

KADJI

— NEWS —

REPOUSSER LES LIMITES

Premier
NUMERO



Pg 22

HOMMAGE AU PATRIARCHE FU'A TOULA KADJI DEFOSSO

Kadji Defosso Joseph a été un véritable novateur dans la dynamique du monde brassicole, et bien au-delà.

DOSSIER

OPTIMIZATION OF PRODUCTION IN THE UCB PLANT

Within five years the production unit has been modernized from an old brewery of 25000 crates packaging to a capacity of about 90000 crates per day.

Pg 18

Pg 08

NOTRE VISION, NOS VALEURS

La vision d'une organisation et la projection de ses dirigeants.

BEING ONE OF THE MAJOR ACTORS IN THE BREWERY INDUSTRY

The quality of our products followed by our relationship with the customers.

Pg 10



Scan me



**UNE BIÈRE
UN PATRIOTE**

SOYONS RESPONSABLES, CONSOMMEZ RESPONSABLEMENT



**RE,
RIMOINE.**

MONS L'ALCOOL AVEC MODÉRATION. [®]



**100% CAMEROUNAISE
ET FIÈRE DE L'ÊTRE!**

KADJI

— NEWS —

Août 2019 Volume 01 N° 001

www.kadjinews.com

Bimestriel

EDITORIAL



NOTRE VISION, NOS VALEURS

8

La vision d'une organisation est la projection de ses dirigeants dans l'horizon à long terme. C'est un élément fédérateur autour duquel se greffent les partenaires et les acteurs de la vie de l'organisation.

ÉVÉNEMENT



**HOMMAGE AU PATRIARCHE
FU'A TOULA KADJI DEFOSSO**

22

De lui l'on retiendra que le culte de l'effort permanent et du dépassement de soi, sont les maîtres-mots de la marche ambitieuse vers de grandes actions.

NOS CHALLENGES



**BEING ONE OF THE MAJOR ACTORS IN
THE BREWERY INDUSTRY**

10

Based on the feedback, our initial concern was the quality of our products followed by our relationship with the customers. We knew quite well that we didn't have to be great to start, but that we had to start in order to be great

ZOOM SUR UCB



**OPTIMIZATION OF PRODUCTION
IN THE UCB PLANT**

18

Within five years the production unit has been modernized from an old brewery of 25000 crates packaging per day to a capacity of about 90000 crates per day.

NOS CHALLENGES

10

ZOOM SUR UCB

20

LES HOMMES,
NOTRE CAPITAL

30

LA MINUTE VERITE
LE SOLDAT DU MOIS

36

ECHO DU MARCHÉ

12

FOCUS ON
PRODUCT

26

SOCIÉTÉ ET
ENVIRONNEMENT

34

SPORT ET LOISIR

40

L'UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES DANS LE MARCHÉ CAMEROUNAIS DES BOISSONS 12

Le marché camerounais de la bière est de plus en plus compétitif. Il est principalement dominé par trois acteurs majeurs.

LA PROMOTION DE L'IMAGE DE MARQUE DE L'UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES 15

L'image de marque est la représentation d'une entité (ou organisation, institution) perçue par le consommateur et/ou le monde extérieur. C'est l'image que notre organisation renvoie au public, et la perception qu'il en a.

LE SYSTEME DE MANAGEMENT DE LA QUALITE AU CŒUR DE NOTRE ORGANISATION 20

La diffusion des démarches d'excellence opérationnelle, et notamment des démarches qualité, au sein du secteur industriel, constitue incontestablement de nos jours un moyen de répondre à ces enjeux majeurs.

LA PRESERVATION DU PATRIMOINE DE L'ENTREPRISE 24

L'Audit Interne doit maîtriser le fonctionnement global de l'organisation afin de favoriser la mise en place d'un dispositif de préservation du patrimoine et de prévention des fautes de gestion.

L'HISTORIQUE DE L'EAU A UCB 26

LA VALORISATION DU CAPITAL HUMAIN 30

La création d'un journal d'entreprise par la Direction Commerciale et Marketing participe de cette volonté de mettre le personnel de l'Union Camerounaise de Brasserie au centre de la gouvernance d'entreprise.

LA FÊTE DES RETRAITÉS 2019 32

Un travailleur est une personne qui effectue un travail. Un travail est le plus souvent effectué au travers d'un emploi. L'environnement de travail est un facteur déterminant dans la durée de la carrière d'un personnel.

LA FONDATION FU'A TOULA KADJI DEFOSSO ET L'AUTONOMISATION DES FEMMES : ZOOM SUR LES ACTIVITES DE LA JIF 2019 34

LES ACTIVITES DU CAPA 38

Lors de sa cérémonie de lancement le 18 mai 2018 à l'hôtel Hilton de Yaoundé, La CAPA a rassemblé les Directeurs Généraux des entreprises de ce secteur d'activité.

LA SUPER COUPE FU'A TOULA KADJI DEFOSSO 40

KADJI

— NEWS —

Directrice de publication : Nicole KADJI

Directeur de publication Exécutif : Ajewole ADEBAYO

Directeur de Publication délégué :
Jacques Derce MOUEN

Rédacteur en Chef : Isaac Aimé NZOUAMI TCHANA

Secrétaire de Rédaction :
Zéphirin NGHANFANG TOKOM

Graphisme et montage : Albert ANGOUNOU MEVA,
William Richard ASSANG, Hervé Cyrille DONGMO

Comité Editorial : Nicole KADJI, Ajewole Adebayo,
Jacques Derce Mouen, Isaac Aimé NZOUAMI TCHANA,
Patricia ANGOUNOU MEVA, Zéphirin NGHANFANG
TOKOM, Christian Aimé NANA NGATCHA, Christian ELLA

Comité de rédaction : Nicole KADJI, Ajewole ADEBAYO,
Jacques Derce MOUEN, Franck Eric NGASSAM, Lawani
SEGUN, Christopher DJAMBA, Thomas BISSANG, Aimé
Christian NANA NGATCHA, Patricia ANGOUNOU MEVA,
André NEMATCHOUA NGUEMENI, Faha TAMO

Comité de Relecture : Jacques Derce MOUEN, Isaac
Aimé NZOUAMI TCHANA, Patricia ANGOUNOU MEVA,
Zéphirin NGHANFANG TOKOM

Photos : William Richard Assang, Hervé Cyrille DONGMO,
Albert ANGOUNOU MEVA

Crédit photos : photothèque UCB

Correspondants : Yaoundé Brice Bekono,
Bafoussam Janvier AFADA, Mbanga Serge Martial
KENNE, Edea Ruben Nkewa, Kribi Anne Nkoundop,
Dschang Armand Kana, Mbouda Justin Moumegni,
Foumban Bernard Chwankap, Limbé Jackie Mukete,
Bamenda Valentine Akombi

Distribution : Direction des Ressources Humaines

Impression : Graphics System

Tirage : 3000 exemplaires



Feel Y



Feel fresh, feel young, feel

UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES
CREATIVITE - INTEGRITE - COURAGE
CREATIVITE - INTEGRITE - COURAGE



Young!



Spécial!



MME NICOLE **KADJI**

Directrice Stratégie et Développement

NOTRE VISION, NOS VALEURS



La vision d'une organisation est la projection de ses dirigeants dans l'horizon à long terme. C'est un élément fédérateur autour duquel se greffent les partenaires et les acteurs de la vie de l'organisation. Première brasserie africaine détenue par les Africains, qui plus est un Camerounais, la vision de l'Union Camerounaise de Brasseries est d'être un acteur majeur du secteur brassicole de notre pays, et d'impacter de manière remarquable et ce dans la durée toutes celles et ceux qui gravitent autour de nous.

Investir sur l'humain, préserver et protéger les ressources naturelles pour les générations futures, promouvoir une économie solidaire, redistribuer ou affecter une partie de nos bénéfices aux causes sociales et humanitaires sont nos leitmotivs. Et pour cause, nous sommes conscients de notre statut de privilégié. L'humanisme qu'incarnait le patriarche Fu'a Toula Kadji Defosso Joseph est un legs que nous nous devons de préserver. Cette vision d'une famille, d'une entreprise, d'un groupe où il fait bon travailler et même vivre repose sur des valeurs avec lesquelles nul ne transige : « la créativité, l'intégrité et le courage »

La créativité décrit de façon générale la capacité d'un individu ou d'un groupe à imaginer ou construire et mettre en œuvre un concept neuf, un objet nouveau ou à découvrir une solution originale à un problème. Dans notre contexte, la créativité est l'astuce, le procédé novateur grâce auquel chaque employé de l'UCB se déploie au quotidien dans son environnement de travail. Sur le plan purement opérationnel, la créativité joue un rôle de premier plan dans notre appareil de production et de communication.

L'intégrité, pris au premier degré se définit comme l'absence de mauvaise intention, et dans son acception la plus achevée l'intégrité signifie l'honnêteté. C'est une valeur qui nous est chère à plus d'un

titre parce qu'elle va de pair avec l'humilité. L'intégrité dans notre contexte intègre plusieurs référentiels. La gestion des horaires de travail, notre application aux tâches qui nous sont confiées, la préservation des ressources de l'entreprise, les rapports avec nos collaborateurs. L'action juste lorsque personne ne nous regarde. Tout ceci a un impact fondamental sur l'image et la réputation de l'entreprise.

Et enfin le courage, vocable qui veut dériver de cœur. C'est une vertu qui permet d'entreprendre des choses difficiles en surmontant la peur et en affrontant le danger, la souffrance, la fatigue. C'est pourquoi il est important pour chacun de nous d'avoir le cœur à l'ouvrage. Le rang qui est le nôtre dans le secteur brassicole, la place qui est la nôtre dans le GICAM, la position qui est la nôtre au sein de l'Association Camerounaise des Producteurs d'Alcool (CAPA) requièrent que nous nous armions d'une bonne dose de courage pour relever nos défis. La concurrence est aux aguets à travers les actions présentes et futures.

« L'humanisme qu'incarnait le patriarche Fu'a Toula Kadji Defosso Joseph est un legs que nous nous devons de préserver »

Il nous revient donc de ne pas dormir sur nos lauriers, de franchir les obstacles, de faire bouger les lignes pour toujours servir à nos consommateurs des

produits de qualité aux travers desquels ils continueront de s'identifier. Et d'écrire une histoire, l'histoire d'une réussite Camerounaise dont nous pouvons être fier(e)s.

Kadji News vient ainsi traduire notre volonté de valoriser les talents, de mettre en lumière le savoir, le savoir-faire et le savoir-être des uns et des autres à travers la production d'un magazine d'informations, dans le respect des canons du métier, pour promouvoir notre vision afin qu'elle inspire d'autres personnes, mais surtout mette en lumière nos valeurs.

Bonne lecture !!!



AJEWOLE ADEBAYO

Managing Director

BEING ONE OF THE MAJOR ACTORS IN THE BREWERY INDUSTRY



The

brewery Industry in Cameroon is composed of the following companies:

- Guinness Cameroon SA (GCSA)
- The Group Société Anonyme de Brasseries du Cameroun (SABC)
- Union Camerounaise des Brasseries (UCB)
- La société Camerounaise de Fermentations (FERMENCAM)
- La Société de Fabrication des Vins du Cameroun (SOFAVINC)
- ADIC (African Distilling Company SA)
- Boissons vins & spiritueux (BVS) production Cameroun SA.

These companies are essential partners of the State in the development of the country, particularly in the areas of economic growth, employment and social development. Founded in 1972, UCB is one of the pioneers in the Brewery Industry, currently producing & marketing three brands of beer, five brands of soft drinks and mineral water. Reviewing its journey from about a decade ago when its market share was just about 2%, we started by conducting a market survey to find out the opinions of the customers and consumers about the company and its products.

Based on the feedback, our initial concern was the quality of our products followed by our relationship with the customers. We knew quite well that we didn't have to be great to start, but that we had to

start in order to be great. Action was not a choice but a necessity. In 2011, we defined vision 2015. By early 2016, we came up with vision 2020 and today, we are already working on vision 2025. Each vision statement is a five year projection of the company in terms of where it wants to be. It centers on growing its market share, stakeholders satisfaction, quality products and services, and social responsibility.

At intervals, there are quarterly performance reviews to identify gaps and come up with corrective action plans for the way forward. We are glad today to state that we've come a long way from about 2.35% market share in 2009 to about 15% market share in mid 2019. Now reckoned with as one of the major actors in the Brewery Industry, we are

« We are determined to put in more energy, time, resources and sacrifice »

conscious of the fact that the journey has just begun. We believe strongly in continuous improve-

ment and that each stage of our achievement serves as a base to launch the company to a higher level. We are aware that it is more difficult to remain on top than to get there.

As the market becomes more and more competitive, with dynamic and aggressive strategies, our only choice is to work harder and smarter in order to remain very relevant. It is our resolve to continue to invest on innovation while adapting to our environment, building human capital and customers/consumers loyalty as well as aligning to International Quality Standards.

We are determined to put in more energy, time, resources and sacrifice.

L'UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES DANS LE MARCHÉ CAMEROUNAIS DES BOISSONS

Le marché de la bière au Cameroun représente un volume de consommation supérieure à 6.5 millions d'hectolitres par an. Avec une consommation moyenne annuelle de 36 litres par individus, le Cameroun se situe largement au-dessus de

la tendance en Afrique (9 litres) mais en dessous des tendances mondiales (44 litres) et de celle de la zone Europe (55 litre) et des pays dits «développés».

C'est un marché de plus en plus compétitif, principalement dominé par trois acteurs majeurs. L'UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES s'affirme



LES BOISSONS "SPÉCIAL DRINKS",
UN BONHEUR DE RAFFRAÎCHISSEMENT !
POUR VOS MANIFESTATIONS, CONTACTEZ-NOUS AU:
699 004 192

Feel fresh, feel young, feel Spécial!





FRANCK ERIC NGASSAM

Directeur Commercial

au fil des années comme un de ces acteurs clés au travers d'une augmentation significative de ses volumes de vente et de sa part de marché.

Cette croissance de nos marques de bières et de boissons Ga-

zeuses repose sur plusieurs piliers, dont entre autres :

- Des investissements bien ciblés tendant à doter l'entreprise d'un puissant outil industriel à la pointe de la technologie
- Un système d'exploitation (ERP) cadrant avec la taille et le volume d'information de plus en plus croissant
- Une démarche qualité tournée vers une plus grande satisfaction de la clientèle



- Le positionnement stratégique de nos marques sur des territoires de consommation pertinents
- La professionnalisation sans cesse croissante de notre force de vente
- Le respect de nos engagements vis-à-vis de notre clientèle.

Les très bonnes performances actuelles de l'Union Camerounaise de Brasseries démontrent à souhait la pertinence des piliers stratégiques choisis et exécutés depuis quelques années. Toutefois, les théories modernes du management stipulent que de très bonnes performances passées ne garantissent pas toujours une croissance continue dans le futur.

Dès lors, la ferme volonté du management de l'UCB d'inscrire dans la durée la satisfaction du consommateur de nos produits, l'investissement continu dans l'outil productif, la construction d'un cadre de travail adéquat et moderne pour les employés, et « last but not least » la formation et développement des équipes commerciales aux outils et techniques de vente récentes (« Sales Best Practice ») sont le gage des bonnes performances futures.



MOMENTS DE BONHEUR

La loyauté de Ghislain FEUSSI a été récompensée

Il est entré dans un monde de raffinement et va désormais poursuivre son aventure au volant d'une berline de classe...



LA PROMOTION DE L'IMAGE DE MARQUE DE L'UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES

L'image de marque est la représentation d'une entité (ou organisation, institution) perçue par le consommateur et/ou le monde extérieur. C'est l'image que notre organisation renvoie au public et la perception qu'il en a. Le ratio image projetée / image perçue nous donne une indication et une échelle de notre capital-image.

L'Union Camerounaise de Brasseries est perçue au Cameroun comme une entreprise citoyenne ayant des produits de qualité.

Cette reconnaissance est le fruit d'un travail de longue haleine abattu par feu le patriarche Fu'a Toula KADJI DEFOSSO Joseph - à qui nous rendons hommage -, qui a construit sa réputation à bout de bras, en agrégeant les unes après les autres les pierres pour ériger un empire industriel. Du coup l'image de l'UCB se confond et s'assimile à celle de son fondateur.

Le label « entreprise citoyenne » vient autant des pouvoirs publics que de la société camerounaise

toute entière. Reconnaissance qui salue les actes posés par la Holding Kadji au travers de la Fondation éponyme 'Fu'a Toula Kadji Defosso' en faveur des diverses couches des populations, de l'accès aux soins de santé, de la promotion de l'éducation dans les différents milieux du tissu social et du soutien à la culture pour ne citer que ces domaines.

L'UCB est donc de plus en plus assimilée à une organisation « unique et spéciale », même si pour y parvenir, « il a fallu du temps... ».

Si comme le pensent certains la postérité établit le mérite des ouvrages, l'image que notre or-



JACQUES DERCE MOUEN

Directeur Marketing

ganisation renvoie au public est celle d'une entreprise dynamique qui investit dans les ressources humaines, qui pense aux générations futures, qui place la satisfaction de ses clients au cœur de ses préoccupations, qui prend en compte et anticipe les desiderata de ses consommateurs, et qui respecte les lois de la république.

Ce capital-image positif a une incidence bénéfique sur les activités de l'entreprise, à en juger par la foule toujours grandissante présente à nos différents événements, et par le nombre croissant d'interactions digitales sur nos différentes plates-formes.

Enfin, cette image se veut pérenne à travers notre engagement dans l'association des producteurs de boissons alcoolisées (CAPA), et au-delà.

Tout ceci porté par notre culture d'entreprise, nos valeurs, notre qualité de service et notre enga-

gement à mettre à la disposition des consommateurs des produits à forte valeur ajoutée, surfant sur des campagnes de communication originales.

Nous sommes heureux de constater que la promotion et la préservation de la réputation de l'UCB s'inscrivent dans une synergie d'actions et d'attitudes qu'adopte le personnel de la direction générale et des centres extérieurs.

Pourquoi tout cela ?

Pour créer plus de valeur pour nos actionnaires, nos partenaires, nos clients, nos communautés.

Pour l'image d'un Cameroun fort et évidemment capable d'Excellence.



UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES



CONSUMONS AVEC MODERATION
PAS D'EXCES.



LA BIÈRE PRESSION DE QUALITÉ POUR VOUS !
POUR VOS MANIFESTATIONS, CONTACTEZ-NOUS AU:

699 004 192

SAVOUREZ LA QUALITE

100% CAMEROUNAISE
RIEN QUE POUR VOUS !

OPTIMIZATION OF PRODUCTION IN THE UCB PLANT



LAWANI SEGUN

Director of the Factory

In a drive to meet market demand for her products and achieve world class manufacturing status, UCB has since about five years ago embarked on a strategy to optimize and expand its production of Beer, Soft drinks and Water. This has been ongoing through the transformation of an old brewery into a modern and robust one with an upgrade in capacity to satisfy its consumers who are increasingly interested in its products. With health and safety being a watchdog, the brewery has embarked on manufacturing systems implementation and ERP systems upgrade, which has seen the implementation of ISO9001: 2015 and SAP HANA4 implementa-

tion. UCB is also embarking on people development through the job trainings and external training to ensure that its workforce is equipped to execute their daily activities.

Within five years the production unit has been modernized from an old brewery of 25 000 crates packaging per day to a capacity of about 90 000 crates per day. Its Brewing, Utilities and Packaging units which are being transformed and modernized have tripled their capacity more than before hence creating opportunities to produce all the products, thereby satisfying consumers who have unquenchable taste for UCB quality products. In order to satisfy her consumers and to ensure safety of her workforce, the brewery has as cardinal points Quality, Safety, Integrity and Courage (working tools in her daily activities). A zealous Security, Health and Safety team has been trained and awareness built up on daily basis to uphold this working tool. A robust and well trained Quality Assurance team has also been

«Where gaps are identified especially in quantity and quality, management without hesitation carries out appropriate actions...»

put in place to ensure the products and processes are under control at each stage in the brewery. Above all, the brewery is undergoing a Quality Assurance policy in a bit

to be ISO Certified. With this package put together, the brewery is able to face both National and International Standards and can be able to face the other rivalry Food Processing Companies.

Her human Resources is also undergoing transformation as Recruitment is carefully selected based on merits and competence from process operations to technical support team. Where gaps are identified especially in quantity and quality, management without hesitation carries out appropriate actions either in areas of training, coaching, and replacements. These resources are sufficiently supplied with the necessary tools and equipment that will always make their working conditions and environments user friendly. Above all, efforts are made to avoid extra working hours to let them enjoy Work-Life-Balance. With these tools put in place so far and the relentless efforts that management is craving to make this brewery a better one, we can say without mincing words that UCB in the next five years will be one of the best Food Processing companies in Cameroon in terms productivity and Quality.

A Place to be proud to work for.



LE SYSTÈME DE MANAGEMENT DE LA QUALITÉ AU CŒUR DE NOTRE ORGANISATION



PERFORMANCE



CHRISTIAN AIMÉ NANA NGATCHA

Responsable Qualité UCB

Dans un monde de plus en plus concurrentiel où les acteurs économiques sont de plus en plus interdépendants et leurs relations de plus en plus complexes et évolutives, les entreprises ont besoin de s'appuyer sur une organisation optimisée, un engagement fort de leur personnel et des relations de confiance avec leurs partenaires (parties intéressées pertinentes) pour être performantes et proposer des services et produits de qualité à leurs clients.

La diffusion des démarches d'excellence opérationnelle, et notamment des démarches qualité, au sein du secteur industriel, constitue incontestablement de nos jours un moyen de répondre à ces enjeux majeurs. De plus, la mise en œuvre d'une démarche d'excellence opérationnelle s'appuie désormais sur des référentiels simplifiés et orientés sur la valeur ajoutée apportée à l'ensemble des parties prenantes.

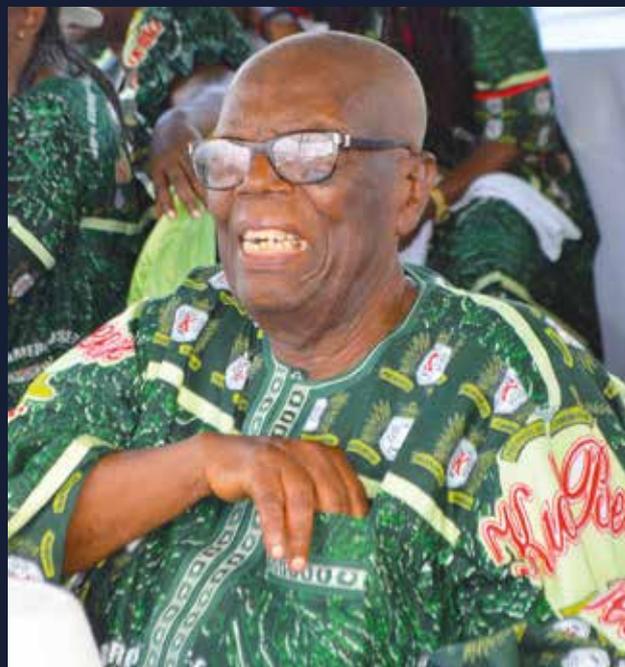
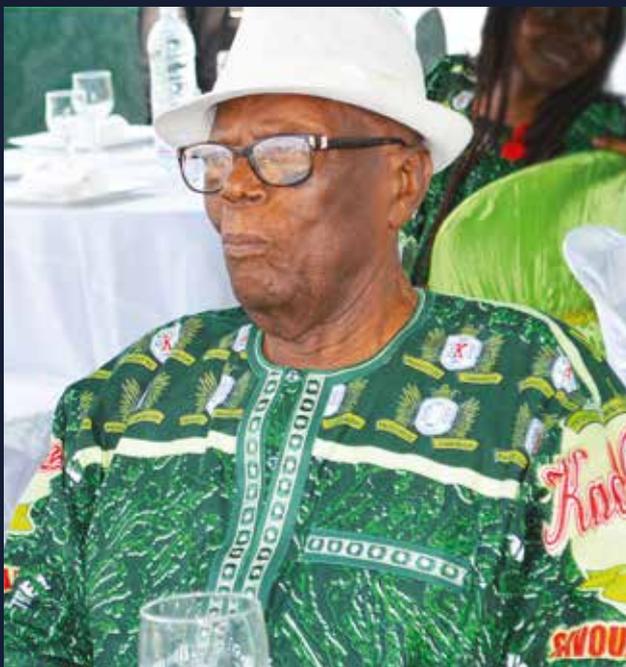
Consciente de l'importance de promouvoir l'excellence opérationnelle dans les produits et services que nous Union Camerounaise de Brasse-ries (UCB) fournissons au quotidien à nos clients, la

Direction Générale s'est résolument engagée dans la démarche qualité. Une vision qui place nos clients et consommateurs au centre de nos préoccupations et priorités. Pour que ces derniers soient satisfaits, il est impératif que les produits et services qui leurs sont proposés soient de qualité. La politique édictée par la Direction Générale à cet effet est claire, à savoir : Tout mettre en œuvre pour réaliser ce challenge car ce n'est qu'en donnant satisfaction à nos clients que nous pourrons performer davantage et prospérer. Car faut-il le rappeler la valorisation de notre capital humain en tendant vers l'excellence opérationnelle afin d'asseoir notre rentabilité et pérennité sont quelques-uns de nos axes prioritaires de 2019 à 2025.

Nous saisissons donc l'opportunité que nous offre la parution de notre premier numéro pour sensibiliser l'ensemble de notre personnel et de nos clients sur cette unité de mesure qui fonde notre réussite d'aujourd'hui et de demain. Afin que ces derniers s'approprient pleinement cette qualité, la Direction Générale a fixé et mis à notre disposition les orientations stratégiques qui doivent constituer le socle de notre onction pour les prochaines années. Pour que ceci soit possible, il faut que la qualité dont nous parlons au quotidien soit non seulement comprise, mais surtout qu'elle joue son rôle : Garantir l'assurance de la Qualité de nos produits et services ; satisfaire nos parties intéressées pertinentes : clients, fournisseurs, associés, partenaires, direction, personnel, etc. « La qualité, ce n'est pas une destination, c'est un voyage ».

Nous sommes ainsi embarqués au cœur de ce voyage exaltant de la qualité, pour le plus grand bonheur de nos clients.

FUA TOULA'A KADJI DEFOSSO :



La marche de l'histoire de la brasserie typiquement africaine et particulièrement camerounaise, va de pair avec celle de Fua Toula'a Kadji Defosso.

De la tentative à l'inédit, le parcours des affaires de ce bâtisseur est jonché d'actes de générosité, tous sous-tendus par son amour du Cameroun et de ses frères camerounais. Kadji Defosso a été un véritable novateur dans la dynamique du monde brassicole, et bien au-delà. Les entreprises du groupe qu'il a fondé et son influence économique (et donc sociale) sont désormais et pour longtemps encore, reconnus et établis

Il fut l'un des premiers, sinon le premier à mettre en place le plaisir récompensé et les gains dits 'de proximité' sous les capsules.

Action inédite, mais fortement appréciée des consommateurs. Elle a participé à mettre en branle la dynamique UCB

, au point de faire des émules chez les concurrents qui au départ prenaient de haut cette technique de vente « made by Kadji », comme une vulgaire action dédiée à des personnes simplement assoiffées de gratuité.

En 1994, les initiatives pour la récompense des élèves « Majors » à travers le pays, furent une initiative nouvelle pour son Cameroun qu'il affectionnait. Cette innovation a permis de voir en UCB et son patron l'enseigne d'une mesure citoyenne de la qualité de l'éducation.

Des actions sociales qui ne se comptent plus sont relevées dans les aspects de la santé, de l'encadrement à l'éducation, de l'appui aux actions institutionnelles, ce qui lui a valu les multiples reconnaissances et médailles de la République jusqu'aux plus élevées.

Parti de Bana dans sa tendre jeunesse, Fua Toula'a Kadji Defosso, aimait à répéter que chacun doit faire son travail avec brio, car nous sommes tous venus « chercher

UN HERITAGE DE GENEROSITE.



DOSSIER

« De lui, l'on retiendra le culte de l'effort permanent et du dépassement de soi »

nos vies ».

Homme d'éthique et particulièrement rigoureux, sa générosité surprenante rime avec son courage d'avancer, d'essayer, et surtout de gagner, car il suffit juste d'exister pour pouvoir sans frustration et sans complexe aucun réaliser chaque jour une progression dans le monde des affaires. Cette parfaite générosité reconnue des consommateurs camerounais faisaient de lui un être connu et aimé pour la prise en compte réaliste des préoccupations des nationaux. Pour le consommateur camerounais, « Papa Kadji » comme ils l'appelaient affectueusement, était le gage tangible de leur sécurité, car il leur offrait ce « sacré » qui leur était caché, en osant là où s'arrêtaient les concurrents en majorité étrangers.

Construire le « jardin » de la consommation à la camerounaise et pour les camerounais était désormais possible grâce à lui.

A ce jour, dans les commentaires et besoins recensés dans la

rue, les clients et consommateurs, expriment vivement leur souhait de participer à l'« héritage » de FUA TOULA'A KADJI DEFOSSO.

Cette dimension de générosité inégalée, restera le socle véritable d'une affinité multi-générationnelle entre les consommateurs, les clients, les employés, l'état camerounais, le monde de l'industrie et Papa Kadji Defosso. Avec lui, nous nous rappelons que le « temps » est la mesure de toute réussite qui se respecte.

De lui l'on retiendra que le culte de l'effort permanent et du dépassement de soi, sont les maîtres-mots de la marche ambitieuse vers de grandes actions.

Parti de BANA pour réussir, il est arrivé à séduire le monde entier. BRAVO Patriarche, « Standing Ovation » à Fua Toula'a KADJI DEFOSSO.

Nous t'aimons profondément pour ce que tu as fait pour nous.

LOUIS ALBERT BIKELE



NDJAMBA CHRISTOPHER

Directeur de l'Audit

LA PRÉSERVATION DU PATRIMOINE DE L'ENTREPRISE

Les entreprises, les organisations sont en permanence confrontées à l'amélioration de leurs performances dans un environnement qu'elles souhaitent sécuriser. Cette prise de conscience de la mise en place d'une surveillance organisée, bien structurée et indépendante est devenue le but à atteindre pour les dirigeants en raison :

- Du développement et de la croissance des activités
- De la complexité des phénomènes économiques et administratifs

- De la multiplication des délégations de plus en plus étendues de la responsabilité
- De la nécessité de prévenir les risques et de les minimiser.

« La fonction d'audit interne donne l'assurance que les opérations menées, les décisions prises sont « sous contrôle » et qu'elles contribuent aux objectifs de l'entreprise »

L'adoption de plus en plus fréquente d'un mode de gestion axé sur la décentralisation de la prise de déci-

sions pour en assurer la pertinence et la mise en œuvre rapide ainsi que l'importance des risques liés à la défaillance du système de contrôle interne, font de l'audit interne un outil structuré au service des décideurs pour une

maîtrise du système de contrôle interne ainsi qu'une meilleure vision de leur activité.

L'Audit Interne doit maîtriser le fonctionne-

ment global de l'organisation afin de favoriser la mise en place d'un dispositif de préservation du patrimoine et de prévention des fautes de gestion. Pour réaliser cette double mission, la Direction de l'Audit Interne et Contrôle doit s'assurer :

- Du bon déroulement des processus internes ;
- De la fiabilité des informations financières ;
- De l'efficacité des processus de management des risques et de contrôle interne ;
- De la mise en œuvre des recommandations pour améliorer le processus de management

des risques et de contrôle.

Tout ceci au travers des outils de «reporting» mensuels sur les principales activités de l'entreprise, outils de prise de décisions de gestion pour le top management. La fonction d'audit interne donne à cet égard l'assurance raisonnable que les opérations menées, les décisions prises sont « sous contrôle » et qu'elles contribuent aux objectifs de l'entreprise. Et si tel n'était pas le cas, elle apporterait des recommandations suivies des plans d'actions pour y remédier.



L'HISTORIQUE DE L'EAU MINÉRALE A UCB

CHRISTIAN AIMÉ NANA NGATCHA

Responsable Qualité UCB

De toutes les ressources naturelles que la terre possède, l'eau saine et agréable à boire est la plus importante.

Aujourd'hui nous vivons dans un environnement où l'accès à l'eau potable reste une quête permanente. Pour résoudre ce problème, ceux qui le peuvent ont choisi d'aménager des forages domestiques à usage personnel ou communautaire. C'est une solution parmi tant d'autres, mais il est important de connaître la nature de l'eau et avoir confiance en sa qualité car de par sa composition chimique ou bactériologique, elle peut s'avérer dangereuse pour notre santé et devenir un poison au lieu d'étancher notre soif.

Pour répondre à cette problématique, UCB décide en 2003 de mettre sur le marché des eaux minérales au Cameroun sa marque d'eau « Madiba » qui signifie en langue Douala locale « Eau ». Cette eau mise en bouteille est captée au cœur de la terre à partir d'un forage de 110 mètres de profondeur d'où son slogan « Au Cœur de la Terre ». Son traitement se fait au travers d'une succession de filtrations sur sable et charbons actifs qui ont pour rôle de retenir tout ce qui est particule et odeur. Par la suite, elle est désinfectée avant sa mise en bouteille. Avec la qualité au centre de nos préoccupations, le marché des eaux minérales qui prend des proportions importantes, la montée des maladies hydriques dans notre pays, et suivant la logique d'amélioration continue qui fait partie de nos principes régaliens, nous avons mené des

études dans le but de garantir la qualité de notre eau pour le bien de nos consommateurs. C'est ainsi que nous avons repensé notre système de traitement qui non seulement permet de parer à toute éventualité sur la qualité de l'eau venant de la nappe phréatique, mais d'assurer aussi la stabilité et la qualité du produit fini « Madiba ».



A cet effet, nous avons à ce jour modernisé toute notre unité de traitement d'eau. Les filtres à sable ont été remplacés par une série d'ultrafiltration, le filtre à charbon actif par un système constitué d'ultraviolet (UV) et de désinfection au chlore (avec un taux de rémanence élevé) par de l'ozone (avec une rémanence qui disparaît au bout d'une quinzaine de minutes maximum et ce pour le plus grand bien du consommateur).

La culture du contrôle qualité étant solidement ancrée dans notre processus, nos deux laboratoires d'analyses (physico-chimique et bactériolo-

giques) ont été équipés d'instruments de contrôle de pointe tel que le spectrophotomètre DR 6000. Celui-ci permet une analyse physico-chimique complète en passant par des milieux de culture sélectifs pour la recherche des germes spécifiques. Les analyses sont faites par des opérateurs qualifiés et compétents. L'eau c'est la vie, mais une eau de qualité douteuse et sans contrôle peut plutôt nuire à la vie.

L'eau Madiba, à ce jour, fait partie des eaux de qualité sur lesquelles les consommateurs peuvent désormais compter.





EAU MINÉRALE
Madiba
Au coeur de la terre

Pour un corps sain.



UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES
CREATIVITE - INTEGRITE - COURAGE.
CREATIVITY - INTEGRITY - COURAGE.

www.sa-ucb.com





THOMAS BISSANG

Consultant RH

LA VALORISATION DU CAPITAL HUMAIN

Nous devons le concept de « capital humain » à l'économiste américain Theodore William Schultz spécialisé en économie du développement. Il a partagé le « prix Nobel » d'économie 1979 avec Arthur Lewis. Pour c'est la « somme des compétences, expériences et connaissances » cette assertion est complétée par Gary Stanley Becker qui y voit la personnalité, l'apparence, et la réputation ». Le capital humain apparait donc comme l'ensemble des salariés, des parties prenantes d'une entreprise avec leurs compétences, leurs motivations, et leurs émotions.

Ceux-ci représentent pour chaque entreprise une ressource unique, rare, inimitable et



différencient l'entreprise de ses concurrentes. Le capital humain est donc le garant de la performance, des résultats et de la compétitivité de notre organisation. conscients de ces enjeux et avons pensé une série de mesures innovantes et de qualité. L'ambiance de cette dynamique et pour cause, la qualité de l'ambiance des équipiers ainsi que sur leurs résultats agréables et conviviaux dans lequel les collaborateurs comptent.

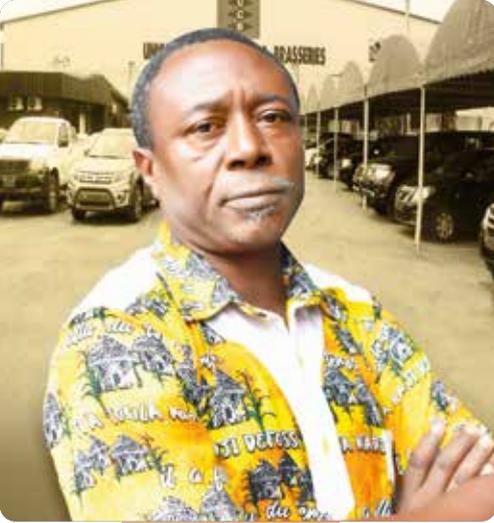
La propreté des locaux et la coloration de l'environnement de vie au travail, sur la créativité et la produc-



tions générées par l'absence de cloison dans nos milieux de travail. La couverture sociale, le crédit scolaire, sont autant d'actions qui participent de cette dynamique qui consiste à faire de l'Union Camerounaise de Brasseries un lieu où il fait bon vivre et travailler. La création d'un journal d'entreprise par la Direction Commerciale et Marketing participe de cette volonté de mettre le personnel de l'Union Camerounaise de Brasserie au centre de la gouvernance d'entreprise. Ce pour faire éclore le génie et le talent créatif qui sommeillent en chacun de nous.

LA FÊTE DES RETRAITÉS 2019





FAHA TAMO

Délégué du Personnel

Le travail au sens économique usuel est l'activité rémunérée ou non qui permet la production de biens et services. Avec le capital, c'est un facteur de production de l'économie. Un travailleur est une personne qui effectue un travail. Un travail est le plus souvent effectué au travers d'un emploi. L'environnement de travail est un facteur déterminant dans la durée de la carrière d'un personnel. Il est toujours difficile, voire pénible de voir partir ceux avec qui on a partagé un bureau, ri sur des anecdotes, fait bouger les lignes, et surtout réalisé de bonnes perfor-

mances...

Quand il s'agit d'un départ à la retraite, une retraite bien méritée après 10, 15, 20, 39 ans de bons et loyaux services, la joie se lit sur les visages. Une joie qui traduit la fierté, la joie et le bonheur d'avoir écrit l'histoire, d'avoir marqué de son empreinte et surtout d'avoir donné du sien pour pérenniser une œuvre. En l'occurrence celle du bâtisseur Fu'a Toula Kadji Defosso.

Ils étaient quatre femmes et hommes au caractère bien trempé à prendre leurs retraites cette année au cours d'une cérémonie riche en sons et en couleurs, présidée par le Directeur Général de l'UCB Mr Ajewole Adebayo, entouré du top management de l'entreprise.

M. SIME André, Contre-maitre-Mécanicien, est entré à l'UCB le 1er novembre 1979 et prend sa retraite à la date du 31

décembre 2018 après 39 ans et 01 mois de service.

M. NONO, caviste, est quant à lui entré à l'UCB le 1er mai 1990 et a pris sa retraite le 31 décembre 2018 après 28 ans et 08 mois de service.

M. MABOU Joseph, Chef d'Equipe d'Embouteillage intègre l'UCB le 1er mars 1991 et prend sa retraite le 31 décembre 2018 après 27 ans et 10 mois de service.

Mme NGANGOUE rejoint le groupe comme ouvrière le 04 avril 1990 et prend sa retraite le 31 décembre 2018 après 27 ans et 08 mois.

Quels parcours ! Pour leur dire au-revoir, l'UCB a remis aux uns et aux autres des matériaux de construction, des motos, des tricycles et autres articles pour une reconversion, mais surtout pour une vie riche, après une carrière bien remplie.



LA FONDATION FU'A TOULA KADJI DEFOS- SO ET L'AUTONOMISATION DES FEMMES :

ZOOM SUR LES ACTIVITES DE LA JIF 2019

La Fondation Fu'a Toula est une initiative de feu KADJI DEFOSSO pour qui participer au bien-être et à l'éducation des populations était un devoir. Elle représentait et représente encore aujourd'hui le témoignage de sa reconnaissance envers les populations camerounaises pour leur fidélité, reconnaissance traduite par de nombreuses actions sociales (construction d'écoles, de forages, dons divers) tendant à l'amélioration de leurs conditions de vie. Le père KADJI, malgré son succès, considérait que la formation lui aurait permis d'obtenir de meilleurs résultats.

C'est pourquoi la fondation Fu'a Toula Kadji Defosso s'est donnée pour mission, en plus, de promouvoir l'excellence et soutenir l'éducation. En accord avec les principes de son fondateur, elle mettra l'accent sur la formation de la femme en tant que pilier de la famille dans la société camerounaise, garante des valeurs de la société et de l'éducation des enfants. Très active dans les tâches ménagères, la femme ne participait pas ou très peu à l'instruction académique des enfants





LUCIE SANGAM

Présidente de la Fondation Fu'a Toula Kadji Defosso

et aux débats de société. L'accès à la formation lui a permis de s'instruire davantage, de mieux saisir les enjeux de la société dans laquelle elle évolue et de participer activement à l'éducation scolaire des enfants.

De plus, elle lui a permis de gagner progressivement en autonomie et de prendre position avec assurance sur les grands problèmes de la société en général et ceux de son foyer en particulier.



La Journée Internationale de la Femme donne l'occasion de sensibiliser celle-ci sur ses droits notamment le droit à la formation, l'égal accès aux opportunités d'emploi et d'entrepreneuriat. C'est dans cette optique que la Fondation, en partenariat avec UCB, a mis en place un programme visant à octroyer des bourses d'une part et à financer des projets d'autre part. Ce programme qui a été lancé en 2017, a déjà permis de former 56 femmes et de financer 4 projets.

Au sortir de la cérémonie de remise des attestations de bourse aux lauréates de l'édition 2019 à laquelle a participé la représentante de la Délégation Régionale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle dont nous appelons vivement le partenariat en 2020, 24 femmes ont été sélectionnées pour bénéficier de formations en hôtellerie, électricité, infographie, conduite d'engins de levage tandis que 6 autres de la cuvée 2018 se verront octroyer des financements pour la réalisation de projets dans les domaines de l'élevage, la production de miel, la fabrication de panneaux solaires et la chocolaterie.



A Tous les employé(e)s,

A Tous ceux qui font la fierté de notre entreprise et qui se donnent tous les jours, L'Union Camerounaise de Brasseries est lancée sur la voie du modernisme au travers de plusieurs initiatives et actions d'envergure, tant sur le plan interne qu'externe.

Il y aura des failles, des plaintes et certainement des frustrations.

Au cas où vous ne vous sentez pas assez écouté, au cas où vous voulez faire entendre votre voix, sentez-vous libre d'appeler directement **Mme Nicole KADJI** au numéro **699 68 44 73**.

Vos avis seront pris en compte, et vous aurez un retour formel de la part de l'entreprise

CREATIVITE - INTEGRITE - COURAGE

LE SOLDAT DU MOIS

Cher lecteur/rice,

Il y a dans toute organisation des personnes qui, bien qu'étant dans l'ombre, se distinguent par la qualité de leurs prestations au sein de leurs unités respectives.

La Rédaction de KADJI NEWS a identifié à UCB un employé pas comme les autres, tant pour son humilité que son engagement et ses performances au travail. Ses collègues ne tarissent pas d'éloges à son endroit, ses supérieurs aussi.

Nous avons le plaisir d'annoncer comme meilleur employé de l'Union Camerounaise de Brasseries pour la période de janvier à juin 2019 **M. KAMGAING Raphael**. Celui-ci est enregistré sous le matricule 8601 et officie comme « Filler Operator » à la chaîne 4.

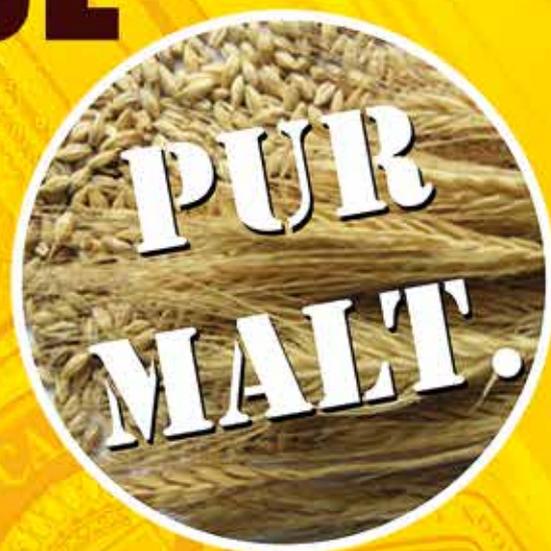
En termes de performances pures mesurées contre les objectifs attendus, il a été noté largement au-dessus de la norme attendue par ses supérieurs et se démarque dans des domaines aussi variés que l'adaptabilité, la communication et le reporting, la ponctualité et l'assiduité où il a obtenu les notes maximales requises.

M. KAMGAING Raphael est de ce fait le soldat du mois, du trimestre et du 1er semestre 2019.

Félicitations à lui !!!

LA REDACTION

65CL DE GOÛT UNIQUE



APPRÉCIEZ SON GOÛT UNIQUE

THE ORIGINAL KING OF BEERS **21+** 

CONSUMATION INTERDITE AUX MOINS DE 21 ANS.

LES ACTIVITES DU CAPA



PATRICIA MEVA

Responsable QHSE Kadji Holding



En 2018, l'Union Camerounaise de Brasseries s'est jointe à la Société Anonyme des Brasseries du Cameroun (SABC), Guinness Cameroon et aux producteurs locaux de vins et spiritueux SOFAVINC et FERMECAM pour fonder la Cameroon Alcohol Producers Association (CAPA). Syndicat qui entend défendre et promouvoir l'activité de ses membres, assumer leurs responsabilités sociales et promouvoir la consommation responsable de l'alcool. Il est question aussi de développer l'entraide technologique entre les membres et promouvoir les bonnes pratiques au sein de la profession en s'assurant d'une concurrence loyale entre les membres.

Lors de sa cérémonie de lancement le 18 mai 2018 à l'hôtel Hilton de Yaoundé, La CAPA a rassemblé les Directeurs Généraux des entreprises de ce secteur d'activité. Ce fut l'occasion de présenter sa vision, ses missions et le poids économique de ses membres dont le chiffre d'affaire cumulé est estimé à 777 Milliards de Francs CFA avec une contribution aux recettes fiscales de l'ordre de 322 milliards. La CAPA, c'est aussi 10.000 emplois directs, 6000 exploitants agricoles et 2900 PME partenaires.

Dans la promotion de ses activités, la CAPA a participé au 7e Salon International de l'Entreprise, des PME et de l'Entrepreneuriat (PROMOTE 2019). Les missions de la CAPA ont été présentées aux visiteurs, de même que les produits et les opportunités d'affaires offerts par ses membres. Le public a également été sensibilisé sur les dangers de la consommation excessive d'alcool, son interdiction aux mineurs (moins de 18 ans) et aux personnes vulnérables (femmes enceintes et malades).

Dans le souci d'améliorer ses relations avec les consommateurs, la CAPA a organisé des rencontres du 13 au 14 juin 2019 à Douala avec 30 associations de consommateurs, rencontres au cours desquelles ont été exposés les incidences de la loi de finance 2019 de même que le mécanisme de fixation du prix de la bière. Les représentants des associations de consommateurs ont en retour effectué des visites d'usine dans 3 brasseries. Cette rencontre s'est soldée par une convention de partenariat entre la CAPA et les associations de consommateurs, pour garantir une meilleure protection du consommateur et la pérennité de l'industrie de production de boisson alcoolisée.



LA SUPER COUPE FU'A TOULA KADJI DEFOSSO

L'Union Camerounaise de Brasseries a organisé du 24 février au 21 avril 2019 au Stade Cite Cicam, en prélude à la célébration de la fête de travail et en hommage à son patriarche, la coupe Fu'a Toula KADJI DEFOSSO. La passion du sport et l'amour renouvelé en cette édition spéciale se sont traduits par l'engagement de plusieurs services à cette compétition. Ainsi huit équipes ont pris part à cette édition. Il s'agit de l'Expédition (Spécial limonade), la Chaine 4 (Madiba), la Chaine 5 (Kadji beer), le Centre de distribution de Douala (Spécial Orange), la Sécurité (Spécial Grenadine), l'Administration (King beer), SCTL (K44) et enfin l'Energie (Spécial Pamplemousse)

L'originalité de ce tournoi est l'engagement à mettre en œuvre nos valeurs qui sont Créativité, Intégrité, Courage. «Créativité» parce que le football est sport de masse et n'y réussissent que ceux qui se démarquent des autres. «Intégrité» car la discipline et le fair-play font partie de l'éthique sportive. Et enfin 'Courage' parce que toutes les grandes compétitions de ce monde n'ont été remportées que par ceux qui sont allés jusqu' au bout de leur détermination.

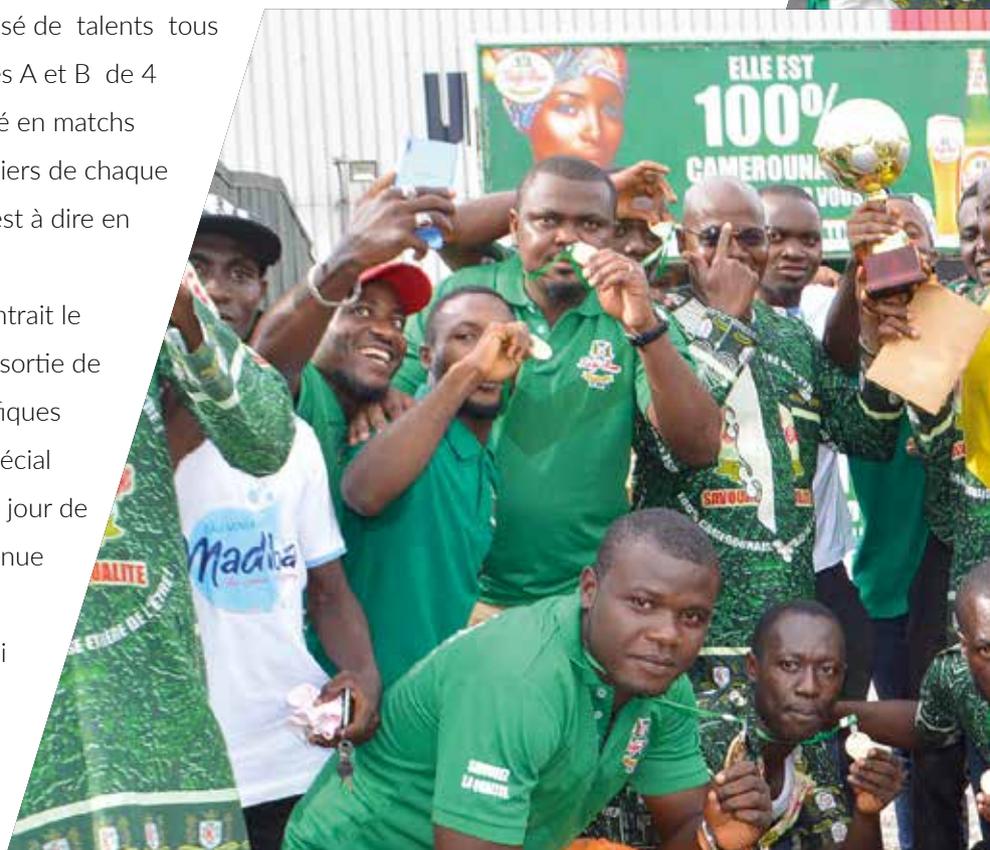
Durant deux mois les équipes ont rivalisé de talents tous les dimanches. Organisé en deux poules A et B de 4 équipes chacune le tournoi s'est déroulé en matchs croisés qui permettaient aux deux premiers de chaque poule d'accéder à l'étape supérieure, c'est à dire en demi-finales.

Le premier de la poule A rencontrait le second de la poule B et vice versa. A la sortie de cette phase nous avons eu deux magnifiques finalistes, Spécial Pamplemousse et Spécial Limonade. Le dimanche 21 avril 2019, jour de Pâques et sous un soleil radieux s'est tenue au stade Cite Cicam la grande finale et en lever de rideau un match de gala qui



André NEMATCHOUA

Indirect Trade Manager



opposait les 32 des meilleurs joueurs de ce tournoi. Vers 12h, le Directeur Financier Mr Tiemani représentant le top management donnait le coup d'envoi de la finale qui clôturait le tournoi.

Spécial Pamplemousse qui avait séduit le public durant les matchs qualificatifs a gratifié le public d'un spectacle alléchant. Spécial Limonade qui avait en mémoire la victoire des trois dernières coupes voulait un quatrième trophée. Le score à la fin de la rencontre était de 2-1 en faveur de Spécial Pamplemousse, Grand Vainqueur de ce tournoi 2019.

« *Feel Fresh, Feel Young, Feel Special !!!* »



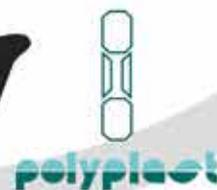
KADJI Group

*Le **Groupe KADJI** comprend 13 entités.*

*Il défend les valeurs d'excellence, d'intégrité
et de courage entrepreneurial.*

Fiers d'être Camerounais.

Groupe KADJI.



Société Camerounaise
de Transports et Logistiques



Spécial Drinks



Feel fresh, feel young, feel Spécial!



K44

Drink with
Class

iboga

CONSOMMATION INTERDITE AUX MOINS DE 21 ANS

21+
YEARS OLD BY 