à tous. Ce fut le cas de la messagerie électronique (e-mail), du Web (« www ») qui l'a externalisé et popularisé, du protocole de transfert de fichiers (ftp), ainsi que les autres services qui lui ont donné une souveraineté extraterritoriale qui s'est notamment traduite par l'éclosion des cyber-cafés.

Au Gabon, et surtout à Libreville, si Gabon Télécom (l'opérateur historique des télécommunications) en fut le maître d'œuvre, les acteurs de la société civile regroupés autour des associations accélèrent la démo-

cratisation de son usage et sa généralisation dans les secteurs de la vie administrative, scolaire, universitaire et économique. Le PNUD en fera un véritable projet de développement et de grande envergure pour le pays, alors même qu'un compatriote, Alain Ba-Oumar, à la tête d'une jeune entreprise (Internet Gabon), le fera entrer dans le monde du business, changeant ainsi la philosophie de départ. « La démocratie électronique, du point de vue des institutions, et la naissance de l'industrie des affaires électroniques, du point de vue de la logique économique, enrichissent le réseau Internet au Gabon. Nous assistons de ce fait à la naissance des premiers partenariats public-privé (les 3P). Ces nouveaux acteurs donneront, au monde numérique, un visage semblable à celui de son évolution en Europe ou en Amérique, exception faite de la question des débits, qui demeurent faibles », affirme Luc Marie Ivanga, réalisateur des premiers programmes sur le réseau Internet à la RTG-1 en 1999.

De l'intérêt des Etats...

En 1997, la planète entière entend la déclaration de Bill Clinton, président des Etats-Unis, qui proclame de faire de l'Internet une zone de libre-échange. Les médias d'informations générales et spécialisés se concentrent alors sur ce nouvel environnement, lui prédisant un avenir radieux, au bénéfice du plus grand nombre. « Avec l'Internet, le Gabon entrera dans une planète de l'information et du savoir, ouverte à tous. Nous vivions une nouvelle indépendance. C'est un changement de paradigmes », déclarait ainsi Bertrand Matteya, juriste d'affaires.

Depuis lors, l'espace audiovisuel, du fait de ses connexions avec l'informatique, les télécommunications et la post-production à travers les DVD, a été rejoint par le monde de l'entreprise. Une révolution qui a affecté également les gouvernements. On comprend dès lors la création au Gabon d'un département ministériel entièrement dédié à l'économie numérique. Une preuve que le Gouvernement la considère comme un atout majeur dans sa politique d'urgence et sa participation au projet mondial de réduction de la fracture numérique. Ce département ministériel a la lourde tâche de valoriser les solutions numériques et de proposer au gouvernement gabonais une stratégie en matière d'économie numérique dans l'Administration ; l'environnement des affaires ou le monde de l'entreprise ; la recherche et l'innovation ; la formation et la vulgarisation tous azimuts. Soit quatre environnements déterminants dans la gouvernance des systèmes d'informations et la communication du territoire.

...et du Gabon en particulier

En effet, comme tous les pays du monde, le Gabon s'est engagé dans un processus de modernisation de son Administration, décrite par certains observateurs comme lourde et bureaucratique. Le nouveau cadre souhaiterait promouvoir des instruments de traitement automatique et rationnel des données. Pour Jean Lucien Mangoumba, ancien directeur général adjoint de l'Agence de promotion des investissements privés (APIP), « les investisseurs qui souhaiteraient prendre la destination Gabon aimeraient avoir, avant toute chose, des informations à valeur ajoutée sur l'environnement des affaires de notre pays, le fonctionnement de son appareil commercial, la fiabilité des réseaux de transmission et de gestion de l'information afin de disposer, en temps réel, des données fiables capables de booster la décision du manager des affaires ».

A titre d'exemple, l'implémentation des technologies numériques au sein de notre administration donnerait la possibilité aux usagers d'accomplir certaines formalités sans avoir à affronter les longues files d'attente pour obtenir la signature d'un acte jugé urgent. C'est pourquoi, la psychologue Menza-Menguema considère qu'« en entrant dans ce nouveau processus, le Gabon passerait d'une informatique de gestion à une informatique de communication du fait de l'interopérabilité et des interfaces qui naîtraient entre les usagers et l'Administration ».

Des initiatives dédiées à l'économie numérique

En juin 2005, lors du Salon international du multimédia et de l'économie numérique (Simen) organisé par l'Agence de promotion des investissements privés, les communications sur l'administration électronique et numérique avaient constitué l'une des priorités de ce rendez-vous international. Puis en juin 2010 le Gouvernement gabonais, via le ministère de la Communication et de l'Economie numérique, a organisé « Gabon Numérique », un salon national dédié à l'économie numérique. Ces deux manifestations qui ont rassemblé sous un même toit les acteurs de l'informatique, des télécommunications, de l'audiovisuel, des industries de transmission, du multimédia, ont vu la participation massive des acteurs de l'économie classique intégrer l'univers du numérique, créant ainsi un pôle majeur, avant que ne se dessine une stratégie globale. Selon Guy Robert Bingouma, directeur au ministère de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique, « un tel plateau pose de nouveaux défis. L'organisation des affaires ou de l'économie change de rythme et de langage car de nouveaux vocabulaires naissent, et les comportements aussi. »

Un outil professionnel aujourd'hui incontournable

Premier point, l'usage du numérique, grâce à ses multiples applications, a donc la possibilité d'offrir aux usagers des services publics une célérité dans le traitement des dossiers et des réponses à leurs besoins. Mais l'environnement professionnel privé demeure sans aucun doute le plus grand bénéficiaire. En effet, la révolution du multimédia et de l'industrie électronique s'est d'abord ancrée dans le monde de l'entreprise. On trouve d'un côté les



entreprises créatrices de l'industrie numérique : celles qui opèrent dans le monde de l'informatique notamment comme IBM, numéro un historique et pionnier de l'informatique ; Microsoft, l'éditeur des logiciels et du célèbre système d'information Windows et du navigateur Explorer ; Intel, le roi du processeur et des semi-conducteurs, Apple, la société de Steve Jobs qui s'attache à des inventions inédites remettant en cause les schémas traditionnels de l'informatique ; Cisco et ses routeurs, etc. Ou encore celles qui gravitent dans l'univers des télécommunications : Nokia, Siemens, ATT, British Telecom, Alcatel, Ericsson... Sans oublier les spécialistes de l'espace audiovisuel (Sony, Time Warner) ou celles qui évoluent dans la création multimédia (à l'image d'Adobe) ou la recherche des informations comme Google, Yahoo.

Dédramatisons l'idée selon laquelle l'économie numérique serait une affaire d'informaticien ou d'expert en télécommunications.

« Grâce à leur cycle de créativité, elles ont accompagné les grandes mutations technologiques au sein des PME-PMI et de l'organisation tout court », souligne l'universitaire Pierre Claver Mihorto. Il n'est pas d'ailleurs étonnant de les voir pénétrer des milieux qui, jadis, étaient réfractaires à l'usage du numérique. « Le sport, note Denis Dianda, enseignant de lettres modernes, est l'un des environnements qui consomment l'économie numérique. On peut remarquer la présence d'IBM dans les statistiques des rencontres de football, ou plus récemment les tournois de tennis de Roland-Garros en France ou Wimbledon en Angleterre. » Mais les entreprises de l'économie classique ne sont pas en reste. La ruée vers l'intégration des réseaux a boosté leurs activités. Leurs échanges – aussi bien dans le secteur du négoce, du bois, des mines, de la transformation, de l'import ou de l'export – ont complètement basculé vers le numérique au point de créer un circuit à part entière. Ces entreprises ont créé à l'intérieur de leur organisation des départements entiers spécialisés dans l'industrie numérique. De plus en plus, il n'est pas étonnant de rencontrer, comme à BGF1-Bank ou à Bicig pour ne prendre que le cas

Une offre de formation encore insuffisante au Gabon

Quatrième et dernier axe, la formation et la diffusion au sein de la société. Un fait est remarqué dans nos établissements, du primaire à l'université. Il n'y a pas d'offre de formation en économie numérique. Certains établissements ont des programmes axés sur l'informatique. D'autres sur les télécommunications. Or, « la donne a changé complètement », souligne Christian Massima, enseignant de lettres modernes. « Au niveau des entreprises, par exemple, les termes "responsable ou chefs de département informatique ou télécommunications" sont remplacés désormais par les appellations comme "responsable des systèmes d'information". Les plus avant-gardistes l'appellent tout simplement responsable, ou chef de département, ou directeur économie numérique pour être en phase avec le nouvel ordre technologique de production, de gestion et de diffusion des savoirs. Or, dans nos administrations, cette évolution n'est pas encore bien perceptible. Dans nos écoles de formation, également, plus grave, l'absence d'une offre de formation réelle pénalise les acteurs de développement qui ont désormais recours aux compétences venues de l'extérieur. C'est un handicap sérieux pour nos organisations. »

Même si le domaine est encore balbutiant, il y a lieu de savoir que le monde de l'industrie numérique avance très vite. Nous sommes dans ce que Thomas Friedman, journaliste au *Washington Post* nommé, dans son livre intitulé *La puce et l'olivier, comprendre la mondialisation*, « la horde électronique ». C'est-à-dire que les technologies numériques progressent à une telle vitesse qu'il nous faut être en veille en permanence.

Des choix stratégiques à définir

Migrer sur ce terrain est vaste projet. Il exige des ressources humaines, techniques, financières et des projets cohérents. Il appartient au Gouvernement de mettre en place une stratégie pour que l'économie numérique soit une réalité palpable. Nous devons dédramatiser, pour nos compatriotes, l'idée selon laquelle elle serait une affaire d'informaticien ou d'expert en télécommunications. L'économie numérique est une science qui nécessite une démarche pour son intégration au sein des organisations. Elle interpelle les autorités au plus haut niveau. Pour Pierre Yola, enseignant de philosophie, « notre continent et notre pays doivent se concentrer dans la mise en œuvre des politiques qualitatives liées à chaque secteur d'activités. Nous devons davantage mettre l'accent sur les contenus. Que proposons-nous ? Quelle valeur ajoutée apportons-nous ? ».

Premier stade de la mondialisation, l'économie numérique est un vaste monde de réseau que l'on intègre en ayant ses propres forces et ses capacités. Pour notre pays, c'est la porte vers les services à valeur ajoutée. C'est un gisement d'emplois, de savoir et de richesse pour l'Etat, l'Administration et les entreprises. Elle constitue également un pôle de compétitivité incontournable pour le Gabon, convaincu du rôle qu'il peut jouer dans cette course à la mondialisation.

Chivas régale les amateurs de whisky

La marque de whisky Chivas Regal a organisé une soirée de dégustation le 22 juin dernier au Beach Club de Libreville en présence de l'expert écossais Mark Backhouse. *Economie Gabon +* était présent à cet événement pour découvrir les charmes d'une boisson à consommer avec modération... mais aussi avec délectation !



remplissage après le cherry. Ils proviennent des caves de Xeres, en Espagne, et confèrent au whisky une saveur douce et riche en goûts de noisette et de fruits. Les fûts de Sherry donnent au spiritueux un caractère lourd, doux et une couleur plus sombre. La saveur la plus remarquable est le caramel concentré.

La maturation en fût de chêne entraîne une évaporation importante. C'est en effet environ 4% de l'alcool qui s'évapore la première année, puis 2% par année. Après dix ans, il y a donc environ 25% de pertes. Le whisky perd aussi de l'intensité pendant la maturation, ce qui est dû au fait que l'alcool s'évapore plus vite que l'eau. En dix ans, l'alcool va diminuer de 63% à 57%.

Les origines géographiques

Après avoir expliqué les processus de fabrication du whisky, Mark Backhouse a détaillé les différentes régions d'Ecosse où sont fabriqués les whiskys, qui ont chacun leur particularités. Nous

avons d'abord les Lowlands, au sud de l'Ecosse, qui présentent un relief de collines douces et où l'on produit un whisky léger et sucré. La région Islay, composée d'îlots, à l'ouest, est plus sauvage et ventueuse et produit un whisky sec, fumé et fort. Une petite région située au nord-est, le Speyside, au climat tempéré et fertile, produit un whisky particulièrement prisé pour ses arômes fleuris, fruités et mielleux. Enfin, les Highlands, au nord du pays, accidentés et montagneux, produisent un whisky au goût prononcé de bruyère, mais aussi fruité et épicé.

Chivas Regal est la marque phare de Chivas Brothers, compagnie de grands whiskys. Elle est disponible dans 150 pays, où l'on dénombre une bouteille vendue chaque seconde ! Chivas Regal est parmi les seules marques de spiritueux présente dans le monde entier. Le cœur du mélange vient des malts de Speyside (Glenlivet...), avec des malts des plus célèbres régions de whisky écossais.

DIEGO ESSANDONE

Les nombreux amateurs gabonais de whisky n'auraient pour rien au monde manqué cette dégustation organisée par Pernod Ricard, représentant au Gabon des whiskys Chivas Regal. Sur les tables, quatre verres étaient alignés devant chaque siège, contenant chacun une marque de whisky différente. Après une présentation complète des paramètres de fabrication et d'appellation par l'expert écossais Mark Backhouse, les invités ont découvert les méthodes de dégustation des « initiés ». A travers la découverte des différentes teintes, arômes et goûts, les participants ont pu apprendre à identifier un whisky et sa province écossaise d'origine. Il y a d'abord la couleur, la teinte. Au premier abord, nous pouvons facilement reconnaître s'il est pâle, ambré ou brun roux. C'est ce qui indique la méthode de maturation. Puis vient l'arôme, que l'on capte par l'odorat. Il s'agit là de développer l'impression première du whisky afin de détecter, à partir de ses senteurs, s'il est doux ou sec, fruité ou terreux. Puis vient le goût, qui confirme ce que les autres sens ont indiqué, même si celui-ci peut parfois surprendre. Pour mieux apprécier le whisky, il est conseillé de le boire sans glace et avec une larme d'eau pure.

Une élaboration qui relève de l'art

Le whisky de malt est produit de manière traditionnelle en utilisant un alambic charentais. C'est un spiritueux distillé à partir d'orge malté mûri en fût de chêne. Avant qu'on puisse l'appeler « Scotch Whisky », il doit exclusivement être élaboré à partir de produits naturels, à savoir l'orge, la levure et l'eau (qui doit être de l'eau de source pure). Il doit être distillé et mûri en Ecosse et doit avoir vieilli au minimum trois ans en fût de chêne. La qualité des fûts utilisés contribue pour

une grande partie à sa saveur finale. On utilise des fûts ayant contenu d'autres liquides, qui ont ainsi déjà donné une certaine saveur au bois. On distingue notamment les fûts Bourbon, qui viennent des Etats-Unis et sont exclusivement utilisés en premier remplissage après le bourbon. Ces fûts donnent un goût de vanille et une odeur boisée au whisky. Les fûts de Sherry sont également utilisés en premier



CHIVAS



Pernod Ricard Gabon

BP 6415 LIBREVILLE - BATTERIE IV (FACE EL RAPHA)
prgabon09@yahoo.fr - www.pernod-ricard.fr

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

BICP

BUREAU INTERNATIONAL
DE CONSEIL & DE PROMOTION

IMMOBILIER
PROMOTIONS
CONSEIL
EXPERTISE



IMMEUBLE BICP - BORD DE MER

1474 AV. G. POMPIDOU - BP 4562 LIBREVILLE
Tél. : 73 18 80 - 73 17 55 - 05 31 70 00
E-mail : pchandezon@yahoo.fr



IMMEUBLE MIXTE A COCOA DU STAGE DANS
LE LOTISSEMENT «LES BAS D'ANGONDJE»

PHILIPPE CHANDEZON ET SES COLLABORATEURS VOUS PRÉSENTENT LEURS NOUVEAUX PROJETS IMMOBILIERS A LIBREVILLE.



IMMEUBLE RÉSIDENTIEL AU QUARTIER «LOUIS»



VILLAS JUMELÉES DANS LE LOTISSEMENT «LES HAUTS D'ANGONDJE»

DISPOSANT DE TITRES FONCIERS, NOUS SOMMES À LA RECHERCHE DE PARTENAIRES FINANCIERS POUR LEUR RÉALISATION. NOUS POUVONS VOUS CONSEILLER POUR TOUT PROJET IMMOBILIER AU GABON ET EXPERTISER VOS BIENS À LA VENTE. NOUS POUVONS ÉGALEMENT VOUS PROPOSER DES INVESTISSEMENTS LOCATIFS EN FRANCE PROFITANT DES LOIS ACTUELLES SELLIER ET LMNP BOUVARD



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 économique et social (CES). Ouvert du lundi au samedi de 8h00 à 23h00. Tél. : 06 78 23 80.

Le Bistro | Bar-restaurant, ouvert tout les jours, midi et soir sauf le dimanche. Tél. : 73 16 25 / 06 44 45 46.

Tropicana | Hôtel-bar-restaurant. Tél. : 73 15 31 / 31.

Lokua | Bar-restaurant, ouvert midi et soir du lundi au vendredi et samedi soir. Tél. : (241) 06 83 51 83 / 04 10 34 44.

Le Phare du large | Restaurant gastronomique français, ouvert midi et soir. Tél. : 73 02 73 / 07 22 22 22.

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.

Castel Beer

One people, One beer *

* Un peuple, Une bière

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

Précieuse



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



L'excellence depuis 1952