

KADJI

— NEWS —

REPOUSSER LES LIMITES.

Février 2020
N° 002 Volume 02
Bimestriel
www.kadjinews.com
Gratuit

**UCB CERTIFIÉE
ISO 9001 / 2015 !!!**

Pg 06

**QUALITY :
OUR PRIORITY**

Pg 08

**LA VALORISATION
DU CAPITAL HUMAIN :
LES ENJEUX**

Pg 26

**DOSSIER UCB
CERTIFICATION ISO
SMQ : LE POURQUOI
DU COMMENT**

Pg 28



PECB MS

Nous avons tous en nous quelque chose d'unique de **Special**






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

fresh, feel young, feel Spécial!

KADJI

— NEWS —

Février 2020 N° 002 Volume 02

www.kadjinews.com

Bimestriel

EDITORIAL



UCB CERTIFIÉE ISO 9001 /2015 !!!!

06

Quelle fierté, quel moment de joie, mais surtout quelle reconnaissance ! Reconnaissance de notre savoir-faire légendaire fondé sur la volonté de toujours offrir à nos clients des opportunités de développement de leurs business.

NOS CHALLENGES



QUALITY : OUR PRIORITY

08

The Quality of UCB products differentiate them from those of other products in the market. We see quality as our success factor, our way towards excellence, and we promote it whenever the need arises.

4

DOSSIER : CERTIFICATION ISO 9001



SMQ : LE POURQUOI DU COMMENT

28

L'Union Camerounaise de Brasseries s'est engagée depuis juin 2018 à mettre en place un Système de Management de la Qualité (SMQ). L'implémentation de cette démarche vient de s'achever par l'obtention de la certification ISO 9001-2015.

LES HOMMES, NOTRE CAPITAL



LA VALORISATION DU CAPITAL HUMAIN

26

Le capital humain apparait donc comme l'ensemble des salariés, des parties prenantes d'une entreprise avec leurs compétences, leurs motivations et leurs émotions.

NOS CHALLENGES

08

ÉCHO DU MARCHÉ

24

ZOOM SUR UCB

10

DOSSIER

28

FOCUS ON PRODUCT

48, 52

LES HOMMES NOTRE CAPITAL

26

SOCIÉTÉ ET ENVIRONNEMENT, NOTRE RESPONSABILITÉ

20, 48

WHAT'S UP IN KADJI HOLDING

40, 60

Technical innovation, a permanent concern 14

La direction des systèmes d'information 16

L'hygiène, la santé et la sécurité au travail :
« clean as you go » 20

La fiscalisation du secteur brassicole au
Cameroun 22

L'importance de la relation client 24

DOSSIER : CERTIFICATION ISO 9001 - 2015
SMQ : Le pourquoi du comment 28

La crise anglophone et son impact socio-
économique dans la zone Mounou et sud-ouest 36

AGC assurances, le professionnalisme confirmé :
cas du traitement du partenaire UCB 40

SCC: guided tour at the heart of the minoterie 44

La prévention du paludisme dans
notre environnement 48



Faire vivre une expérience unique à nos
consommateurs : Street Invasion 2019 52

SPÉCIALES VACANCES BANA 2019 56

SPECIAL : Parc d'attractions 2019 60

Arbre de Noël 2019 du Groupe KADJI 62

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 Éditorial : Nicole KADJI, Ajewole ADEBAYO,
Jacques Derce MOUEN, Isaac Aimé NZOUAMI TCHANA,
Patricia ANGOUNOU MEVA, Zéphirin NGHANFANG
TOKOM, Christian Aimé NANA NGATCHA,
Albert ANGOUNOU MEVA, Christian ELLA

Comité de rédaction : Mme Nicole KADJI,
Ajewole ADEBAYO, Whalen KADJI, Arnaud Dupont FOT-
SO, Guy Francioly NONO KAMANI,
M. TIEMANI, Patrice TCHOUBE, BESSALA WONO Jean Bo-
ris, Serge Martial KENNE, Martial SOJIO, Femi SUNMOLA,
Paul Lapoin MBEUMO, Marcel POUNLEVE

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

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

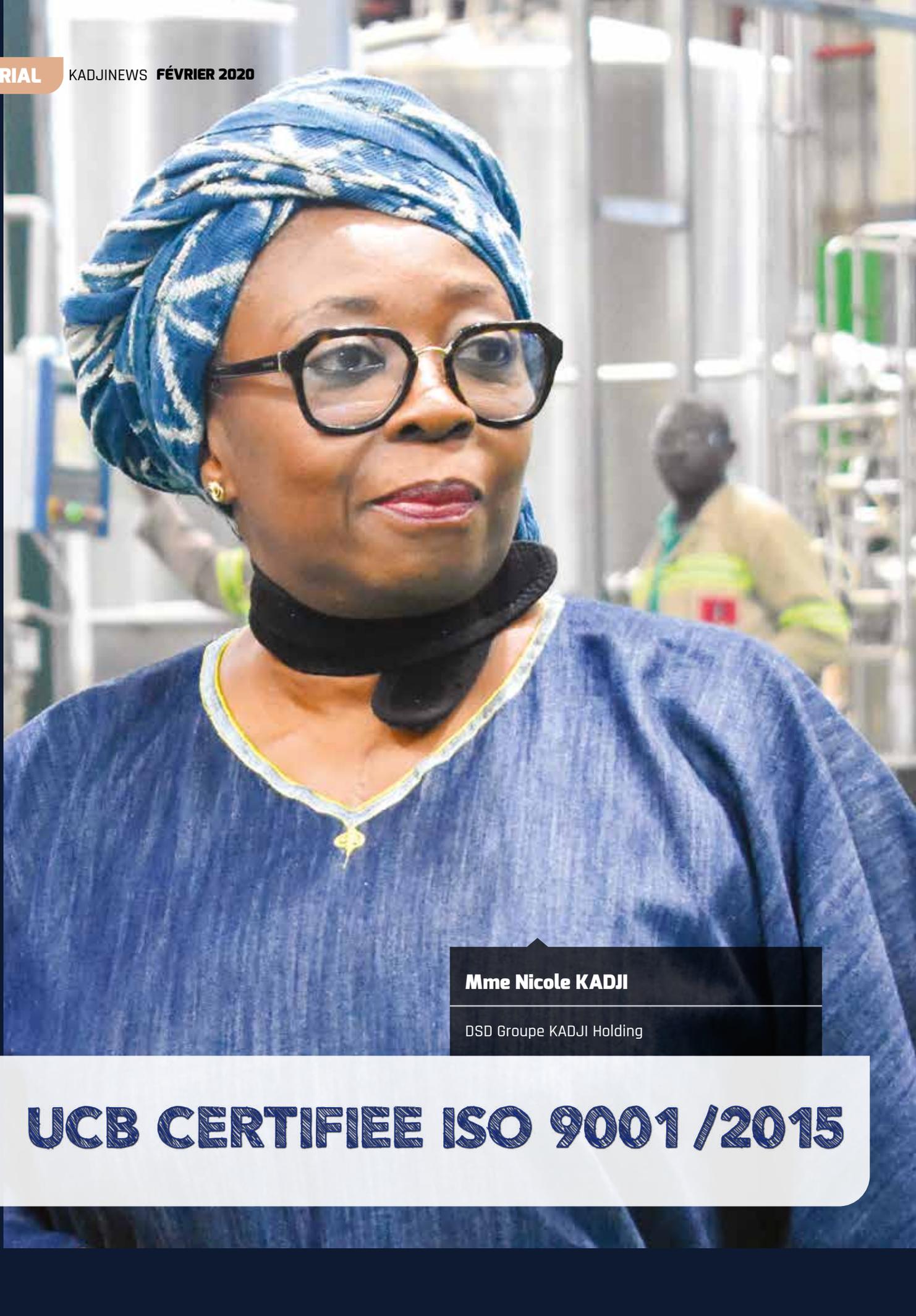
Crédit photos : photothèque UCB

Correspondants : Yaoundé - Brice BEKONO, Ba-
foussam - Janvier AFADA, Mbanga - Serge Martial
KENNE, Edea - Ruben NKEWA, Kribi - Anne NKOUNDOP,
Dschang - Armand KANA, Mbouda - Justin MOUME-
GNI, Foumban - Bernard CHWANKAP, Limbé - Jackie
MUKETE, Bamenda - Valentine AKOMBI

Distribution : Direction des Ressources Humaines

Impression : MACACOS

Tirage : 3000 exemplaires



Mme Nicole KADJI

DSD Groupe KADJI Holding

UCB CERTIFIÉE ISO 9001 /2015

L'UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES
est certifiée ISO 9001-2015 !!!

Quelle fierté, quel moment de joie, mais surtout quelle reconnaissance ! Reconnaissance de notre savoir-faire légendaire fondé sur la volonté de toujours offrir à nos clients des opportunités de développement de leurs affaires. Reconnaissance de notre souci de toujours offrir à nos consommateurs des produits de qualité et ce pour leur plus grande satisfaction. Reconnaissance de notre management qui place l'humain au cœur de son système.

Nous avons fait le choix de la norme ISO 9001 afin d'accompagner la croissance de notre entreprise. La solidité et la rigueur de gestion de nos processus ainsi que l'uniformisation de nos procédures constituent un enjeu majeur pour la qualité de nos produits et services rendus à nos clients. La démarche d'amélioration continue ISO 9001 viendra, à coup sûr, renforcer et canaliser notre sens de l'innovation et de progrès.

*« L'UCB est certifiée
ISO 9001-2015 »*

Les grands axes de notre politique qualité se déclinent en cinq (05) piliers :

1. Améliorer les infrastructures et l'environnement de production,
2. Valoriser notre capital humain,
3. Tendre vers l'excellence opérationnelle
4. Asseoir notre notoriété
5. Assurer notre rentabilité et notre pérennité.

L'obtention de cette certification vient couronner un travail de plusieurs années durant lesquelles l'ensemble des collaborateurs s'est mobilisé autour d'un objectif commun : démontrer sa capacité et son engagement à fournir des produits et services de haute qualité afin de garantir la satisfaction de nos clients et consommateurs.

Ce ne sont pas de vains mots, de simples vœux pieux. Au contraire, il s'agit de véritables leit-motifs qui ont fondé notre action, fécondé notre réflexion sur la nécessité d'engager l'entreprise tout entière dans la démarche qualité. Certes, l'obtention de cette certification n'est pas une finalité. Nous avons pour ambition d'innover et améliorer continuellement nos processus et nos activités afin de répondre le mieux possible aux attentes et exigences de notre clientèle.

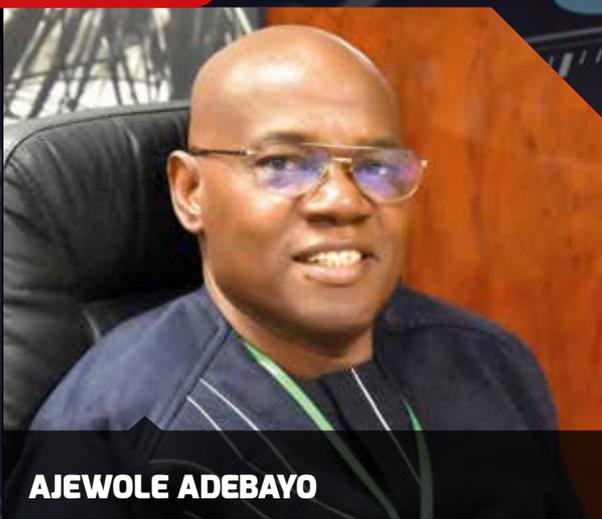
Nous devons rester en éveil, dans la logique du saut qualitatif et toujours avoir à l'esprit que notre priorité reste la satisfaction de nos clients et nos consommateurs « qui ont tous en eux quelque chose d'unique, de spécial. »

C'est le lieu pour moi de rendre un hommage bien mérité à chacun d'entre nous pour ce parchemin :

- Au département Qualité pour avoir veillé à la bonne implémentation du Système de Management de la Qualité à travers des formations, des séances de coaching, des réunions de sensibilisation ;
- Aux pilotes de processus et à tous les acteurs pour leur forte implication et leur mobilisation.
- A l'ensemble du personnel de l'Union Camerounaise de Brasseries qui a très vite compris l'intérêt de notre démarche et a adhéré au processus en opérant des mises à jour quotidiennes dans sa façon d'exécuter les tâches et de se déployer,

Cette certification est la vôtre et les vrais défis nous attendent en 2020 !!! ■

QUALITY



AJEWOLE ADEBAYO

Managing Director UCB

QUALITY : OUR PRIORITY

A close-up photograph of a computer keyboard. The central focus is a large, red key with the words "Quality Control" printed in white, sans-serif font. Surrounding this key are other standard grey and white keys, including the "U", "F", and arrow keys. The lighting is dramatic, highlighting the texture of the keys.

▶ **Simply put,** quality is fitness for use or conformance with user's requirements. It describes the levels of standards of products produced and services rendered.

Prior to industrialization, there was little or no emphasis on quality standards. However, with industrial revolution in the 18th century, there was increased competition and improvement in the quality of goods and services. There was a change in culture from the Traditional Attitudes when there was poor customer orientation, poor commitment and poor maintenance culture to Quality Management with a focus on customer requirements/satisfaction, preventive measures, perpetual improvement and leadership commitment.

Today, quality planning which is the process of identifying customer (External and Internal) and defining their needs and designing products and services to meet those needs is an integral part of Quality Management.

In the Manufacturing Industry where we (UCB) belong, quality of product means the totality of the attributes of such product that determine its acceptability to the consumer, such as taste, odour, colour, mouth-feel, packaging and presentation. It is a measure of excellence or state of being free from defects, deficiency and significant variations. It is brought about by strict and consistent commitment to certain standards that achieve uniformity of a product in order to satisfy specific customer(s).

*« We are ISO
9001/2015 Certified »*

The main activity of Union Camerounaise de Brasseries (UCB) is the manufacturing and marketing of beers, soft drinks and water. The company is blessed with thousands of loyal consumers due to the quality of its products.

Quality management is positioned at the heart of the company's activities in order to satisfy all the stakeholders as well as sustain the company's experience and expertise. Our Quality Policy is effectively communicated across the entire organization together with a complete picture of customers opinion about our products and services for informed and strategic decision making.

The Quality of UCB products differentiate them from those of other products in the market. We see quality as our success factor, our way towards excellence, and we promote it whenever the need arises.

The slogans "Savourez la Qualité", "Quality Back to School", "Quality Beer, Quality Life", etc. are all synonymous with UCB products.

We are currently on our way to being ISO 9001:2015 certified, to ensure that we meet the needs of our customers and other stakeholders while meeting statutory and regulatory requirements both at the local and international levels.

Our philosophy is that of continuous and never-ending improvement. Our focus on quality never-stops as the quality train continues in its journey...■

CERTIFICAT

PECB MS certifie que le système de management de l'organisme

Union Camerounaise de Brasseries (UCB)

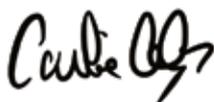
22 Rue des Nations Unies

*A été audité et jugé conforme aux exigences du
système de management de la norme*

ISO 9001:2015

Domaine d'application :

Production, distribution et commercialisation de Bières, Boissons gazeuses et d'Eau minérale



Carolina Cabezas,
Compliance Director

Certificat n°	C825-QMS299-01-20
Certifié depuis le	2020-01-09
Valable du	2020-01-09
jusqu'au	2023-01-08

**Sous réserve d'audits annuels de maintenance*

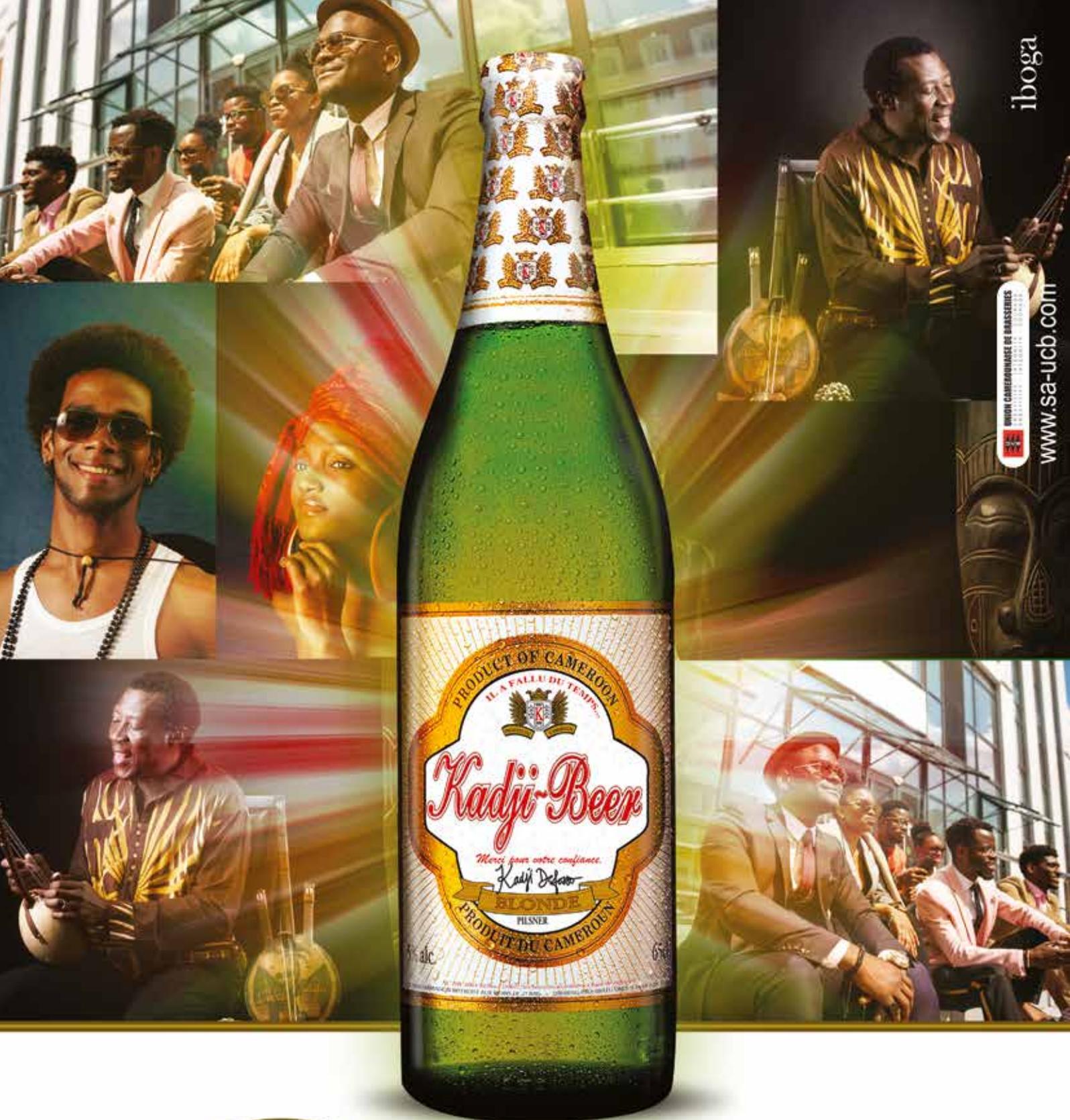
Pour vérifier la validité de ce certificat, veuillez nous contacter à l'adresse: ms@pcb-ms.com

www.pcb-ms.com



**APPRÉCIEZ
SON GOÛT
UNIQUE**





iboga

UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES
 www.sa-ucb.com



UNE BIÈRE, UN PATRIMOINE.

SOYONS RESPONSABLES, CONSOMMONS L'ALCOOL AVEC MODÉRATION. 16%

**CAMEROUNAIS
ET FIERE DE L'ÊTRE !**

CERTIFICATE

PECB MS hereby certifies that the management system of

Union Camerounaise de Brasseries (UCB)

22 Rue des Nations Unies

*Has been assessed and found to be in accordance
with the management system requirements in*

ISO 9001:2015

Certification Scope:

Production, distribution and sales of Beers, Soft Drinks and Mineral Water



Carolina Cabezas,
Compliance Director

Certificate No.	C825-QMS299-01-20
Certified since	2020-01-09
Valid from	2020-01-09
until	2023-01-08

**Subject to annual surveillance audits*

This certificate can be validated by email request at: ms@pcb-ms.com

www.pcb-ms.com



WHALEN KADJI

Project Manager

TECHNICAL INNOVATION, A PERMANENT CONCERN

14

▶ During the past decade, UCB has seen a substantial market share growth going from single to double digits. One of the major components of this progress has been the upgrade of our technical assets and infrastructures which is continuously allowing us to meet our customer's needs at an affordable price.

As far as I can remember, it started in 2013 when **Fu'a Toula** decided to acquire a new bottling line to modernize the brewery. This decision started a chain of reaction that literally shaped the course of business for years. Once this new line was installed in January 2015, it gave us confidence and more appetite. This was the single move that unravelled the will to do more because the market responded well. Fast forward 5 years and UCB has been completely renewed from raw material handling, to brewhouse, utilities and more.

The acquisition of new machines and renewal of our industrial infrastructure is driving better results and more importantly quality. Now we always get positive feedback about the quality of product although

not yet available everywhere. The consumers want more and we must find ways to provide more. This entails the need to find a way to increase our productivity while sustaining the quality of our products.

Technical innovation is not only the acquisition of new machines and new technology but it is also the proper training our work force. We massively invested in our people to make sure they acquire the necessary skills and competency to operate and maintain the machines. One can spend billions on new equipment but without proper human capital training, it is money thrown down the sink. Therefore, the innovation starts with our women and men working tirelessly to provide you with the best Cameroonian beer.

« The customer decision is our main concern and the various investments are here to make sure they are addressed »





NOUVELLE CHAÎNE D'EMBOUTEILLEMENT



However, we must remember how far we come from and having the luxury to invest was not always the case. Our management have put tremendous effort into gearing this company towards excellence. It starts from setting a vision and will that drives the process. Although it is a long process, the little wins have grown our confidence bigger and the results are visible. The leadership of **Nicole KADJI** is proven. But that's another article on its own.

I would like to take this stage to thank my team that has worked their tail off for the past 5 years. At one point, there were no Sundays, no holidays but only results. Not many people can sacrifice so much if they don't believe in a better tomorrow. Thanks to an exceptional leadership.

To put in all in perspective, the customer decision is our main concern and the various investments are here to make sure they are addressed. The recent technological upgrades have propelled UCB to become one of the major players in the Cameroonian market. A statement of our consumers trust that binds to strive for more ■





ARNAUD DUPONT FOTSO TATCHUM

Responsable pôle technique Informatique UCB

LA DIRECTION DES SYSTEMES D'INFORMATION

Maillon-clé de l'entreprise et des métiers de la brasserie

16



La Direction des Systèmes d'information, un maillon-clé au sein de l'entreprise et des métiers de la brasserie.

La Direction des Systèmes d'Information (DSI) est chargée d'élaborer les grandes orientations de l'entreprise en matière de SI et de superviser leur mise en œuvre.

Rattachée à la Direction Générale, la Direction des systèmes d'information modernise et déploie le système d'information dans l'entreprise. Cela se traduit dans : l'amélioration de sa productivité, la gestion des interconnexions dans l'entreprise, l'optimisation et la sécurisation du système...

LE RÔLE DE LA DSI EN ÉVOLUTION : DE LA GESTION OPÉRATIONNELLE À LA STRATÉGIE

En charge du parc informatique de l'entreprise, la DSI s'occupe de l'ensemble des matériels et des logiciels qui le compose : qu'il s'agisse des applications, des données et des infrastructures nécessaires au stockage, aux sauvegardes, aux impressions, aux télécommunications, à la vidéosurveillance, aux contrôles d'accès ou encore à la géo localisation de la flotte de véhicules.

De par sa place au sein de la direction, la DSI doit donc posséder à la fois une forte compétence technique, mais également des aptitudes en termes de gestion de projet et de management.



ACCOMPAGNER LES AXES STRATÉGIQUES DE L'ENTREPRISE

Les activités de la DSI sont au nombre de 4 :
Soutenir ses objectifs de création de valeur

Le principal objectif d'une entreprise reste la création de valeur. La Direction des Systèmes d'information doit toujours travailler dans ce sens sans oublier ses activités courantes.

Accroître la performance des processus du système d'information

Améliorer sans cesse le partage de l'information entre les différents services de l'entreprise augmente la réactivité de cette dernière.

Maîtriser l'exploitation courante et assurer les risques du système d'information

La Direction des Systèmes d'information doit permettre à l'ensemble de ses utilisateurs d'accéder à l'information dans les meilleures conditions et de régler tous les problèmes techniques (accès, ralentissements, etc.).

Développer des solutions et des compétences en système d'information dont l'entreprise aura besoin dans le futur

L'entreprise est en constante évolution ; préparer des solutions aux besoins futurs assure la pérennité de l'entreprise ■

La DSI à UCB en chiffres :

- 10 ingénieurs et techniciens
- 7 sites distants interconnectés en boucle locale radio
- 15 sites distants interconnectés via VPN
- Plus de 170 postes de travail
- Une dizaine de serveurs (GED, Messagerie, SAP,...)
- Plus de 250 caméras de vidéosurveillance
- Une plateforme de géolocalisation de véhicules
- Une quinzaine de contrôles d'accès...

Quelques conseils d'utilisation de la messagerie professionnelle

Les courriels et leurs pièces jointes jouent souvent un rôle central dans la réalisation des attaques informatiques (courriels frauduleux, pièces jointes piégées, etc.).

Lorsque vous recevez des courriels, prenez les précautions suivantes :

- L'identité d'un expéditeur n'étant en rien garantie : vérifiez la cohérence entre l'expéditeur présumé et le contenu du message et vérifiez son identité. En cas de doute, ne pas hésiter à contacter directement l'émetteur du mail.
- N'ouvrez pas les pièces jointes provenant de destinataires inconnus ou dont le titre ou le format paraissent incohérents avec les fichiers que vous envoient habituellement vos contacts.
- Si des liens figurent dans un courriel, passez votre souris dessus avant de cliquer. L'adresse complète du site s'affichera dans la barre d'état du navigateur située en bas à gauche de la fenêtre (à condition de l'avoir préalablement activée). Vous pourrez ainsi en vérifier la cohérence.
- Ne répondez jamais par courriel à une demande d'informations personnelles ou confidentielles (ex : code confidentiel et numéro de votre carte bancaire). En effet, des courriels circulent aux couleurs d'institutions comme les Impôts pour récupérer vos données. Il s'agit d'attaques par hameçonnage ou « phishing ».
- N'ouvrez pas et ne relayez pas de messages de types chaînes de lettre, appels à la solidarité, alertes virales, etc.
- Désactivez l'ouverture automatique des documents téléchargés et lancez une analyse anti-virus avant de les ouvrir afin de vérifier qu'ils ne contiennent aucune charge virale connue.

Spécial
Drinks



Living, feel Spécial!



GUY FRANCIOLY NONO KAMANI

Responsable HSE

L'HYGIENE, LA SANTE ET LA SECURITE AU TRAVAIL : CLEAN AS YOU GO

20



**Sécurité & Hygiène
au travail**



**Droits &
Obligations**





► **L'Union Camerounaise de Brasseries (UCB) S.A**, très préoccupée par la sécurité sanitaire des consommateurs, la santé et le bien-être de son personnel, a inscrit au sein de sa stratégie globale la problématique des bonnes pratiques d'hygiène, de santé et sécurité au travail et de gestion de l'environnement. Depuis la création de l'entreprise, la pratique de l'hygiène au travail a toujours été au centre de la mise en œuvre des activités en son sein quelque soit le bord.

Cette pratique s'est muée, au fil du temps, en état d'esprit avec l'implication très accentuée de la Direction Générale et du personnel dès la fin de l'année 2009 lorsque, sous l'impulsion du promoteur, **Fu'a Toula KADJI DEFOSSO** de regrettée mémoire, soutenu par la Stratégie et le Développement, UCB s'est engagée dans une démarche de prévention et d'amélioration des conditions de travail de ses processus. Parmi ces processus, celui relatif à la gestion de l'environnement de travail occupe le premier rang et est soutenu par deux des cinq piliers de notre politique qualité à savoir l'amélioration des infrastructures et l'environnement de travail, la valorisation du capital humain.

Le service HSE, pilote de ce processus au sein de l'Union Camerounaise de Brasseries, s'appuie à son tour sur les piliers tels la prévention, la conformité et l'amélioration continue pour soutenir la mise en œuvre de l'ensemble des activités de l'entreprise. A travers sa politique de prévention, les programmes d'hygiène et sécurité, les actions de sensibilisation, d'inspection, de vérification, de contrôle des conditions de travail, de formation, de « coaching », de « counseling » pour garantir un cadre de travail sa-



lubre, commode et sans danger, la mise en œuvre du bien-être du capital humain est assurée ; **c'est un fait !**

Parmi les facteurs clés de succès, l'appropriation et le déploiement de l'outil 5S contribuent efficacement à l'amélioration du cadre de travail pour un rendement optimum aussi bien dans les bureaux administratifs, que dans les divers magasins de stockage (matières premières et consommables, pièces de rechange, emballages vides et produits finis), en passant par les unités supports, de production pour ne citer que ceux-là.

Le respect de la réglementation applicable étant un impératif majeur auquel UCB ne saurait déroger, le service HSE veille à l'application des règles et dispositions établies. Le personnel et toutes les parties intéressées participent à cet effort commun par une prise de conscience collective de la protection du travailleur.

CLEAN AS YOU GO, un des maîtres mots loin d'être un slogan vide de sens, dénote une forte implication du personnel au quotidien et à tous les niveaux de la chaîne de valeurs en vue de permettre à UCB de rester compétitif dans un environnement hautement concurrentiel, dans un état d'esprit sain ■



JEAN PIERRE TIEMANI

Directeur Financier UCB

LA FISCALISATION DU SECTEUR BRASSICOLE AU CAMEROUN

22

Depuis 2015, le secteur brassicole au Cameroun fait face à une pression fiscale sans cesse croissante. Cette forte fiscalisation a fragilisé la rentabilité des sociétés de ce secteur et remis en cause l'équilibre de leurs modèles économiques et sociaux.

Nous présenterons successivement :

- La liste des principales mesures intervenues depuis 2015
- La structure de nos prix
- Le comparatif du droit d'accises du secteur brassicole dans les pays de la CEMAC

PRINCIPALES MESURES INTERVENUES DEPUIS 2015

La loi de finances 2015 a introduit pour la bière le droit d'accises spécifique additionnel au droit d'accises ad valorem de 25%. Ce droit spécifique est de 75 FCFA pour une bouteille de 65 cl. Étant entendu que le droit d'accise entre dans la base de calcul de la TVA, cette taxe se trouve aussi revalorisée de 14 FCFA. Il en résulte que l'augmentation du prix d'une bouteille de bière consécutive à cette mesure est de $75 + 14 = 89$ FCFA.

Cette même loi soumet les distributions gratuites au droit d'accises.

STRUCTURE DU PRIX D'UNE BOUTEILLE DE KADJI BEER 65 CL

Prenant en compte ces différentes mesures, la structure du prix d'une bouteille de KADJI BEER 65 cl vendue au prix public à 650 FCFA se présente comme suit pour une vente à un client porte à porte au régime du libérateur :

PIP	DÉSIGNATION	VALEUR
IMPÔTS	Droit d'accise Ad Valorem	79
	Droit d'accise spécifique	75
	TVA	88
	Prélèvement	23
	Total	265
CLIENTS	Marge	58
	Épargne	21
	Total	79

COMPARATIF DU DROIT D'ACCISE DANS LES PAYS DE LA CEMAC

Nous présentons ci-dessous un comparatif du droit d'accises dans les pays de la zone CEMAC.



PECB MS

PAYS	AD VALOREM		SPÉCIFIQUE	
	Bière	B.G.	Bière	B.G.
CAMEROUN	25% du prix détail avec abattement de 10% sur les bières titrant un degré d'alcool inférieur ou égal à 5,5%	25% du prix de détail avec un abattement de 25%	75 F la bouteille de 65 CL soit 115,38 F le litre	15 F la bouteille PET non retournable
CONGO	10% pour produit fabriqué localement	10% pour produit fabriqué localement		
RÉPUBLIQUE CENTRAFRICAINE	25%		46 F le litre	
TCHAD	15% pour bière titrant moins de 6,5 % de degré d'alcool	5%		
	25% pour les autres bières de malt			

En 2016, les taux du prélèvement sur ventes ont été relevés pour les ventes aux clients suivants leur régime fiscal. Ces taux sont passés :

- Pour les clients au régime du réel de 1% à 2%
- Pour les clients aux régimes du libérateur ou simplifié de 3% à 5%
- Pour les clients ne figurant pas au fichier des impôts de 5% à 10%

L'année 2017 a vu l'introduction d'un droit d'accises spécifique sur les emballages non retournables ainsi qu'il suit :

- 15 FCFA par unité d'emballage non retournable pour les boissons alcooliques et gazeuses

- 5 FCFA par unité d'emballage non retournable pour tous les autres liquides

La loi de finances 2019 a apporté de profondes réformes en matière de droit d'accises. Nous en citons trois :

- Introduction d'un droit d'accises spécial de 0,5% sur les importations, autrement dit nos matières premières
- La réduction de 20% à 10% de l'abattement sur la base de calcul du droit d'accises ad valorem pour les bières titrant moins de 5,5% de degré d'alcool
- La consécration du prix public conseillé comme base de calcul du droit d'accises au lieu du prix de vente à nos clients ■

25cl



PATRICE TCHOUBE

Directeur Commercial et Marketing UCB

L'IMPORTANCE DE LA RELATION CLIENT

▶ Notre objectif stratégique reste la satisfaction totale des besoins de nos consommateurs. Aujourd'hui, ils sont de plus en plus nombreux et nous leur disons merci pour cette marque de confiance.

C'est surtout à travers nos valeureux clients que nous pouvons assurer, de façon permanente et optimale, cette satisfaction consommateur. Il est donc important pour nous d'accorder une place de choix à la gestion de nos clients. C'est le rôle fondamental de notre direction commerciale.

Si nos consommateurs sont le cœur de notre activité alors les clients en sont les poumons. En effet, les clients sont un maillon très important de notre chaîne de valeurs. Le bien-être et la réussite dans les affaires de nos clients sont une préoccupation permanente de notre activité.

« La plupart des clients ne savent pas exactement tout ce dont ils ont besoin ». Personne n'a jamais écrit un mail à Steve Jobs pour lui annoncer qu'il lui fallait un IPAD ou un IPHONE. Ainsi, c'est surtout à nous d'identifier ce qui donne les maux de tête à nos clients et aussi de fournir les produits ou services capables de guérir ces maux de tête.



C'est ainsi que pour assurer des services appropriés à nos clients nous les avons segmentés en fonction de plusieurs critères qui vont de la taille des affaires à la nature et type de leur business.

La première catégorie est celle du canal indirect encore appelé « Mini dépôts ». Cette catégorie est celle qui nous permet d'assurer une meilleure couverture du territoire à travers le service de livraison de certains bars entre 2 passages de nos camions ou la livraison totale des bars qui ne peuvent pas être servis par nos camions de vente. Cette catégorie de clients mini dépôts existe de façon naturelle sur le marché. Notre rôle est de les développer à travers une équipe commerciale spécialisée dans ce domaine.

Dans le but d'encourager l'excellent travail des clients mini dépôts, nous accordons une attention particulière à ceux qui se démarquent par des performances exceptionnelles avec un grand potentiel. Nous donnons à ceux-ci le statut de client « TOP DÉPÔTS ». Pour cette catégorie de clients, le service est encore plus personnalisé afin de leur accorder une satisfaction maximale. Dans notre axe stratégique de croissance, les « TOP DÉPÔTS » constituent un aspect très important.

La deuxième catégorie est le canal direct c'est-à-dire l'ensemble des bars ou points de consommation. Le premier objectif ici est d'assurer la fourniture de nos différents produits de façon régulière afin d'éviter les ruptures de stock. Mais au-delà de ce service de fourniture, nous offrons un excellent service après-vente à nos clients afin de leur assurer un bon chiffre d'affaire.

Par ailleurs, nous garantissons à nos clients une marge optimale qui leur permet d'avoir un business profitable et durable dans le temps. De même, nous leur apportons, à travers certaines activités, d'autres supports importants tels que la fourniture de la logistique (Pick-up, tricycle, laptop, etc.) et surtout des assurances santé dans le souci d'avoir des clients en excellente forme, prêts pour les défis qu'impose le terrain.

Pour faire partie de notre portefeuille de clients privilégiés, il vous suffit de vous rapprocher de l'un de nos centres commerciaux ou de nous contacter à travers notre site web (www.sa-ucb.com).

En somme, notre entreprise est orientée clients et consommateurs et toute notre stratégie est de leur accorder une satisfaction maximale ■





THOMAS BISSANG

Consultant RH

LA VALORISATION DU CAPITAL HUMAIN

REPUBLICATION

Chers (es) lecteurs / lectrice, Dans la première livraison de KADJI NEWS, une erreur de graphisme a rogné l'article «Lavalorisationducapitalhumain». La RÉDACTION de KADJI NEWS présente ses excuses à ses

fidèles lecteurs / lectrices, ainsi qu'à l'auteur de cet article M. Thomas BISSANG le Consultant RH, pour le désagrément causé par cette situation. Nous vous prions de retrouver ci-dessous et en intégralité l'article en question. LA RÉDACTION

► Nous devons le concept de « capital humain » à l'économiste américain Théodore William Schultz spécialisé en économie du développement. Il a partagé le « prix Nobel » d'économie 1979 avec Arthur Lewis. Pour lui, 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 apparaît 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, ini-





mitable et

différencie l'entreprise

de ses concurrentes. Le capital humain est donc le garant de la performance, des résultats et de la compétitivité de notre organisation. Nous sommes conscients de ses enjeux et avons pensé une série d'initiatives pour la préservation de cette denrée rare que constitue notre personnel.

L'amélioration du cadre de travail est le premier élément de cette dynamique et pour cause, la qualité de vie et l'environnement au travail influent sur la bonne ambiance des équipiers ainsi que sur leurs résultats. Notre organisation offre un espace de travail agréable et convivial dans lequel les collaborateurs se sentent écoutés et voient leurs besoins pris en compte.

La propreté des locaux et la coloration qu'elles offrent

ont, à coup sûr, un impact positif sur la qualité de vie au travail, la créativité et la productivité, aidées en cela par le contact facile et les interactions générées par l'absence de cloisons dans nos milieux de travail. La couverture sociale, le crédit scolaire sont autant d'actions qui participent de cette dynamique qui vise 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 Brasseries au centre de la gouvernance d'entreprise pour faire éclore le génie, le talent créatif qui sommeillent en chacun de nous ■





CHRISTIAN AÏMÉ NANA NGATCHA

Chef de Département Qualité UCB

SMQ : LE POURQUOI DU COMMENT

28

► L'Union Camerounaise de Brasseries s'est engagée depuis juin 2018 à mettre en place un Système de Management de la Qualité (SMQ). L'implémentation de cette démarche vient de s'achever par l'obtention de la certification ISO 9001-2015. La rédaction de KADJI NEWS a l'honneur de recevoir le Chef du Département Qualité, Monsieur Christian Aimé NANA NGATCHA qui a accepté volontiers de répondre à nos questions et nous lui en savons gré. Retrouvez ci-dessous l'intégralité de l'interview qu'il nous a accordée.

KADJI NEWS : Bonjour Monsieur Nana, l'Union Camerounaise de Brasseries vient d'obtenir sa certification ISO 9001 version 2015; Pouvez-vous expliquer à nos consommateurs, clients et à nos lecteurs ce que cela implique ?

Chef de Département Qualité : De prime abord, il importe de rappeler que l'adoption d'un système de management de la qualité relève nécessairement d'une décision stratégique de l'entreprise. La conception et la mise en œuvre d'un tel système tiennent compte de besoins variables, d'objectifs particuliers, de produits fournis, des processus employés, de la taille et de la structure de l'entreprise. La certifica-

tion est donc le moyen d'attester, par l'intermédiaire d'un organisme-tiers certificateur, de notre aptitude à respecter les exigences réglementaires et à fournir des produits et services conformes aux attentes et aux besoins de nos clients et parties intéressées pertinentes.

KADJI NEWS : Quelle est la nécessité d'une telle démarche pour une entreprise comme l'Union Camerounaise de Brasseries ?

CDQ : Je commencerai par citer le philosophe physicien et homme d'état Américain (Benjamin Franklin, 1706-1790) qui disait je cite « Un clou manquait, et le cheval perdit son fer ; à cause de ce fer manquant, le cheval fut perdu ; n'ayant plus de cheval, le cavalier fut perdu ; capturé et tué par l'ennemi,

tout cela à cause d'un clou de fer à cheval » ; cet exemple illustre de manière explicite comment une petite cause presque négligeable peut engendrer un effet énorme à issue dramatique.

Imaginons un seul instant que les entreprises aient continué sur cette voie, qu'aujourd'hui encore aucun système de management de la qualité n'ait existé, qu'aucun contrôle n'ait été effectué. Comment aurions-nous dès lors utilisé tous les outils à notre

“Notre fonctionnement est basé sur l'amélioration continue.”

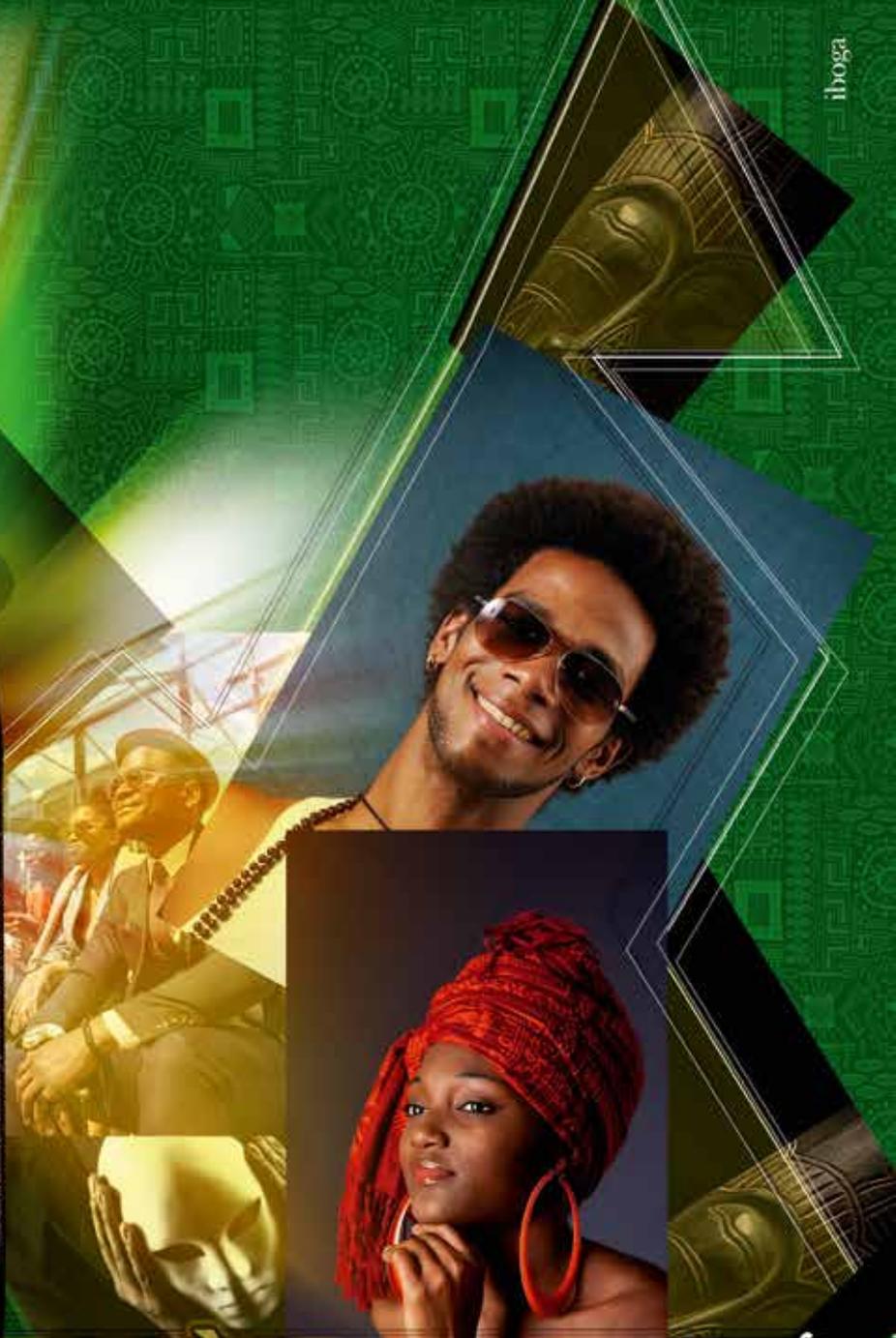
▼

21+

UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES
CREATIVITE - INTEGRITE - COHERENCE
DUB

CONSUMMATION INTERDITE AUX MOINS DE 21 ANS

iboga



2020 UNE BIÈRE, UN PATRIMOINE.

CAMEROUNAIS ET FIERE DE L'ETRE!

Janvier - January

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Février - February

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

Mars - March

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Avril - April

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Mai - May

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Juin - June

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Juillet - July

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Août - August

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Septembre - September

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Octobre - October

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Novembre - November

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Décembre - December

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

1 Janvier: Premier de l'An - 11 Février: Fête de la jeunesse - 14 Février: Saint Valentin - 12 Avril: Dimanche de Pâques - 13 Avril: Lundi de Pâques - 1 Mai: Fête du travail - 20 Mai: Fête Nationale
21 Mai: Ascension - 31 Mai: Dimanche de pentecôte - 1 Juin: Lundi de Pentecôte - 15 Août: Assomption - 25 Décembre: Noël - 31 Décembre: Saint-sylvestre



Feel fresh, feel you

iboga



20

Janvier - January

Lun. Mar. Mer. Jeu. Ven. Sam. Dim.
Mon. Tue. Wed. Thu. Fri. Sat. Sun.

		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Février - February

Lun. Mar. Mer. Jeu. Ven. Sam. Dim.
Mon. Tue. Wed. Thu. Fri. Sat. Sun.

					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

Mars - March

Lun. Mar. Mer. Jeu. Ven. Sam. Dim.
Mon. Tue. Wed. Thu. Fri. Sat. Sun.

						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Avril - April

Lun. Mar. Mer. Je
Mon. Tue. Wed. Th

						1	2
6	7	8	9				
13	14	15	16				
20	21	22	23				
27	28	29	30				

Juillet - July

Lun. Mar. Mer. Jeu. Ven. Sam. Dim.
Mon. Tue. Wed. Thu. Fri. Sat. Sun.

		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Août - August

Lun. Mar. Mer. Jeu. Ven. Sam. Dim.
Mon. Tue. Wed. Thu. Fri. Sat. Sun.

					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Septembre - September

Lun. Mar. Mer. Jeu. Ven. Sam. Dim.
Mon. Tue. Wed. Thu. Fri. Sat. Sun.

	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Octobre - October

Lun. Mar. Mer. Je
Mon. Tue. Wed. Th

							1
5	6	7	8				
12	13	14	15				
19	20	21	22				
26	27	28	29				



UNION CAMEROUNAISE DE BRASSERIES

CRÉATIVITÉ - INTÉGRITÉ - COURAGE
CREATIVITY - INTEGRITY - COURAGE



2020

Janvier - January

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
1	2	3	4	5		
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Février - February

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

Mars - March

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Avril - April

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
1	2	3	4	5		
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Mai - May

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Juin - June

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Juillet - July

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
1	2	3	4	5		
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Août - August

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Septembre - September

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6		
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Octobre - October

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Novembre - November

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Décembre - December

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

disposition ? Nous aurions habité des maisons construites sans respect d'une norme, conduit une voiture n'assurant aucune sécurité; La vie quotidienne serait donc une aventure périlleuse ? Heureusement, le contraire s'est produit. La mise en place de normes et certifications au sein des entreprises a permis d'éviter ce genre de situation et d'améliorer la qualité des produits et services. C'est toujours le cas d'ailleurs et nous progressons de jour en jour grâce à notre démarche Qualité. Nous nous démarquons ainsi de nos concurrents par la qualité de nos produits et services, de notre savoir-faire Camerounais d'où notre slogan « 100% Camerounais ». Grâce à cette démarche Qualité, nous espérons aussi être davantage reconnu auprès de toutes nos parties intéressées pertinentes et clients, afin d'obtenir pour eux de nombreux privilèges.

KADJI NEWS : Comment UCB s'est-elle déployée pour arriver à la certification ISO 9001/2015 ?

CDQ : Nous pouvons dire sans ambages au vu de la concurrence de plus en plus accrue et compte tenu de l'interdépendance des acteurs économiques et de la complexité croissante de leurs relations, que 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 ; en guise de leitmotiv, la mise sur pied par l'État du Cameroun, après la signature des Accords de Partenariat Économique(APE), d'un programme de mise à niveau des entreprises locales afin de les rendre plus compétitives rendait impérative la décision de nous lancer dans cette belle et exaltante aventure. Pour y arriver, nous avons lancé notre démarche il y a deux ans environ avec l'élaboration dans un premier temps de toute la documentation. Nous avons ensuite lancé officiellement la démarche en juin 2018 et pris la mesure de notre évolution grâce aux audits de qualité internes réalisés.

KADJI NEWS : Comment définiriez-vous donc la Qualité à UCB ?

CDQ : La qualité pour nous à UCB est l'organisation que nous déployons au quotidien pour placer nos clients et nos parties intéressées pertinentes au cœur de nos réflexions dans l'optique de toujours mieux les satisfaire. Pour cela, nous avons défini une politique qui se décline en 5 objectifs que nous nous

engageons à respecter:

1. Améliorer nos infrastructures et notre environnement de production
2. Valoriser notre capital humain
3. Tendre vers l'excellence opérationnelle
4. Asseoir notre notoriété
5. Assurer notre rentabilité pérennité

De plus, notre fonctionnement est basé sur l'amélioration continue, c'est-à-dire que nous voulons toujours mieux faire pour satisfaire nos clients et l'ensemble de nos partenaires.

KADJI NEWS : Qu'est ce qui garantit que vous respectez vos engagements ?

CDQ : Nous avons mis en place des systèmes de contrôle en interne pour nous assurer que tout a été mis en œuvre pour fournir les meilleurs produits et services à nos clients et parties intéressées pertinentes. Nous mesurons nos performances quotidiennement et lorsqu'une dérive se produit, nous mettons en place des actions de correction et d'amélioration. Nous réalisons également des audits internes (examens) plusieurs fois par an pour vérifier le respect de nos procédures et l'atteinte de nos objectifs. Nous réalisons des enquêtes clients plusieurs fois par an pour nous assurer de leur satisfaction. D'ailleurs, chacun d'eux peut nous donner son avis, que sa réclamation et/ou dossier ait abouti ou non.

KADJI NEWS : En quoi la certification ISO 9001/2015 va-t-elle influencer la carrière de chaque membre du personnel ?

CDQ : Sur ce point, la certification va avoir de nombreux impacts notamment sur l'harmonisation des méthodes de travail qui va induire un gain en réactivité et en professionnalisme, une gestion plus efficace de leur carrière à travers la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences mise en place. Ils pourront, par voie de conséquence, faire valoir cette expérience dans leurs pratiques professionnelles et sur le marché du travail.

KADJI NEWS : En une phrase, qu'est-ce que la Qualité apporte à vos clients et à vos parties intéressées pertinentes ?

CDQ : La qualité leur apporte la garantie qu'ils seront écoutés, que des produits et services de qualité leur seront fournis. Elle leur témoigne aussi de notre

bonne foi et de la volonté de tout mettre en œuvre pour leur trouver la meilleure solution possible.

KADJI NEWS : Que gagnera l'Union Camerounaise de Brasseries à court, moyen et long terme à travers cette certification ?

CDQ : Les avantages de la certification ISO 9001 pour nous UCB sont énormes. Nous pouvons citer entre autres :

- La garantie du professionnalisme donnée aux clients, aux fournisseurs et autres partenaires ;
- Notre image de marque avec positionnement et concurrence possibles sur le plan international et dans les relations commerciales nationales et internationales ;
- La réduction des dysfonctionnements, anomalies, réclamations et non-conformités ;
- L'amélioration de l'écoute client permettant de le fidéliser et de gagner sa confiance ;
- L'ouverture sur le marché international en donnant la confiance aux partenaires prospectés ou présents que l'Union Camerounaise de Brasseries fonctionne selon un système de qualité universellement reconnu ;
- Une plus-value nous permettant de mieux maîtriser notre propre fonctionnement et d'optimiser valablement notre rendement donc d'augmenter nos revenus, etc.

KADJI NEWS : Maintenant que l'Union Camerounaise de Brasseries est certifiée, pouvons-nous dire que tout est accompli ?

CDQ : Tout au contraire. J'ai coutume de dire que la qualité n'est pas une destination mais un voyage ; en d'autres termes, obtenir la certification ISO 9001, c'est comme bâtir une fondation solide pour notre maison. C'est maintenant que tout commence car ce sera l'occasion de travailler davantage pour construire une entreprise forte par-dessus tout et de nous améliorer au quotidien pour le plus grand bonheur de nos clients et parties intéressées pertinentes.

KADJI NEWS : Quelles sont les perspectives ?

CDQ : Les perspectives sont grandes. Premièrement

continuer à travailler dur afin de préserver cette certification acquise. Deuxièmement, dans un avenir très proche, nous lancer dans la démarche de certification de nos produits à la norme ISO 22000, UCB étant une entreprise agroalimentaire, en droite ligne avec les exigences de la loi sur la sécurité des denrées alimentaires promulguée par le Président de la République du Cameroun récemment et érigéant, de ce fait, les principes HACCP en obligation pour toute entreprise agroalimentaire ; l'objectif restant bien sûr de nous inscrire dans la logique d'excellence opérationnelle qui aujourd'hui est incontournable pour toute entreprise qui se veut pérenne et compétitive ■

Interview réalisée par Isaac Aimé NZOUAMI TCHANA





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



01 Quelques Grandes Réalisations obtenues par la mise sur pied du SMQ

Installation d'une nouvelle chaîne de conditionnement de verre entièrement modernisée, d'une capacité de 36 000 bouteilles/heure (après celle de 2015)

Installation de nouvelles cuves de fermentation (10 au total, d'une capacité de 3 200 hl chacune)

Construction d'une nouvelle salle à brasser entièrement modernisée ; C'est la première salle à brasser au Cameroun avec intégration d'un système informatique BREWTECH

Construction du nouveau magasin de matières premières et du laboratoire d'analyses (projet en cours de réalisation)

03 Quelques résultats déjà obtenus

Amélioration de l'organisation et clarification des responsabilités

Amélioration des archives et des rangements par la méthode Kaizen

Amélioration des infrastructures de production

Amélioration des parts de marché

L'UCB IMPACTÉE PAR LA MISE EN PLACE DU SYSTÈME DE MANAGEMENT DE LA QUALITÉ

En conformité avec la vision et les orientations du DG, la mise en place d'un système de management de la qualité (SMQ) à UCB est un moyen de pilotage approprié pour aider à surveiller les performances globales et fournir les éléments permettant d'assurer l'amélioration. En mettant ainsi en œuvre un système de management de la qualité fondé sur la Norme ISO 9001 : 2015, les impacts sont nombreux et importants comme illustré ci-dessous.

01
Quelques Grandes Réalisations obtenues par la mise sur pied du SMQ

02
Mise en œuvre du système de management de la qualité

03
Quelques résultats déjà obtenus

04
Les autres acquis de la qualité pour UCB

02 Mise en œuvre du système de management de la qualité

Elle s'est faite par l'utilisation des documents et enregistrements élaborés.

Audits qualité :

- 52 audits de processus réalisés
- 01 audit à blanc.

Revues :

- 14 revues de processus
- 01 revue de direction

04 Les autres acquis de la qualité pour UCB

Harmonisation des méthodes de travail

Amélioration de la satisfaction clientèle

Amélioration de l'image de marque

Amélioration de la compétitivité d'UCB

Motivation du personnel
Revalorisation salariale du personnel

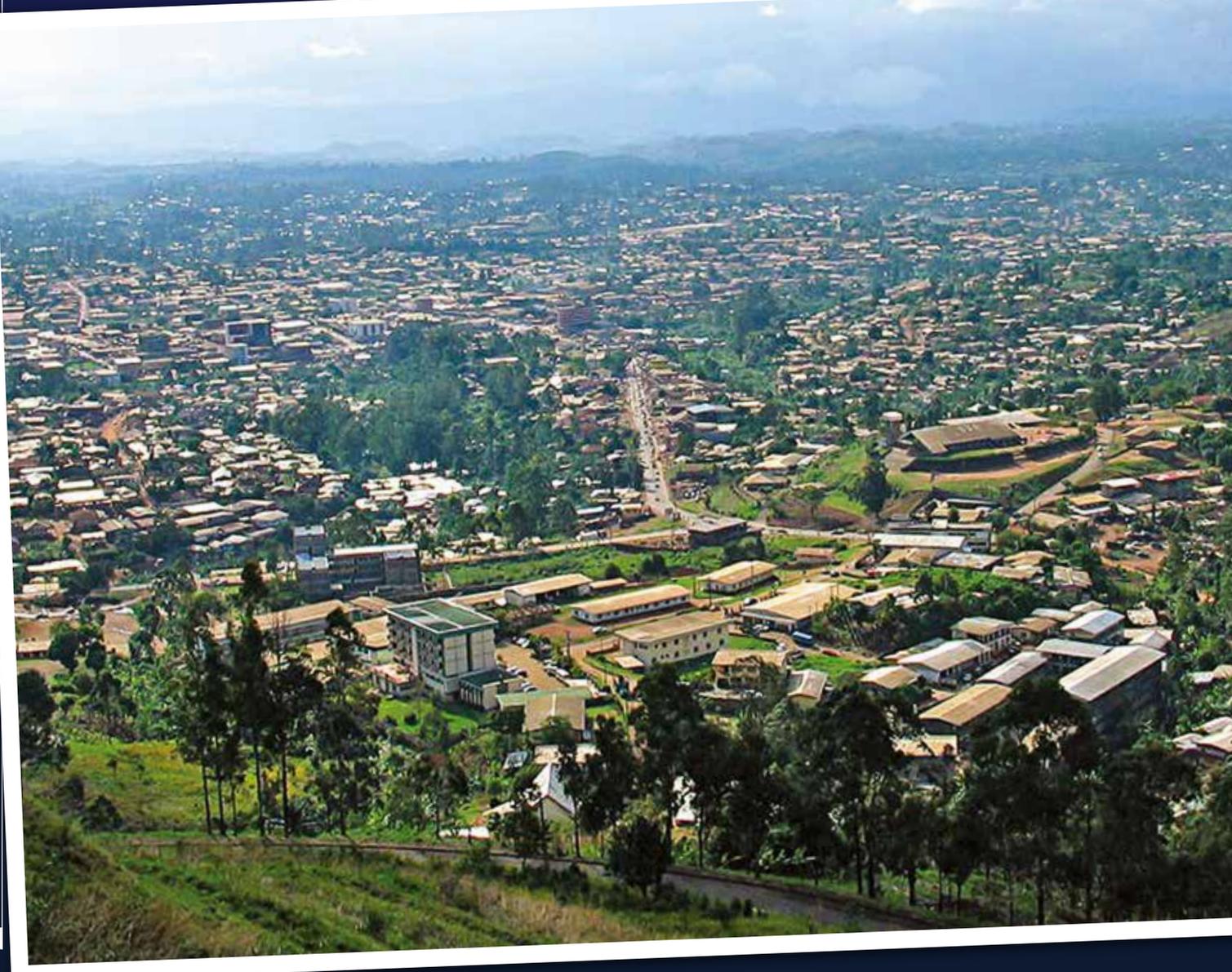




SERGE MARTIAL KENNE

Chef de centre UCB MBANGA

LA CRISE ANGLOPHONE ET SON IMPACT SOCIO- ECONOMIQUE DANS LA ZONE MOUNGO ET SUD-OUEST



▶ **Voici bientôt trois ans** que la crise anglophone, déclenchée en 2016, perturbe gravement les activités dans les régions du Nord-Ouest et du Sud-ouest et même dans les zones frontalières à ces régions, à savoir l'aire géographique du Mounjo partant de Mélong jusqu'à Bekoko en passant par Nkongsamba, les arrondissements de Manjo, Njombé-penja, Mbanga... Les localités ci-dessus citées subissent de plein fouet l'impact de cette crise au double plan social et économique et, plus spécifiquement, sur la commercialisation de nos produits. Dans cet article, nous analysons les manifestations de cette crise dans la zone indiquée et leurs effets multiformes sur la vie des populations locales et déplacées

MANIFESTATIONS ET CONSÉQUENCES SOCIO-ÉCONOMIQUES DE LA CRISE ANGLOPHONE

Les manifestations de la crise sont nombreuses dans la zone Mounjo et Sud-ouest. Tout d'abord, nous avons la fermeture de la mythique et historique voie ferroviaire Mbanga-Kumba. En effet, cette ligne de transport a été fermée à la circulation depuis fin 2016, réduisant ainsi le flux des déplacements des biens et des personnes entre ces deux villes.

Les activités économiques qui s'étaient développées autour de cette ligne de chemin de fer tournent désormais au ralenti. De nombreuses familles qui y trouvaient leur pitance journalière à travers le petit commerce sont obligées de se reconvertir dans d'autres activités moins lucratives. Les bistrotts, épicerie, les petits commerces de vêtements et autres denrées à la gare ferroviaire sont quasiment morts. Les personnes vivant de ces activités ont vu leur pouvoir d'achat s'écrouler, les réduisant presque à la mendicité. De même, les petites activités de manutention exercées par les jeunes dans la gare ferroviaire de

« Depuis que le train ne circule plus, les choses vont mal dans mon bar »

Mbanga n'existent plus. Du coup, ces jeunes manutentionnaires sont désormais au chômage et obligés de se reconvertir dans d'autres activités déjà presque saturées quand ce n'est le petit banditisme.

Par ailleurs, le ralentissement des déplacements des biens et des personnes a un effet pervers sur les échanges commerciaux entre ces deux villes. De nombreuses femmes et hommes appelés « Bayam-sellam » avaient déjà fait de cette ligne ferroviaire et de la gare de Mbanga leur eldorado car ils faisaient des navettes pour acheter et revendre des produits vivriers de part et d'autre. La principale voie de transport, sinon la seule, était cette ligne de chemin de fer. Du coup, leurs activités se sont arrêtées une fois qu'il leur était impossible de se déplacer.

Nous pouvons également citer les kidnappings réguliers de planteurs dans leurs plantations par de prétendus combattants séparatistes qui ont plongé plusieurs familles dans la disette. Les plantations situées dans les villages NDOH I, NDOH II, NDOH BEACH, NDOUM I et NDOUM II sont malheureusement abandonnées, au grand dam des cultivateurs réduits au chômage et à la misère. Par peur d'être kidnappés, de nombreux cultivateurs ont renoncé depuis des mois à se rendre dans leurs plantations. Le traitement de leurs plantations de cacao, le désherbage de leurs champs de vivres : macabo, plantains, ignames et autres ne sont plus convenablement assurés. Leurs récoltes sont abandonnées et pourrissent dans les champs tandis que les populations de la ville déplorent une rareté grave des vivres sur le marché. Il s'ensuit donc une inflation des prix car la demande est de loin supérieure à l'offre. Par exemple, le régime de plantain qui coûtait à l'époque 2000 Francs peut aller à plus de 4000 Francs de nos jours et on n'en trouve presque pas sur le marché. Un cultivateur très réputé de la ville, victime des effets néfastes de cette situation

déclare : « Il y a des gens qui nous empêchent d'entretenir nos plantations ; nous ne parvenons même plus à nous nourrir. Nous vivons grâce à ces champs et si l'on nous empêche d'y aller, vous imaginez un peu ce que nous subissons en ce moment. Les choses sont devenues très difficiles. Nous souhaitons de tout cœur que les choses reviennent à la normale au plus vite ».

Toujours dans le cadre des manifestations de la crise, il y a l'entrée massive des populations déplacées et un accroissement exponentiel de la population. La cohabitation est certes pacifique avec les populations locales, mais on note une certaine saturation de l'espace par des petites activités commerciales auxquelles se livrent de nombreuses personnes pour pouvoir survivre. Les petites épiceries naissent à tout bout de champ, les vendeurs et vendeuses de denrées telles que les beignets, les caramels, les arachides bouillies ou grillées, de la banane douce, de la viande d'escargot grillée encore appelée « Congo meat », du poisson braisé écument les ruelles des villes au quotidien. Outre cette saturation de l'espace marchand, on a également l'inflation du prix des loyers. Toutes ces populations déplacées cherchent à se loger par tous les moyens. Les maisons à louer étant devenues rares, les bailleurs font de la surenchère. Voilà des facteurs qui rendent la vie de plus en plus difficile depuis le début de cette crise. Que dire donc de leur impact sur la commercialisation de nos produits ?

IMPACTS SUR LA COMMERCIALISATION DE NOS PRODUITS

La commercialisation de nos produits est optimale lorsque le pouvoir d'achat des consommateurs est au beau fixe. Dans un contexte où les activités tournent au ralenti et où le pouvoir d'achat des consommateurs est manifestement au plus bas niveau, l'on ne peut malheureusement qu'enregistrer

une baisse du niveau des ventes. De nos jours, les commandes dans les bars sont en baisse car les activités sont presque inexistantes et les points de vente de la ville ferment, en grande majorité, à 22h au plus tard. Une tenancière de bistro à la gare ferroviaire de Mbandaka nous a confié ce qui suit : « Depuis que le train ne circule plus, les choses vont mal dans mon bar. J'achète la bière et je ne parviens pas à vite la vendre. Avant, j'achetais des quantités importantes mais je les revendais très rapidement car ceux qui faisaient ma recette étaient les voyageurs Mbandaka-Kumba. Mais depuis qu'il n'y a plus de voyageurs, le commerce de la bière ne marche plus. Si j'achète beaucoup, je ne pourrai pas vite écouler. Du coup, j'achète maintenant de faibles quantités. C'est très dur pour nous... »

A cela s'ajoute l'impossibilité d'accéder à certaines zones jugées risquées où l'écoulement de la bière est de plus en plus difficile. Les incursions des combattants séparatistes dans certaines localités rendent les choses de plus en plus compliquées car l'on a peur de s'y aventurer. Les localités de Mombaka, Penda Mboko, Booba en sont de parfaites illustrations. L'écoulement de nos produits dans ces zones est de plus en plus difficile.

PERSPECTIVES

Les perspectives que nous pouvons établir à l'issue de cette réflexion tournent autour de la tension économique actuelle qui est causée par cette crise et qui pourrait pendre fin si le calme revient dans cette partie de notre territoire. La mobilité des personnes et des biens, la liberté d'exercer des activités lucratives sont des gages pour une sécurité financière durable. La commercialisation facile de nos produits dépend de cette sécurité financière, de la sécurité tout court et du pouvoir d'achat de nos clients ■

EAU MINÉRALE Madiba 20 *Au cœur de la terre*

Pour un corps sain...



Janvier - January

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
		1	2	3	4	5
8	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Février - February

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

Mars - March

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Avril - April

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Mai - May

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Juin - June

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Juillet - July

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Août - August

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Septembre - September

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Octobre - October

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Novembre - November

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Décembre - December

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

**MARTIAL SOJO**

Directeur Général AGC

AGC ASSURANCES, LE PROFESSIONNALISME CONFIRMÉ : CAS DU TRAITEMENT DU PARTENAIRE UCB

40

▶ **En cette fin d'année 2019**, le professionnalisme est de mise chez AGC Assurances.

Face à une concurrence chaque jour plus rude, nous avons su nous faire une place en mettant le consommateur au centre de nos préoccupations.

Comprendre les attentes du consommateur est l'un des secrets de notre réussite. C'est pourquoi nous avons adapté nos produits à ses exigences spécifiques et à l'évolution de la technologie: la carte biométrique AGC en est une preuve palpable.

Dans le même ordre d'idée, le souci de toujours offrir des prestations de qualité aux assurés nous a conduit à nouer des partenariats privilégiés avec plusieurs entreprises au rang desquelles l'Union Camerounaise de Brasseries.

PRÉSENTATION D'AGC ASSURANCES

Dans l'optique de participer à l'évolution et à la modernisation de l'industrie de l'assurance au Cameroun, les Assurances Générales ont vu le jour sous l'impulsion de plusieurs hommes d'affaires dont l'opérateur économique **KADJI DEFOSSO Joseph** (de regrettée mémoire).

Agréée par le Ministère de l'Économie et des Finances par Arrêté N° 00295/MINEFI/DCE/A du 07 juin 2001 sur avis favorable de la CIMA, la compagnie Assurances Générales du Cameroun SA est une entité du Groupe KADJI au capital social de 3.000.000.000 FCFA. Elle a débuté ses activités en Janvier 2002 dans la branche non vie (IARDT). Son agrément répond à la volonté des grands groupes camerounais exerçant dans divers secteurs économiques de bâtir une compagnie d'assurances solide et capable de garantir une meilleure protection des hommes et des biens sur le triangle national. Dans son souci de toujours satisfaire ses assurés, AGC Assurances s'est lancée en 2018 dans la démarche qualité ISO 9001 avec pour vision de « Devenir à l'horizon 2022 une organisation qui inspire confiance en offrant des prestations de qualité à ses assurés ».

NOS PRODUITS

AGC Assurances met à la disposition de son aimable clientèle une gamme variée de produits d'assurance adaptés à leurs besoins. Nous pouvons citer entre autres :



L'assurance Auto

Elle est destinée aux particuliers et aux entreprises. Elle est obligatoire et régie par le code CIMA. Son but principal est d'apporter un soutien financier aux victimes d'accidents de la circulation et d'assumer la solvabilité des responsables d'accidents de la circulation sur la voie publique. Au-delà des garanties classiques, AGC innove en mettant à la disposition de ses clients l'Assistance à la Réparation, Assistance au Constat, Assistance au Remorquage et Dommage au Premier Risque Absolu.

L'Assurance voyage

C'est une police d'assurance qui couvre les incidents qui peuvent survenir avant et pendant vos déplacements et séjours à l'étranger. Grâce à la collabora-

tion d'AGC avec Inter Partner Assistance, leader mondial de l'assistance sanitaire, AGC couvre ses assurés contre tous dommages susceptibles de survenir durant leur déplacement.

L'Assurance Responsabilité Civile

L'assurance à responsabilité civile est un contrat qui garantit les conséquences pécuniaires encourues par l'assuré lorsque celui-ci cause un dommage matériel ou corporel à un tiers.

En fonction de votre domaine d'activité, les Assurances Générales du Cameroun vous proposent une Responsabilité Civile adaptée à vos besoins. Il s'agit entre autres de : La Responsabilité civile contractuelle, la responsabilité civile exploitation, la responsabilité civile produit, la responsabilité civile travaux.



Assurance maladie

C'est une branche de l'assurance des personnes qui couvre les risques liés à la maladie et aux accidents corporels.

Parce que la maladie ne prévient pas, AGC Assurances garantit la sérénité aux clients en cas de maladie par une assurance santé en remboursement direct ou tiers payant à travers un réseau de soins étendu et étoffé sur l'ensemble du territoire national.

OFFRE SPÉCIALE EN ASSURANCE MALADIE

AGC a pour particularité d'offrir en bonus à ses clients la carte santé biométrique. Elle accompagne l'assuré en cas d'hospitalisation, soins ambulatoires, analyses médicales, imageries médicales etc.

La carte santé AGC a pour avantage de limiter les recours aux bons de prise en charge, de gagner en temps et en énergie, la prise en charge rapide du sinistré. En un mot, elle est pratique et efficace.

L'assurance multirisques et risques techniques

L'assurance multirisque est un contrat d'assurance qui offre une couverture complète des biens et des responsabilités de l'assuré. Il renferme plusieurs sous contrats tels que les contrats d'Assurances Multirisques PME /PMI.

Par ce contrat, l'assureur accorde à l'assuré des garanties lui permettant de protéger soit son habitation, soit son professionnel en cas de dommages subi par ses biens ou causés à autrui.

L'Assurance des Risques Techniques contient également les sous contrats tels que l'Assurance Tous Risques Chantier, l'Assurance Tous Risques Informatiques, l'Assurance Bris de Machine, l'Assurance Globale Banque et l'Assurance Risques Pétroliers.





Sur le plan automobile, AGC a façonné les produits adaptés à la gestion du parc automobile d'UCB. Notamment les mini Dommages, les assistances à la réparation, les couvertures spécifiques pour les chauffeurs et les assistants chauffeurs

Sur le plan sanitaire, AGC assure l'ensemble du personnel de l'Union Camerounaise de Brasseries en leur offrant une assurance maladie adaptée à l'évolution de la technologie : la carte santé AGC, carte biométrique qui facilite la prise en charge du personnel de UCB. En cas de maladie, plus besoin de se déplacer pour prendre un bon de prise en charge. Son usage est facile et pratique et permet une prise en charge immédiate du sinistré.

L'Union Camerounaise de Brasseries profite pleinement de cette offre spéciale que AGC a mis à l'endroit de son aimable clientèle.

L'assurance Transport

Le transport des marchandises occupe une place primordiale dans le développement de chaque pays. Abondant dans ce sens, AGC assure le transport des marchandises par voies aérienne, maritime et terrestre.

Elle est divisée en trois sous branches : l'assurance corps, la responsabilité civile du transporteur, l'assurance faculté.

AGC ASSURANCES A L'ÉCOUTE DE SES CLIENTS : CAS D'UCB

Au fil du temps AGC Assurances s'est fait une place appréciable sur le marché des assurances au Cameroun grâce à l'amélioration continue de la qualité de ses prestations auprès de ses assurés.

Nous avons ainsi pu nous démarquer de la concurrence en adaptant nos produits aux besoins des consommateurs. C'est dans cette logique que s'inscrit le partenariat avec l'Union Camerounaise de Brasseries, acteur majeur de l'industrie brassicole au Cameroun dont AGC assurances est l'assureur officiel.

- **Sur le plan événementiel**, AGC assure toutes les campagnes publicitaires organisées par UCB. AGC met à la disposition de son partenaire des contrats de Responsabilité Civile Organisateur d'Événements pour chaque événement organisé. Nous ne nous contentons pas d'assurer les événements mais nous y participons également comme l'illustre la campagne «Quality back to school», «qualitybeer, quality life» durant laquelle des contrats d'assurance santé et automobile sont offerts aux différents bénéficiaires en signe de partenariat.
- **S'agissant des risques divers**, AGC Assurances a su se positionner comme l'assureur officiel du patrimoine du Groupe KADJI à travers l'Assurance Multirisques et les Risques Techniques.

AGC ASSURANCES :
LE MEILLEUR PARTENAIRE
DES HOMMES D'AFFAIRES
ET DE CEUX QUI ENTREPRENNENT.

**FEMI SUNMOLA**

Managing Director SCC

SCC : GUIDED TOUR AT THE HEART OF THE MINOTERIE

44

▶ Incorporated on July 14, 1999 and commenced operations in October 2004 by the late Patriarch **FU'A TOULA KADJI DEFOSSO** to whom we pay a great tribute, SCC is one of 9 flour mills operating in Cameroon. Located in the Industrial Zone on the banks of the Wouri side of BONABERI, it covers about 20,000 square meters.

The location of the factory building is strategic because it has provision for the construction of a quay that allows ships to berth close by and for the grains to be moved into the 6 Silos totaling 30,000 tons in capacity that is presently on ground, with the provision of additional 2 platforms that can support yet another 10,000 tons capacity Silos.

Our installed flour milling capacity of 250Tonnes per day is grossly under-utilized, though sufficient to fill up to 10% of the market demand, but due to prolonged infringements in the plant, SCC had not lived up to the required expectations. Our products are scarce and not feasible in the market, these issues are presently being addressed and we are optimistic that going forward we shall be able to re-position our brands back to the market to the complete satisfaction of our teeming users who crave for our Flour, the colorful days shall soon return. The 50 Tons per day corn milling plant is also not spared.

The blending of durum and soft wheat is the practice in Cameroun, the combinations of the efforts of our people, the plant and raw materials employed gives us very good quality flour products that we are always proud of. We offer to the market through direct sales to wholesalers and bakers 3 types of flour brands:

- **Premium flour called K-BREAD**
- **Mid range flour called PAIN DORE**
- **Donuts flour called MAKALA**

Our plant being one of the small ones around, our staff strength presently stands at 82 people distributed in 4 directions (Commercial, Production, Technical and Administrative and Financial). We operate regularly with shift and external handlers.

Planned regular maintenance and the periodic fumigation of the plant ensure an insect free environment, and secure the quality of our Products.

THE INFRASTRUCTURES AT THE FACILITY ARE AS FOLLOWS

Plants, machineries and equipment for off-loading grains

These are specialized heavy equipment used in sucking the wheat grains from the vessels, directly into



trucks for delivery or into conveyors, through which the grains are transferred into the Storage Silos. The equipment is usually mobile in design, complete with generator, suction pump, aspirators and conveyors. They are usually called by the designers' name. Ours is a 250 Tons/hrBerga plant.

Storage silos for receiving grains

These are structures designed to store grains and other materials in bulk or powder form. Ours are the cylindrical types made of special alloy coated steel materials. We have 6 nos of 5000 Tons capacity each.

Storage bins for finished products

These are structures designed to store powder or granular materials in bulk. Ours are the cylindrical types made of treated sheet metals with metal supports to firm the entire structure. We have 10 nos of 80 Tons capacity each.

Drying plant and equipment

This plant consisting of heating chambers for grain drying, elevator, conveyor and holding vat (silo) is employed for the drying requirement of corn grains before processing for milling.



>

4

>

Water treatment plant

The water used in dampening the wheat after the first cleaning to raise the wheat to the desired moisture level is usually treated by a filtering system, and addition of essential chemicals in this plant.

Milling machines for the processing of the grains into Flour

Flour Milling is a complex repetitive process of converting the Wheat into Flour, the dirty wheat or raw wheat from the Storage silos are blended in the required ratio (depending on targeted product) then conveyed to the Cleaning House, where the impurities (chaff, stones, metals, and others) are removed before some quantity of measured or calculated water is sprayed to the cleaned wheat as required. The so dampened wheat is left in the storage bins (Conditioning Bins) for hours (12 to 24 depending on the hardness of the blend) to sufficiently allow the added water to permeate into the cleaned wheat. The dampened wheat is conveyed to the mill for milling, various machines used in the process here includes the Roller Mills, Plan sifters, Airlocks, Bran Finishers, Detachers, Blowers, Conveyors, Filter Assembly, Suction Fans and Scales. This process converts the milled wheat into Flour, and Bran (SON and Remoulage)

Milling machines for the processing of corn into grist

The process is similar to the wheat milling process, but shorter and more complex, necessitating fewer machines.

Laboratory

The laboratory is the facility that provides a complete and continues quality checks on the raw materials, production, and finished products to guaranty that quality parameters are maintained as set by management as specified in the standards set by the regulatory authorities. The machines in our Lab include: the Lab Mill, Lab sifters, Alveograph ma-

chine, Ash burner, Falling No machine, and Inframatic machine.

Bakery

A small in-house bakery stuffed with a Dough Mixer, a moderate size Oven, Dough Proofing chamber, cutting table and Presser. The Baker confirms the baking quality of our products before sending them out to the trade.

Computer monitoring and panel rooms

The milling operations are monitored and controlled by an integrated PLC system of Computer code named A.U. SUPERVISOR that has inputs from all the production scales; the B1 Scale, Flour Scale, SON Scale, and the Remoulage Scale. The Panel Rooms houses the panels, and all the control units in plant.

Weighing Station

The weighbridge captures the weights of our incoming supplies and our deliveries.

Machines and equipment for bagging finished products and the by-products

The Carousel (4-spouts) bagging machine is used to bag the Flour products (25kg & 50kg sacs), Single spout bagging machines are used to bag the by-products in 30kg - Remoulage and 40kg - SON. Conveyors and Stitching machines also present there.

Maintenance workshop

For the maintenances of the Mills, and the entire Plant, our Maintenance team operates from their workshop equipped with both electrical and mechanical tools and apparatus, these includes: Work benches, Table vices, Drilling machines, Grinding machines, Welding machines, and tool boxes.

Administrative office block

This is the offices block housing the operational offices for the management, accounting, commercial, and IT ■



PAUL LAPOIN MBEUMO

Infirmier à l'Unité médicale de l'UCB

LA PREVENTION DU PALUDISME DANS NOTRE ENVIRONNEMENT

48

▶ Le paludisme est une maladie endémique au Cameroun. Il est à l'origine de plusieurs cas d'arrêt de travail dans les entreprises et entraîne des manques à gagner pour celles-ci et pour leur personnel. Notre entreprise n'est pas en reste et c'est tout l'intérêt de cet encart sur la prévention.

DÉFINITION

Le paludisme ou malaria est une maladie infectieuse potentiellement mortelle due à plusieurs espèces de parasites appartenant au genre plasmodium. Il se manifeste par la fièvre et des troubles digestifs et se transmet à l'Homme essentiellement par la piqûre d'un moustique (l'anophèle femelle) infecté et, plus rarement, lors de la transfusion sanguine ou par transmission mère-enfant pendant la grossesse.

A-ÉPIDÉMIOLOGIE

Le paludisme est l'infection parasitaire la plus répandue dans le monde, notamment dans les pays d'Afrique tropicale au sud du SAHARA où il représente la première cause de morbidité.



Fig 1 : Principaux foyers du paludisme à plasmodium Falciparum dans le monde.



B-MODE DE TRANSMISSION

Le paludisme est transmis à l'Homme par la piqûre de l'anophèle femelle, elle-même infectée après avoir piqué un Homme impaludé: la femelle en prenant le repas de sang nécessaire à sa ponte, injecte le parasite à son hôte.

Cette transmission dépend aussi des conditions climatiques qui peuvent influencer sur l'abondance et la survie des moustiques, telles que le régime des précipitations, la température et l'humidité. Dans plusieurs cas, la transmission est saisonnière avec un pic pendant ou juste après la saison des pluies.

C-LES SYMPTÔMES

Le paludisme se manifeste généralement par :

- La fièvre, souvent élevée et accompagnée de frissons, de sudation, de douleurs dans les muscles et les articulations.
- Les maux de tête
- La fatigue
 - La toux (chez 20 à 30% de personnes)
 - Les nausées et vomissements

- La diarrhée (chez 20 à 30% de personnes) Ces symptômes apparaissent au bout de 10 à 15 jours après la piqûre du moustique chez une personne non immunisée

. Si le malade n'est pas traité dans les 24 heures, le paludisme à plasmodium Falciparum peut évoluer vers une affection plus sévère souvent mortelle. Les enfants atteints développent fréquemment les symptômes suivants : anémie sévère, détresse respiratoire, paludisme cérébral...

D-LA PRÉVENTION

La prévention est différente selon que vous êtes voyageur ou que vous vivez en zone impaludée.

Dans les régions impaludées, l'élimination des moustiques et la protection individuelle contre leurs piqûres constituent le principal moyen de lutte contre le paludisme. Cette lutte dite anti vectorielle permet de réduire la transmission de la maladie ; elle repose sur deux méthodes :

- a) L'utilisation de moustiquaires imprégnées d'insecticide (MILDA) sous lesquelles toutes les personnes exposées devraient dormir, l'utilisation des répulsifs cutanés ou d'insecticide à diffusion continue.
- b) Les pulvérisations d'insecticide à effet rémanent dans les habitations dont l'efficacité dure 3 à 12 mois selon le type de produit utilisé.

La chimio prophylaxie : c'est l'utilisation de médicaments anti paludiques à visée préventive.

Les personnes concernées ici sont :

- Les enfants de moins de 05 ans
- Les femmes enceintes (Traitement préventif intermittent)
- Les voyageurs

Le traitement précoce des malades a également un effet bénéfique sur la transmission du paludisme.



E-PRÉVALENCE DU PALUDISME À UCB EN 2019

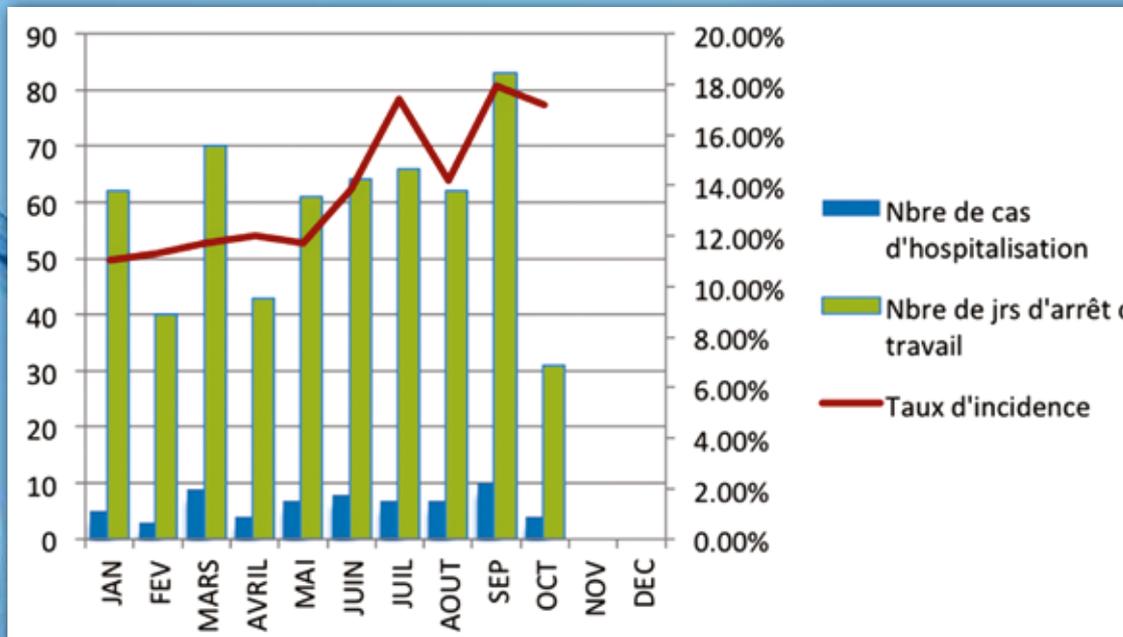
ÉVOLUTION DU TAUX D'INCIDENCE DU PALUDISME AU COURS DE L'ANNÉE 2019

LE NOMBRE DE JOURS D'ARRÊT DE TRAVAIL ENGENDRÉS PAR CELUI-CI

Mois de l'année	JAN	FEV	MARS	AVRL	MAI	JUIN	JUILL	AOUT	SEP	OCT	NOV
Nbre de nouveaux cas	38	38	42	35	41	46	69	57	70	38	
Les cas avec arrêt de travail	14	13	17	12	12	14	13	14	21	7	
Taux d'incidence	11,04%	11,30%	12%	11,98%	11,74%	13,85%	17,42%	14,21%	17,94%	17,19%	
Nbre de consultations	344	292	359	292	349	332	396	401	390	221	
Nbre de cas d'hospitalisation	5	3	9	4	7	8	7	7	10	4	
Nbre de jrs d'hospitalisation	21	11	36	13	26	31	24	24	33	14	
Nbre de jrs d'arrêt de travail	62	40	70	43	61	64	66	62	83	31	

Effectif travailleurs **1300**

Mois de l'année	JAN	FEV	MARS	AVRL	MAI	JUIN	JUILL	AOUT	SEP	OCT	NOV
Taux d'incidence	11,04%	11,30%	12%	11,98%	11,74%	13,85%	17,42%	14,21%	17,94%	17,19%	
Nbre de cas d'hospitalisation	5	3	9	4	7	8	7	7	10	4	
Nbre de jrs d'arrêt de travail	62	40	70	43	61	64	66	62	83	31	



OBSERVATIONS

L'Union Camerounaise de Brasseries pratique déjà la lutte anti vectorielle par la pulvérisation d'insecticides à effet rémanent au moins 02 fois par an ; la dernière ayant eu lieu en septembre 2019).

Une autre méthode préventive utilisée chez nous est le traitement précoce des cas qui viennent consulter à temps mais nous devons davantage apprendre à utiliser les moustiquaires imprégnées dans nos domiciles, en bannissant l'idée selon laquelle « la moustiquaire chauffe » ou bien « la moustiquaire étouffe »



DEC	TOTAL	Moyenne		
	469	39,0833333		
	137	11,4166667		
			Taux de prévalence	360,769231‰
	3376	281,3333333		
	64	5,33333333		
	233	19,4166667	Taux de morbidité spécifique	29,2307692‰
	582	48,5		

DEC

A

Sensibilisation :

RECONNAÎTRE LE PALUDISME !

B

Prévention contre les piqûres :

CONTRÔLER LES MOUSTIQUES !

C

Chimio-prophylaxie :

UTILISER UNE MÉDICAMENT PRÉVENTIVE !

D

Diagnostic :

DÉTECTER LE PALUDISME !

REMARQUE

Le taux de prévalence du paludisme à l'UCB est aujourd'hui de 360 ‰ pour un taux de morbidité de 29,23‰. Nous avons déjà enregistré 469 cas de paludisme depuis le mois de janvier 2019 pour, soient 137 cas avec arrêt du travail y compris 64 cas d'hospitalisation (Voir tableau)

de



JEAN BORIS BESSALA WONO

Acting Trade Marketing Manager UCB

Street Invasion 2019

**FAIRE VIVRE UNE
EXPERIENCE UNIQUE A NOS
CONSOMMATEURS**

52

▶ Dans un environnement brassicole hautement concurrentiel, les activations BTL sont de plus en plus appréciées du grand public. De ce fait, nous nous sommes lancés dans cette mouvance avec une démarche de recrutement et de fidélisation des consommateurs en participant à de grands rendez-vous culturels dans le pays. Le mécanisme de déploiement reposait sur le triptyque simplicité-authenticité-qualité supérieure à la camerounaise.

Après benchmarking, il ressort de nos différents rapports que les habitudes des consommateurs, le style d'activité et les centres d'intérêt ont progressivement évolué. Nous notons des variables par type de consommateur et zone, mais dans l'ensemble tout se résume en deux mots : « **réjouissance** » et « **affirmation de soi** ».

Comment donner à la plus grande tranche d'âge de consommateurs (les jeunes) l'opportunité de se détendre et de démontrer leur supériorité tout en recrutant de nouveaux consommateurs et en suscitant l'envie d'essayer des produits camerounais de qualité supérieure?

Comment faire vivre une expérience inoubliable à des consommateurs sur leurs lieux habituels de consommation ?

Ces deux interrogations ont nourri la création de l'activité « Street Invasion » avec comme objectifs majeurs :

1. Créer des points de rassemblement à travers des animations car-podium ;
2. Déployer des hôtesse haut standing dans les points de vente habituelle de consommation pour communier avec les consommateurs;
3. Faire déguster certains de nos produits peu connus du grand public ;
4. Faire vivre une expérience inoubliable aux consommateurs à travers l'organisation de deux concerts dans leurs lieux habituels de consommation ;
5. Impacter 8000 consommateurs de produits brassicoles avec nos actions et une communication essentiellement digitale.



Pour cela, 04 villes ont été choisies pour accueillir cette première édition : Douala, Yaoundé, Kribi et Ba-foussam. Tout d'abord, il fallait choisir de façon stratégique les marques à mettre en avant :

K44 : Le symbole du raffinement à la Camerounaise, et d'une authenticité affirmée

MADIBA : une eau minérale idéale pour nos besoins davantage ancrée dans les habitudes de consommation

SPECIAL LIMONADE : Saveur unique sur le marché, et boisson gazeuse préférée des consommateurs de spiritueux qui l'utilisent à souhait comme allongeur

Au total, 48 animations car-podium K44 réalisées en 08 semaines pour une communion effective avec 6250 consommateurs, un déploiement de 55 hôtesses K44 dans les points de ventes pour deux mégas concerts réalisés l'un à l'esplanade du stade omnisport de Yaoundé et le second au stade Marion

à Douala. Sur la scène, 05 artistes (Dj Sylver - Mink's - Magasco - Mr Leo & Naith Cool).

A travers cette expérience, nous avons eu la participation d'une foule bien plus nombreuse que prévue, soit un pourcentage de participation de plus de 260%. Résultats d'une communication uniquement digitale à fort impact, grâce notamment aux multiples partages des publications sur les réseaux sociaux.

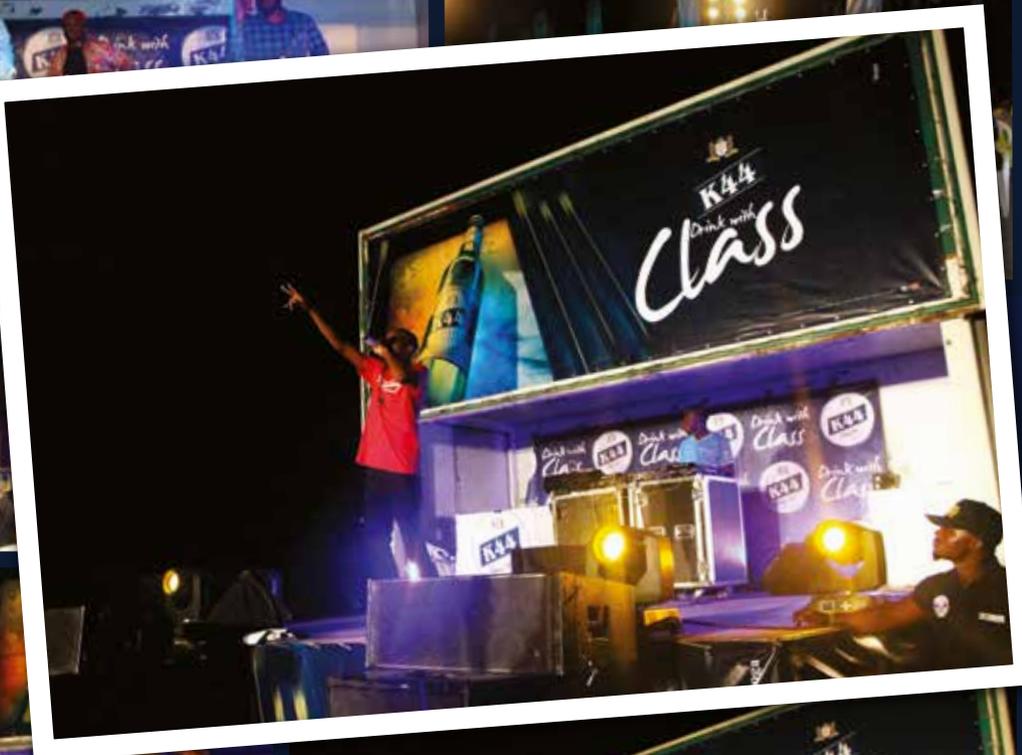
Au final, 12 439 personnes impactées à travers les différentes actions.

Suite à cette activité, nous observons une croissance des ventes sur les différents produits concernés, et - ce qui est le gage de la construction des marques - sur le long terme

Nous attendons donc l'année 2020 de pied ferme, avec la certitude d'être dans la bonne direction autant avec nos clients que nos consommateurs, de plus en plus nombreux ■



Street Invasion 2019





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



*Célébrons ensemble la nouvelle année !
Happy 2020*



**CERTIFIÉE ISO 9001-2015
PAR PECB MS**



MARCEL POUNLEVÉ

Correspondance Particulière

Special Vacances BANA 2019

56

Du 03 au 31 Août 2019, l'Arrondissement de BANA a vibré au rythme de l'activité dénommée « Spéciales Vacances BANA 2.0. »

Sous le parrainage de la Commune de BANA, la Fondation **FU'A TOULA KADJI DEFOSSO** en Hommage au Patriarche Bâtitseur a offert aux jeunes et à toutes les populations de l'Arrondissement un mois plein d'émotions et de moments mémorables.

Le Championnat de Football **FU'A TOULA KADJI DEFOSSO** a été la principale attraction de ce concept qui alliait Sport, Culture et Loisirs pour des vacances actives, le Stade Municipal de BANA étant le théâtre de cette grande fête sportive.

Le tournoi a été lancé lors d'une réunion de concertation avec les responsables, joueurs et supporters des différentes équipes le 02 Août 2019 dans la salle des fêtes de la commune de BANA

Cette rencontre était présidée par Monsieur le Sous-Préfet de l'Arrondissement de BANA en présence de Monsieur le Maire, du Commissaire de sécurité publique, du commandant de brigade, des délégués d'arrondissement des Sports et de la Jeunesse, des dignitaires traditionnels et du président du comité d'organisation. La particularité du tournoi était la prise en charge complète des affiliations des équipes engagées par la Fondation Fu'a Toula, la gratuité des licences, la dotation en équipements et en eau MADIABA.





Douze équipes réparties en 3 poules de 4 équipes chacune ont pris part à la compétition à savoir AIGLE DU NORD, BAKASSA, BANDOUMLA, BAPAH, BAPOUH, BATCHA FC, BASSO, GOD FEARING BOYS, LUMIÈRE DE FOUUBE, TENTCHEU, TOULA, VALLÉE DE BANA.

Le 03 Août 2019, la cérémonie d'ouverture riche en couleurs avec défilé des douze équipes et animations diverses a officiellement lancé la compétition ; le match d'ouverture disputé devant environ mille spectateurs opposant BATCHA à BANDOUMLA s'est soldé sur un score de parité d'un but partout.

Après 24 matchs âprement disputés, VALLÉE DE BANA et BASSO ont gagné leur ticket pour la grande finale disputée le 31 Août 2019 devant plus de 1 500 spectateurs, avec en bonne place Monsieur le Sous-préfet de BANA, le Maire de BANA, le roi BANA sa majesté SIKAM HAPPY V entouré de ses notables et les Forces de Maintien de l'ordre. Malgré la pluie battante, le spectacle était de bonne facture surtout grâce au talent ...





de quelques joueurs de l'Élite two présents dans les deux équipes. VALLÉE DE BANA s'est détachée en première période avec 2 buts dignes du top five mondial.

A la mi-temps, Cabrel NANJIP a offert une prestation annonçant le grand show programmé juste après la remise des trophées. En deuxième période et contre le cours du match, BASSO parviendra à réduire le score, mais la supériorité de VALLÉE DE BANA était tellement nette que, sans la maladresse de ses attaquants gênés il est vrai par l'état du terrain, le score aurait pu être plus lourd. Au terme des 90 minutes, VALLÉE DE BANA sera sacrée Championne de cette première édition sur le score de 2 buts à 1 aux dépens de BASSO.

Le trophée du Fair-play est revenu à GOD FEARING BOYS, le titre de meilleur joueur de la compétition a été décerné à DEUGOUE de VALLÉE DE BANA, le titre de meilleur buteur de la compétition quant à lui est revenu à PASSIAH Stanislas de VALLÉE DE BANA qui a inscrit 8 buts en 6 matchs.

Un grand concert artistique avec la participation de la Rémé STAR, des artistes locaux, MARKUS, CABREL NANDJIP, JANEA POLH' ANRI, DUC-Z, NONO FLAVY, DJ CYRIUS BLACK, MINKS a ponctué cette grande célébration à la grande joie des populations de BANA qui ont loué l'initiative et remercié la Fondation **FU'A TOULA KADJI DEFOSSO** ■



SPECIAL PARC D'ATTRACTION 2019



EMMA KAMTCHUENG

Brand Manager « Special Pamplemousse »

60



▶ Dans le souci de permettre aux tout-petits de passer les fêtes de fin d'année de façon « Unique & Spécial », l'Union Camerounaise de Brasseries a gracieusement mis un parc d'attraction à leur disposition.

Situé au quartier Bonamoussadi dans le cinquième arrondissement de Douala au lieu-dit face JC, le parc a ouvert ses portes le 14 décembre 2019

sous le regard bienveillant des parents, des hôtes et autres agents de sécurité.

Pour mettre de la joie dans le cœur des tout-petits, il y avait entre autres, des gonflables, des jeux de société et même une grenouille Goliath, le tout rythmé par la musique que distillait un car podium géant.

Il faut quand même avouer que les jeux ayant créé le plus grand engouement sont ceux de notre enfance typiquement africaine : la

7



marelle jouée par les enfants à travers le monde, et le « N'dochi », qui consiste à éviter un objet (Ballon, chaussure...) lancé par 2 personnes entre lesquelles les enfants se regroupent

Sur le site dont l'accès était gratuit, les enfants avaient le choix entre de l'eau minérale Madiba et l'une des boissons gazeuses de la gamme « Spécial Drinks » (Spécial Pamplemousse, Cola, Orange, Grenadine, Limonade) dont le service

était assuré par une vingtaine d'hôtesse.

La sécurité quant à elle était assurée par une quinzaine d'agents veillant au grain et renforcés par des éléments des forces de l'ordre.

Du 14 décembre 2019 au 1er janvier 2020, le parc d'attraction Spécial Drinks a reçu la visite d'environ 8250 enfants ; un chiffre qui illustre le taux d'affinité mais surtout le degré de confiance que les parents placent en nous.

Le parc « Special » est le cadeau de l'Union Camerounaise de Brasseries aux enfants de Douala, pour leur offrir un environnement naturel de gaieté et d'ouverture, loin des écrans et autres stimuli du monde moderne.

Tout s'est achevé de la plus belle des manières, et rendez-vous a été pris en 2020 sur un air de danse au son de «Feel Fresh, Feel Young, Feel Special»■

MERRY
Christmas



LUCIE SANGAM

Présidente de la Fondation Fu'a Toula KADJI DEFOSSO

L'ARBRE DE NOEL 2019 DU GROUPE KADJI

62

Le 27 décembre 2019 s'est tenue la traditionnelle cérémonie de l'Arbre de Noël du Groupe KADJI qui a regroupé pas moins de 450 enfants, dont les parents sont employés à UCB, AGC, Chimède Immobilier, Polyplast, SCC, SOPROTRANS, SCTL, Kadji Sports Academy, entre autres.

Parrainée par la Fondation Fu'a Toula KADJI DEFOSSO, la cérémonie de l'Arbre de Noël 2019 s'est déroulée en plusieurs actes.

Tout d'abord, l'arrivée et l'accueil des tout-petits (de 1 à 14 ans) à l'usine de l'Union Camerounaise de Brasseries. Ensuite leur transport en autobus climatisés vers le théâtre des opérations, la Kadji Sports Academy.

La cérémonie a gagné en intensité à travers plusieurs jeux et attractions qui ont permis aux enfants de s'exprimer notamment dans le chant, le sketch, la danse, la musique, des activités d'éveil, indispensables à l'équilibre des enfants.

L'arrivée du Père Noël sous les acclamations des parents et des enfants a donné lieu au ballet de remise de cadeaux, ponctué par les traditionnels souhaits de « Joyeux Noël » aux tout- petits.

Rendez-vous a été donné à tous en Décembre 2020, pour une fête encore plus belle ■





21+

UNION CAMBODGIENNE DE BRASSERIES
SÉRIOSITÉ - INTÉGRITÉ - COURAGE
CONSOMMATION INTERDITE AUX MOINS DE 21 ANS



iboga

Drink with
Class

Janvier - January

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
	1	2	3	4	5	
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Février - February

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

Mars - March

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Avril - April

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Mai - May

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Juin - June

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Juillet - July

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Août - August

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Septembre - September

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Octobre - October

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Novembre - November

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Décembre - December

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Mon.	Tue.	Wed.	Thu.	Fri.	Sat.	Sun.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

1 Janvier: Premier de l'an - 11 Février: Fête de la jeunesse - 14 Février: Saint-Valentin - 12 Avril: Dimanche de Pâques - 15 Avril: Lundi de Pâques - 1 Mai: Fête du travail - 20 Mai: Fête Nationale - 21 Mai: Assommoir - 31 Mai: Dimanche de pentecôte - 1 Juin: Lundi de Pentecôte - 15 Août: Assommoir - 25 Décembre: Noël - 31 Décembre: Saint-Étienne