

# La Capsule

Journal d'entreprise des brasseries du gabon N° 16 - Avril - Juillet 2015

## LA MAÎTRISE DU MARCHÉ

NEWS GROUPE

MODERNISATION  
DE L'OUTIL DE  
PRODUCTION  
**DU NEUF DANS  
LES USINES  
SOBRAGA**

ÉVÈNEMENT

**XXL FAIT LE  
PLEIN DE  
TESTOSTÉRONE  
AU CASINO !**

RENCONTRE

RENCONTRE AVEC  
**CÉDRIC REKOULA,**  
RESPONSABLE  
COMMERCIAL



Sobraga |   
Les Brasseries du Gabon

**NOUVEAU**

**SLIM CAN • 25CL**

**BOOSTER**



AFINITÉS McCANN

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé • À consommer avec modération

**DE L'EXOTISME EN BOITE !**



# Fabrice BONATTI

Chers Lecteurs, Chers Collaborateurs,

Notre pays le Gabon est en pleine mutation, sur un continent vers lequel se tourne le regard de tous les investisseurs.

L'émergence est en marche, cela ne fait aucun doute. La stabilité économique, politique et sociale, une inflation maîtrisée, une dynamique économique, une croissance tendancielle du PIB, un secteur privé dynamique, un système bancaire fiable, un cadre fiscal stable et incitatif, un cadre réglementaire de qualité, une administration crédible, voilà autant d'atouts dont peut s'enorgueillir notre Pays et qui le placent définitivement en tête d'une course à l'émergence que beaucoup d'autres nous envient. Cette confiance dans le potentiel de notre Pays s'illustre au sein des Brasseries du Gabon au quotidien.

Nous avons mené une politique massive d'investissement qui nous arrime aux plus hauts standards de qualité sur l'ensemble de nos six sites de production. Nous sommes armés pour la décennie à venir pour répondre à la demande, élargir notre offre, exporter et viser les certifications qualité les plus exigeantes. C'est ce que nous faisons et allons continuer à faire.

Nous avons élargi notre offre en proposant une gamme toujours plus complète, innovante et créatrice de valeur. Cela nous permet de verrouiller le marché. Si nous lui proposons ici ce qu'il attend au bon prix, pourquoi le consommateur irait-il chercher ailleurs ?

Le dernier exemple emblématique de cette stratégie est le lancement de la REGAB en Boîte 50cl qui a largement surpris et affaibli la concurrence ! Encore un magnifique succès à inscrire au crédit de toutes les équipes, je vous en félicite.

Nous avons mené une politique sociale de progrès pour tous où le mérite individuel doit être reconnu et récompensé, exercice complexe mais que nous améliorions continuellement.

La dernière décennie sociale a d'ailleurs très bien été illustrée dans une récente livraison de notre magazine d'entreprise.

Nous avons enfin développé une RSE et une politique environnementale bien au-delà des exigences réglementaires. La mise en place de stations de traitement des eaux usées, le recyclage de nos déchets verre, ferraille, aluminium, huiles usagées, sont autant d'exemples concrets de nos engagements. Nous agissons souvent en faveur de l'environnement quand beaucoup d'autres se contentent d'en parler.

La fin de l'année approche, nous avons encore beaucoup de défis à relever et de projets dans nos tiroirs pour continuer ensemble à engranger des succès qui nous permettront d'affronter l'avenir sereinement.

Quand nous analysons parfois nous nous inquiétons mais quand nous comparons nous nous rassurons!

Nous sommes mieux au Gabon qu'ailleurs et mieux à Sobraga qu'ailleurs !

**Directeur de Publication :**

Fabrice BONATTI

**Directeur de rédaction :**

Joël GALLATO

**Rédacteur en Chef :**

Johann FREIXAS

**Secrétaires de rédaction :**

Nathalie CASTANE

**Conception graphique :**

Afreebrain

**Impression :** EGO Édition

**Tirage :** 1500 ex.



Ce magazine est entièrement  
imprimé sur du papier recyclé



# Castel Beer



*Le goût de la réussite*

# SOMMAIRE



## NEWS GROUPE

REGAB CANETTE : LA NOUVELLE STAR ! .....	06
MEDAILLES DU TRAVAIL : LES CACIQUES AU PINACLE ! .....	06
MODERNISATION DE L'OUTIL DE PRODUCTION DU NEUF DANS LES USINES SOBRAGA .....	07
SOBRAGA FC INSTOPPABLE ! .....	08

## ÉVÈNEMENT

XXL FAIT LE PLEIN DE TESTOSTÉRONE AU CASINO ! .....	09
BOOSTER : UNE VICTOIRE NETTE POUR LA PLUS SEXY DES CANETTES ! .....	10
CASTEL BEER : LA TROPICALE 2015 EN IMAGES .....	11
GUINNESS LANCE LA « BLACK ATTITUDE » .....	12
<b>ORANGINA SECQUE LIBREVILLE</b>	
LES DANSES URBAINES GABONAISES A L'HONNEUR... ..	14
...ET LA MODE EN FÊTE ! .....	16

## DOSSIER

SERVICE COMMERCIAL : MAÎTRISER LE MARCHÉ .....	18
--	----

## RENCONTRE

RENCONTRE AVEC <b>CÉDRIC REKOULA</b> , RESPONSABLE COMMERCIAL .....	20
3 QUESTIONS À <b>CHRISTIAN BITOME</b> , CHEF DES OPÉRATIONS .....	22
3 QUESTIONS À <b>ARSÈNE MEZUI</b> , CHEF DE RÉSEAU VAE .....	24
3 QUESTIONS À <b>JURÈS NDONG</b> , CHEF DE RÉSEAU PARTENAIRES .....	25

## FOCUS

SERVICE MAINTENANCE LES GARANTS DE LA PRODUCTIVITÉ DES USINES .....	26
---	----

## COIN DE LOENOLOGUE

QUELS VINS POUR QUEL PLAT ? .....	28
-----------------------------------	----

## ÇA MIJOTE

QUEUE DE BOEUF À LA RÉGAB .....	30
---------------------------------	----

## ÇA BOUGE

LES NOUVEAUX EMBAUCÉS .....	32
LES DÉPARTS .....	34

ÇA DÉTEND .....	38
-----------------	----



## REGAB CANETTE : LA NOUVELLE STAR !

*Lancée en tout début d'année sur le marché, la canette 50cl REGAB a rencontré un succès fulgurant auprès des consommateurs.*

On avait senti le changement arriver en 2014 avec le lifting de l'étiquette REGAB, mais le début d'année 2015 a marqué les esprits sur l'étendue du territoire national avec l'arrivée de la REGAB en canette 50cl ! Accompagnée par une campagne de communication appréciée et la remise au goût du jour de la célèbre « Maman Regab » de Michel Nzamata, la canette REGAB 50cl est devenue en moins de 2 mois la vedette des consommateurs.

Produite grâce à l'acquisition de la nouvelle ligne PET de dernière génération, qui permet également la fabrication de canette 25 cl, la canette REGAB 50cl voit ses volumes croître de manière constante depuis son lancement sur le marché. Un pari réussi pour la Sobraga, et un satisfecit total pour les consommateurs.



IBUS



## MODERNISATION DE L'OUTIL DE PRODUCTION DU NEUF DANS LES USINES SOBRAGA

### OWENDO : UN SYSTÈME FROID FLAMBANT NEUF...

Les conteneurs frigorifiques qui étaient alignés à l'extrémité de l'usine ont disparus depuis quelques mois, au profit des nouveaux magasins/chambres froides aménagés dans le nouveau bâtiment du service Achats ! Une installation flambant neuve, répondant aux normes sanitaires internationales les plus strictes, nous permet désormais une gestion optimale de nos intrants (sirops, extraits, etc.). Ces installations utilisent de surcroît une nouvelle technologie moins énergivore, permettant d'alléger la consommation d'électricité, et donc de limiter le « coût carbone » de nos productions. Un pas de plus vers les certifications sanitaires et environnementales en cours !

### ... et un nouveau quai très opérationnel !

De l'autre côté du bâtiment, une immense cours surplombée d'une rangée de bureaux accueille désormais chaque jour le bal des camions-remorques qui viennent déposer les consignes, et s'approvisionner en produits finis. Le nouveau quai de chargement, qui peut désormais accueillir six remorques en même temps (soit trois fois plus qu'auparavant), a permis de presque doubler les cadences de chargement, avec des records avoisinants 80 remorques/jour atteints en Juin dernier. Une vraie révolution dans l'efficacité du département logistique, et dans la qualité du service aux clients !



### OYEM INAUGURE SON NOUVEAU LABO

L'usine d'Oyem a inauguré en Mai dernier son nouveau laboratoire, en présence du directoire de Libreville, venu visiter les lieux pour l'occasion. Edifié en annexe indépendante au corps de l'usine, et répondant aux nouvelles normes internationales en vigueur, le nouveau laboratoire, entièrement rééquipé, permet désormais un contrôle optimal de l'ensemble des intrants, ainsi que des produits à chaque étape de la production et de l'emouteillage.





## MEDAILLES DU TRAVAIL LES CACIQUES AU PINACLE !

*La SOBLAGA célébrait en grande pompe vendredi 3 Juillet dernier à l'hôtel Okoumé Palace la décoration de ses agents de la médaille du travail. Parmi les impétrants, le Directeur Général, Fabrice Bonatti, décoré de la médaille d'argent pour ses vingt années à la tête des brasseries gabonaises.*

Faste et convivialité étaient au rendez-vous le 3 Juillet dernier à l'hôtel Okoumé Palace de Libreville, où la Société des Brasseries du Gabon (SOBRAGA) célébrait la décoration de 79 agents pour leurs parcours au sein de la société.

Débuté en matinée, la cérémonie a été présidée par le ministre du Travail, Simon NTOUTOUME EMANE, qui a personnellement décoré les impétrants, notamment 13 récipiendaires de la médaille d'or (30 ans), 34 pour l'argent (20 ans) et 22 pour le bronze (10 ans). Parmi ces derniers, le Directeur Général, Fabrice Bonatti, tenait la vedette, recevant une médaille d'argent pour ses 20 années passées à la tête de la SOBLAGA.

Dans son allocution, le Directeur des Ressources Humaines, Guy Essono, a fait l'éloge « des valeurs de famille, de citoyenneté, de professionnalisme et de respect des hommes » dont a toujours fait preuve le Directeur Général, et qui permettent à la SOBLAGA de demeurer, après près de 50 années d'existence et six sites de production à travers le pays, une référence en matière de dialogue social.

La fête s'est poursuivie dans une ambiance très conviviale avec la remise des cadeaux, ainsi que les prestations très appréciées de Bénédicte Andeme et Arnaud Eyaga.





**Castel**  
Beer

TOUT TRAVAIL  
MÉRITE SA  
BIÈRE



*Cameroun, Sénégal,  
République centrafricaine,  
Maurice, Angol*

*République démocratique du Congo,  
Cameroun, Sénégal,  
République centrafricaine,  
Maurice, Angol*

*Le goût de la réussite*



## AU REVOIR M. HUFNAGEL !

### LE DIRECTEUR INDUSTRIEL DU GROUPE CASTEL GABON, RICHARD HUFNAGEL, PART POUR UNE RETRAITE BIEN MÉRITÉE, APRÈS 17 ANNÉES AU SERVICE DU GROUPE CASTEL.

*C'est avec émotion que les agents de la Sobraga, notamment les principaux collaborateurs de la Direction Industrielle, se sont réunis le 28 Août dernier au Golf Club de Libreville pour dire au revoir à Richard Hufnagel.*

Une cinquantaine d'agents sont venus communier avec le Directeur Industriel pour un repas d'au revoir, au cours duquel le président du syndicat, Jean Claude Bekalé, le Directeur d'Usine Libreville, Hervé Youssouf, ainsi que le nouveau Directeur Industriel, Damien Houze, ont tour à tour dressé le bilan de ces quatre années passées, et rendu hommage au travail accompli par M. Hufnagel. Son successeur aura notamment noté qu'il aura été un bâtisseur au sein de la Sobraga, menant à bien de nombreux grands chantiers à travers les différents sites de production au Gabon.

Affecté au Gabon depuis quatre années, Richard Hufnagel quitte le Groupe Castel après 17 années de bons et loyaux services au cours desquelles il aura pu mettre son savoir-faire à profit dans plusieurs pays du Groupe. Auparavant maître brasseur à Stuttgart (Alle-





magne), il a été décoré par le Groupe pour son talent, et n'a depuis eu de cesse de déployer ses compétences dans les différentes filiales africaines du Groupe.

Il est remplacé dans ses fonctions de Directeur Industriel pour le compte du Groupe Castel Gabon par Damien Housez, auparavant Directeur d'Exploitation à Franceville.

Nous vous souhaitons, « M. Richard » de belles et longues années de retraite. Merci à vous.



Partage un  
Coca-Cola® avec...



#PartagezunCocaColaGA



# SOBRAGA FC INSTOPPABLE !

La belle victoire de SOBRAGA FC en finale du tournoi inter entreprise en Juillet dernier a été récompensée par un don d'un million de francs CFA de la Direction Générale.



La finale du tournoi de football inter-entreprises, initié par la SEEG, a sacré le 11 juillet dernier, après six journées de rencontre, l'équipe de la Société de brasserie du Gabon, SOBRAGA FC. Ce fut un match riche en actions. Les coéquipiers d'Ella Lambert ont trouvé l'ouverture à la 22e minute. En seconde période, Sobraga FC maintiendra la pression face à son adversaire. Quatre minutes après la reprise du challenge, sur un mauvais dégagement du gardien de la SEEG, le score sera porté à 3, jusqu'au coup de sifflet final de cette rencontre.

Une victoire nette, qui porte haut les couleurs de la société dans cette rencontre corporative. Pour fêter cette victoire et encourager les employés à s'investir dans ce type d'initiatives, le Directeur Général a fait un don d'un million de francs CFA à l'endroit des joueurs. *Rendez-vous sur la pelouse pour les prochaines échéances sportives !*



La plus énergisante des boissons, XXL, la soutenu le 6 Juin dernier au Casino l'élection du plus bel athlète à l'occasion de la soirée XXL FITNESS PARTY.

Pour une fois, les demoiselles étaient au premier rang au Casino Croisette pour élire la star de la soirée ! Après les célèbres élections de Miss Casino, les dames n'ont pas été oubliées, avec l'organisation de la XXL FITNESS PARTY au Casino Croisette de Libreville le 6 Juin dernier.

Cinq athlètes bodybuilders, au top de leur forme, sont venus faire une démonstration de leur corps sculptés dans le roc, devant un public majoritairement féminin, et visiblement conquis à l'événement.

Au terme de plusieurs épreuves, dévoilant chacune un peu plus leurs puissantes musculatures, les candidats ont été soumis à l'applaudimètre du public. Les vainqueurs ont remporté des dotations en boissons, et surtout de nombreuses admiratrices !



# XXL FAIT LE PLEIN DE TESTOSTÉRONE AU CASINO !



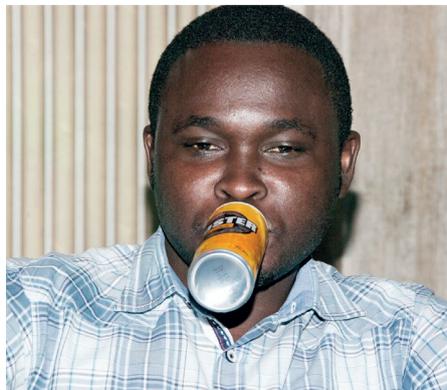


# BOOSTER : UNE VICTOIRE NETTE POUR LA PLUS SEXY DES CANETTES !

*BOOSTER Pina-Colada a réservé la plus sexy des surprises à ses aficionados pour l'été 2015, avec la sortie en grande pompe de la slim CAN 25cl !*



Sexy, pratique et exotique ! La nouvelle canette 25cl BOOSTER PinaColada a été lancée ce mois de Juillet dans les mini-dépôts de Libreville. Un franc succès pour la plus « caliente » des booster, qui annonce un relifiting du logo et des packagings à venir sur l'ensemble de la gamme.



Des opérations de sampling et des jeux concours ont été organisés dans les mini-dépôts/VAC de la capitale (les fameuses CNAMGS), où les clients se sont arraché la petite canette jaune !



# Sobraga |

Les Brasseries du Gabon

## Pionnier du développement durable au Gabon !

### LE CHOIX DE LA DURABILITE

Plus de 80% de nos boissons sont conditionnées dans des bouteilles en verre consigné, plus écologique et plus économique.

### DES INVESTISSEMENTS PIONNIERS

La Sobraga a mis en place depuis 2013 les premières stations de traitement des eaux usées du pays.

### L'INNOVATION AU SERVICE DE L'ENVIRONNEMENT

Mise en place des nouvelles technologies brassicoles moins énergivores grâce à un plan d'investissement constant sur l'outil de production.

### OBJECTIF 100% RECYCLE

Nos process innovants permettent le recyclage optimal de l'ensemble des déchets générés par notre activité en interne, et de développer des solutions de recyclage des emballages au niveau national.

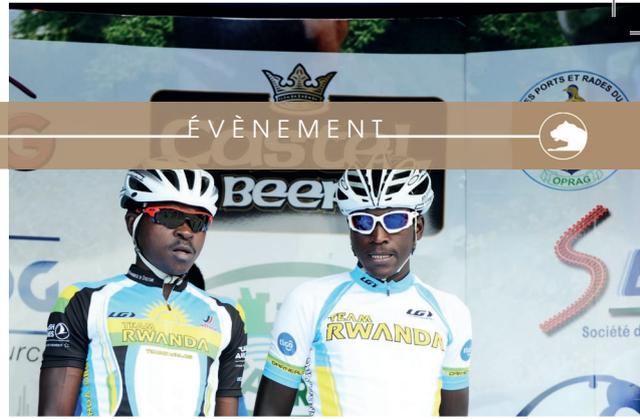


Raczkham |



Préserveons notre environnement





ÉVÈNEMENT



# CASTEL BEER LA TROPICALE 2015 EN IMAGES



Partenaire historique de la Tropicale Amissa Bongo, et sponsor officiel du cyclisme africain, CASTEL BEER, la bière panafricaine a célébré la grand-messe gabonaise du vélo en Février dernier. Un rendez-vous toujours haut en couleur, qui entraîne une effervescence grandissante jusque dans les localités les plus reculées du pays. Traditionnel sponsor de la meilleure équipe africaine, CASTEL BEER a été récompensée par d'excellents résultats des coureurs du continent.





GUINNESS  
LANCE LA  
« **BLACK  
ATTITUDE** »





A l'occasion de la sortie de sa nouvelle bouteille « Ariel », GUINNESS a mobilisé Libreville pour une grande fête au carrefour Rio le 13 Février dernier, autour de sa nouvelle campagne « Made of Black ». De l'énergie à revendre et de la créativité décomplexée au menu ! Avec des spots remarquables sur les télévisions gabonaises, associant arts urbains, performances et dépassement de soi, la campagne « Made of Black » a littéralement soulevé la foule. Le camion Made of Black a d'abord sillonné la ville, arborant une bouteille géante dans les principales artères de la capitale, pour finir son tour d'honneur au carrefour Rio où se sont enchaînées groupes de danses, chanteurs, humoristes, etc.

Une fête réussie pour GUINNESS, qui relève haut la main son défi marketing de modernisation de la marque et de rafraîchissement de ses valeurs !





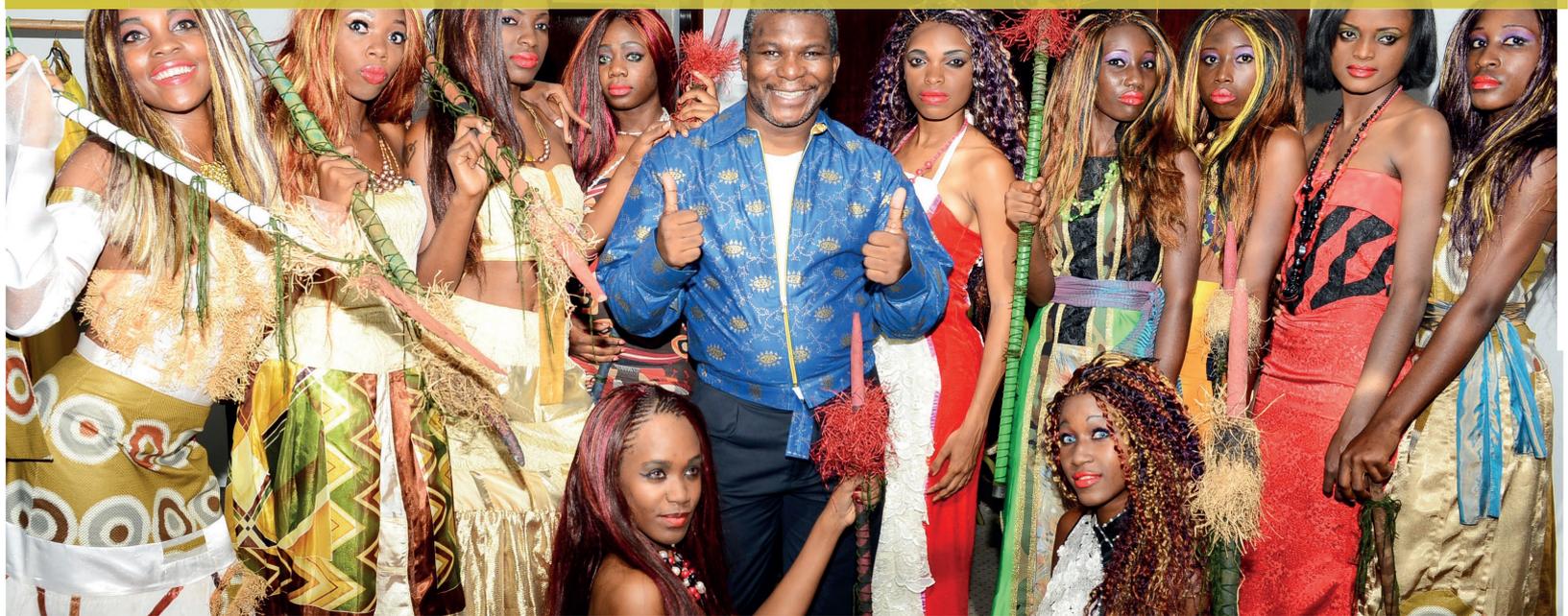
# ORANGINA SECOUE LIBREVILLE

## LES DANSES URBAINES GABONAISES A L'HONNEUR...

*Orangina a organisé avec la Fédération Gabonaise de Danses Urbaines (FEGADU) le 4 Juillet dernier au stade de Nzeng-Ayong un spectacle « 100% danse Gaboma ».*

Pour sa première édition, ce sont au total 22 groupes de danse qui se sont succédé sur scène, accompagnés de chanteurs tels que Bubal Bu Kombil et Jay RSPCT ME. Bôlô, Ntcham, Djazé, Ndem et autres Ikokou, rien ou presque n'a été épargné aux spectateurs, conquis par des styles aussi divers que variés, exécutés par les Gabao Kings, Eben Dance, Scorpion Dance-LBV, Nô Limit ou encore Mabe Crew. «Nous avons demandé aux différents groupes de danse urbaine de la capitale de préparer des chorégraphies sur des musiques du Gabon. Essentiellement des musiques d'artistes gabonais, dans tous les genres possibles, notamment sur des chansons de rap, dance-hall, RnB et même des musiques traditionnelles», a déclaré le président de la Fegadu, Dimitri Pyssame. «Le but recherché était (...) de montrer que les danses urbaines gabonaises peuvent parfaitement s'adapter aux musiques du terroir, sans forcément chercher à adapter nos créations aux musiques issues d'autres pays que le nôtre». Initiative réussie, et rendez-vous pris dans quelques mois pour la suite des festivités !





# ...ET LA MODE EN FÊTE !



A l'occasion de l'Ombya Fashion Gabon 3e édition, Orangina a invité les stylistes gabonais à présenter leurs créations le 7 Février dernier. Etaient présent à la fête Yezdad Mildas, également organisateur de l'événement, avec la collection « Héritage 3 »,

le styliste Jacques Simon avec sa collection « Les foulardises », Alban Design et sa collection « Première dame » et Anélia Théodose présentant la nouvelle collection SweetSecret.

« J'ai fait mon boulot ce soir. Je pense avoir donné le maximum de moi. C'est au public de donner son avis sur l'écart entre le rendu et les attentes sur la mode gabonaise. Mais à en juger par sa réaction ce soir, je pense que la satisfaction était au rendez-vous. Qu'à cela ne tienne, je compte m'investir d'avantage et faire mieux pour le rayonnement de la créativité gabonaise », a déclaré Yezdad Mildas. Un événement naturellement original, pour la suite duquel Orangina vous donne rendez-vous l'année prochaine !





**SERVICE**

HIGHEST QUALITY

**MAÎTRISER  
LE MARCHÉ**

BEST CHOICE

**Commercial**





*Confronté aux évolutions constantes du marché, le service commercial a su se renouveler au fil des ans afin maintenir une connaissance réelle des réseaux et des consommateurs. Après la réorganisation opérée en fin d'année dernière, nous vous invitons à découvrir les coulisses d'un service charnière, garant de la disponibilité et de la notoriété de nos marques sur le terrain.*

Si les techniques de fabrication et d'embouteillage ont dû s'adapter au fil des ans aux nouveaux défis technologiques et qualitatifs qui se sont présentés, un autre pan de notre activité est également en perpétuelle évolution pour garantir la disponibilité et l'écoulement des produits auprès des consommateurs : le service commercial. Principale interface avec le marché, le service commercial est une source d'informations précieuses



# RENCONTRE AVEC **CÉDRIC REKOULA,** RESPONSABLE COMMERCIAL

*Pouvez-vous nous présenter vos nouvelles fonctions de Responsable Commercial? Quelles sont vos rôles et missions à ce poste ?*

«Le service commercial est un maillon de la grande chaîne de production de la Sobraga. Nous avons depuis peu réorganisé le service afin d'oxygéner notre ancienne organisation qui souffrait d'une mauvaise lisibilité.

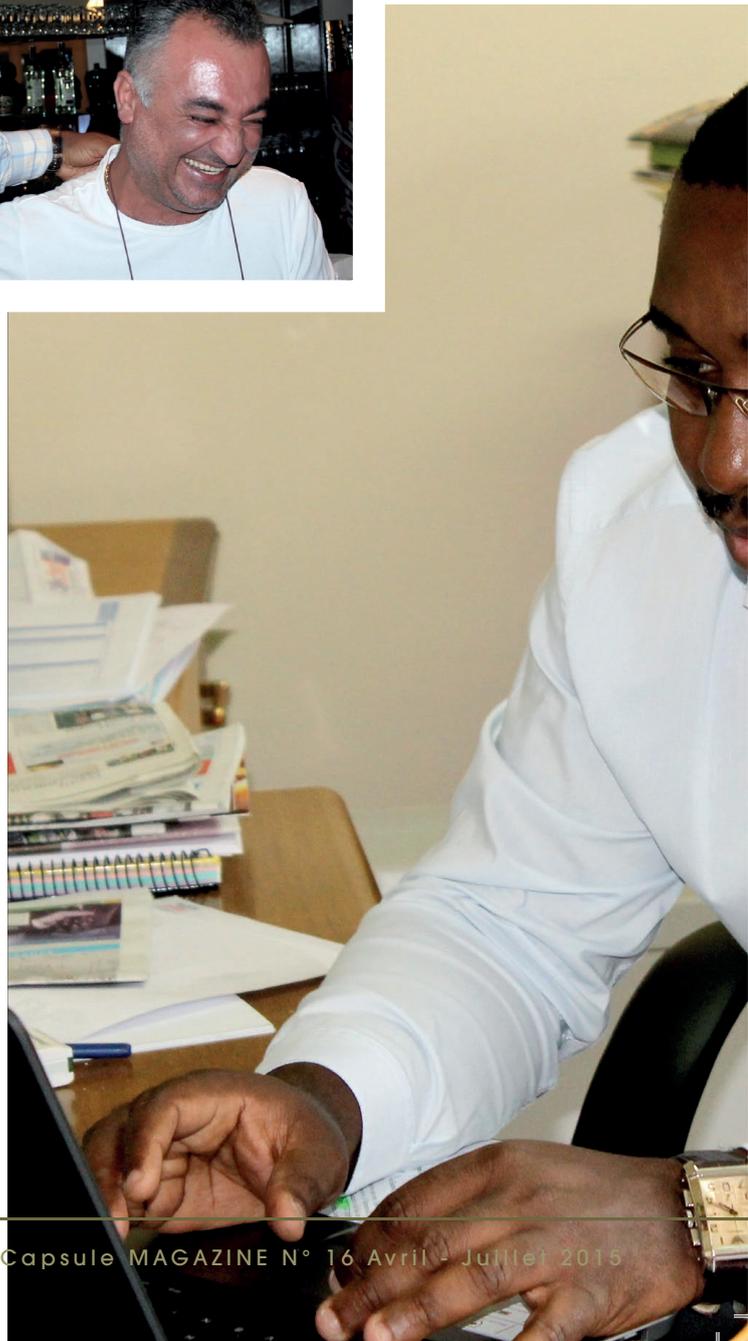
Mon rôle principal est d'appliquer et de faire respecter la politique commerciale établie par la direction. A cet effet, je suis amené à gérer l'équipe commerciale, la motiver et la dynamiser, organiser le travail, assurer les négociations directes avec les principaux clients dans l'intérêt de l'entreprise, relayer la stratégie marketing, ou encore suivre et contrôler les documents administratifs (rapports d'activités, planning congés, etc.).

Je suis également amené à accomplir plusieurs missions transversales, notamment de faire le lien entre l'équipe commerciale et les autres services, ou organiser des événements internes.

*Pouvez-vous également nous présenter la nouvelle organisation du service dont vous avez désormais la charge ? Quels sont les changements notables par rapport à l'ancienne organisation du travail ?*

Comme je l'ai dit un peu plus haut, il fallait apporter une meilleure efficacité dans notre service afin de fluidifier et clarifier notre activité. C'est ainsi que le marché a été divisé en cinq réseaux distincts, à savoir :

- La VAC (Vente à Consommer), ou plus familièrement le réseau des maquis (bars),





- La VAE (Vente à Emporter), ou comme on le dit au quartier « les maliens »,
- LE CHR / GMS (Cafés Hôtels Restaurants / Grandes et Moyennes Surfaces),
- Le réseau Opérations. C'est le réseau en interne qui permet de suivre nos grands événements commerciaux et marketing. Il est notamment chargé de la gestion de la PLV.
- Le réseau Partenaires. Récemment mis en place, ce réseau constitue l'interface avec nos différents grossistes, et permet de remonter toutes les informations du marché.

*Pourquoi ces changements ont-ils été nécessaires ?  
Quelles évolutions a subi le marché qui ont nécessité  
d'adopter cette nouvelle organisation ?*

Le marché est en perpétuel mouvement, il ne nous attend pas. Les gens ont coutume de dire qu'il n'y pas de concurrence au Gabon et que Sobraga règne en maître. Cela est faux. Il vrai que nous avons la plus grande part de marché, mais nous ne pouvons pas surfer dessus et ne pas anticiper ou verrouiller notre marché. Nous devons être à l'affût et prêt à contre-attaquer si nous sommes attaqués. La réorganisation de notre service nous permet de mieux maîtriser notre marché, et ses évolutions.

*Quelles sont les améliorations escomptées à court et  
moyen terme ? Sont-elles déjà palpables ?*

Nous avons réorganisé au mois de Novembre, et depuis cette date, nous ressentons un sursaut d'orgueil de nos commerciaux qui avaient l'impression de faire du sur place. C'est d'ores et déjà une avancée palpable. Par ailleurs, la relation entre le marketing et le commercial est de plus en plus fluide, ce qui facilite les actions de terrains. L'ensemble des équipes se sont ressoudés autour d'un objectif commun qui est : « satisfaire le client » !

Il demeure un peu prématuré de dire que la révolution est achevée, mais je puis affirmer que nous y mettons les moyens et ferons tout pour que le commercial retrouve ses lettres de noblesses d'antan ».





*1/ Pouvez-vous nous présenter votre parcours au sein de la Sobraga, et vos nouvelles fonctions actuelles ?*

## 3 questions à **Rodrigue SANT'ANNA TEROU,** Chef de réseau VAC

« Titulaire d'un BTS en Techniques Commerciales à l'INSG, c'est en janvier 2005 que je suis embauché au département commercial de la Société des Brasseries du Gabon, plus précisément au sein du réseau VAC (Vente à Consommer) en qualité de promoteur. J'ai été formé à ce poste sous la supervision d'Alain Endeng et de Jean-René Boulingui.

Responsable de secteur et plusieurs fois en tête des différents challenges organisés sur le réseau, je suis proposé en affectation à Port-Gentil en février 2008. D'abord en qualité de promoteur VAC et CHR (Cafés/Hôtels/Restaurants), puis j'ai été promu Chef de secteur en 2010.

C'est en août 2013 que je suis revenu sur Libreville en qualité de Superviseur réseau VAC, c'est-à-dire en charge de l'animation, la dynamisation, l'accroissement du capital-confiance (goodwill) et la veille concurrentielle des Points de vente à consommation instantanée. Pour atteindre nos différentes missions, nous avons subdivisé les communes de Libreville, Owendo, Akanda et Ntoum en six secteurs gérés chacun par un commercial. Ayant fait l'essentiel de mon parcours sur ce réseau, j'ai été affecté à sa tête, nouvelle fonction que j'occupe jusqu'à présent.



Au niveau du réseau VAC, nous sommes en train de mettre à mort la grande lourdeur administrative et décisionnelle d'antan. En effet, nous disposons aujourd'hui d'une plus grande mobilité et d'un meilleur dynamisme dans nos actions et cela nous a permis, de Janvier à maintenant, de réaliser près de 500 animations et soirées dans les différents points de vente de tous les secteurs que couvre notre réseau. Nous ne dirons pas que nous avons atteint notre paroxysme, mais nous sommes plutôt dans une politique d'amélioration continue.



Les résultats attendus de cette réorganisation sont bien évidemment l'atteinte de résultats optimaux sur les ventes dans les différents secteurs. Cela doit être un état d'esprit commun, comme l'explique le slogan de notre dernier séminaire : « 1 Esprit, 1 Equipe » !

Les résultats commerciaux sont palpables dès à présent, et sur le plan humain, cela a également permis à de nombreuses personnes de trouver leur place dans le groupe et de libérer leur potentiel ».

**2/ Le département commercial a subi des transformations récemment. Pouvez-vous nous présenter ces évolutions au niveau de votre segment d'activité ?**

**3/ Quels sont les résultats attendus de cette réorganisation du travail ? Sont-ils déjà palpables ?**



*1/ Pouvez-vous nous présenter votre parcours au sein de la Sobraga, et vos nouvelles fonctions actuelles ?*

## 3 questions à **Ghislain NDONG NZE**, Responsable GMS/CHR/ Grands Comptes

« Je suis rentré dans la grande famille SOBROGA le 14 février 2007 en tant que Chef de Marché Junior Bières BGI. Mon rôle consistait, avec le Chef de Marché, à développer les marques bières stratégiques du Groupe et à mettre en place les plans d'actions pour le lancement des nouvelles marques sur le marché. Poste que j'ai occupé jusqu'en 2011.



Eau pure des hauts plateaux





Marché pour les marques REGAB, Castel Beer et 33 Export. Et depuis novembre 2014, j'occupe le poste de Responsable Comptes Clés avec en charge les réseaux GMS, CHR et Prestige.

Le Service commercial a connu ces transformations pour répondre et s'adapter aux mutations de notre marché. Nous sommes aujourd'hui face à des consommateurs plus exigeants avec de nouvelles habitudes de consommation, des clients partenaires mieux structurés et une concurrence de plus en plus accrue.

**2/ Le département commercial a subi des transformations récemment. Pouvez-vous nous présenter ces évolutions au niveau de votre segment d'activité ?**



Les attentes sont très fortes car nous devons améliorer notre capacité de réaction sur le marché en répondant aux besoins de nos clients et surtout être source de solutions pour eux.

Les résultats sont déjà palpables car nous avons assaini nos relations avec nos clients, nous essayons d'être plus réactifs, mais les plus grands challenges restent à relever ! »

**3/ Quels sont les résultats attendus de cette réorganisation du travail ? Sont-ils déjà palpables ?**





**1/ Pouvez-vous nous présenter votre parcours au sein de la Sobraga, et vos nouvelles fonctions actuelles ?**



## 3 questions à **Christian BITOME**, Chef des Opérations

« Je suis arrivée à Sobraga en août 2000, j'avais alors 25 ans, au département commercial Boissons Gazeuses. J'occupais le poste de promoteur pour ce qu'on appelait à l'époque le secteur 3, et qui réunissait le centre-ville, la gare routière, les akébés, le marché Mont Bouët, Petit Paris, Awendjé, Bellevue et Plein ciel.

Puis en Juin 2003 j'ai commencé tout en gérant mon secteur à m'occuper des Animations de la gamme Coca-Cola, notamment le Bhat Power Show et les animations avec le véhicule Podium sur différentes marques.

En 2004, je suis devenu assistant opérations. Mes tâches consistaient en la matérialisation terrain des événements organisés par l'entreprise et ses différentes marques à l'exemple des grands jeux concours, des lancements, des soirées du personnel pour ne citer que ceux-là. Cette fonction s'est vue renforcée en 2008 avec l'ouverture du Service Plus Événementiel. Mon responsable direct à cette époque était justement l'actuel Responsable Commercial. Après le départ de ce dernier en 2011 en Guinée Equatoriale, je suis devenu Chef des Opérations, poste que j'occupe jusqu'à ce jour.

Je suis en quelque sorte le responsable de l'agence interne du commercial. Je m'occupe de mettre sur pied, d'organiser, et de réaliser toutes les actions commerciales de notre entreprise selon les recommandations du marketing et du Responsable Commercial à l'exemple du Moto Show, ou des Castel Beer Music. Je suis également amené à porter assistance aux réseaux dans le déploiement de leurs animations (Coupe du monde 33 EXPORT, etc.).

A ces tâches s'ajoutent la gestion des articles publicitaires, des Armoires à Porte Vitrées (APV ou Frigo) et le Service Plus Événementiel qui est une de nos plus grande réussite en terme de satisfaction de nos consommateurs car ce service permet à nos clients de réaliser leur événement en réduisant fortement leurs coûts. Mon réseau est composé de six agents et nos activités s'étalent sur l'ensemble du pays selon les besoins.



L'évolution est significative. Pour commencer, il faut souligner que c'est la première fois dans notre département que le poste de Responsable Commercial est confié à un Gabonais.

Pour ce qui est des évolutions, la nouvelle organisation a placé sous ma responsabilité la gestion des APV et des objets publicitaires. Sur ce segment, chaque réseau et chaque site intérieur disposant de son magasin, nous procédons au suivi des commandes passées, aux affectations par réseau et sites intérieurs, et au déploiement sur le terrain.

Nous suivons à peu près le même schéma de fonctionnement pour la gestion des APV. Mais nous disposons également d'un commercial avec une formation de base dans le froid qui est en charge du suivi quotidien de ces « vendeurs silencieux » dans les points de vente.



Les résultats attendus sont en premier lieu la réactivité, la satisfaction de nos nombreux clients mais surtout et encore plus la performance. Les gens ont pour habitude de dire que nous sommes la seule brasserie donc leader et privilégiée mais ils oublient que nous faisons face à une concurrence très accrue et qui se développe et s'accroît encore plus chaque année par conséquent les équipes terrains se doivent aujourd'hui d'être au front tel des panthères, qui se trouvent justement être le symbole de notre Groupe.

Nous sommes très satisfaits de cette nouvelle organisation car elle permet notamment aux meilleurs d'être facilement identifiés surtout pour les jeunes qui viennent avec une grande motivation. Nous en avons des exemples concrets avec les promotions accordées lors de cette réorganisation.

Enfin le marché est aujourd'hui mieux suivi avec une très bonne lisibilité du terrain et une organisation sectorielle qui répond à l'agrandissement et au développement des communes. Nous réalisons plus d'événements et plus d'actions dans nos PDV et ces actions sont bien suivies avec au final des rapports très clairs et pertinents. Les efforts seront toujours à fournir et nous nous battons pour y arriver et faire valoir toutes nos compétences ».

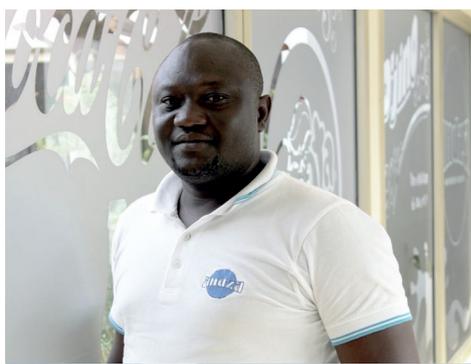
**2/ Le département commercial a subi des transformations récemment. Pouvez-vous nous présenter ces évolutions au niveau de votre segment d'activité ?**

**3/ Quels sont les résultats attendus de cette réorganisation du travail ? Sont-ils déjà palpables ?**



**1/ Pouvez-vous nous présenter votre parcours au sein de la Sobraga, et vos nouvelles fonctions actuelles ?**

**2/ Le département commercial a subi des transformations récemment. Pouvez-vous nous présenter ces évolutions au niveau de votre segment de l'activité ?**



**3/ Quels sont les résultats attendus de cette réorganisation du travail ? Sont-ils déjà palpables ?**

## 3 questions à **Arsène MEZUI,** Chef de réseau VAE

« Après mes études supérieures, j'ai intégré le Département Commercial en Février 2006 Comme Promoteur sur le réseau CHR (Cafés, Hôtels, Restaurant). En 2011 J'ai été promu Superviseur du réseau CHR & Prestige. Depuis la réorganisation du Département Commercial fin 2014, je suis devenu superviseur du réseau Vente à Emporter (VAE).

Ce réseau est constitué de l'ensemble des épicerie, superettes, kiosques pousses et glacières. Il représente 60% de ventes de nos boissons gazeuses. Les principales missions de l'équipe VAE sont :

- La disponibilité de nos produits
- La visibilité de nos marques
- Le suivi de nos équipements
- La veille concurrentielle

La nouvelle organisation a permis au réseau VAE de passer de 5 secteurs à 6 secteurs. Dans le même temps, l'équipe VAE est passée de 5 promoteurs à 6 promoteurs. Nous avons tenu compte de l'évolution de notre marché et de la nouvelle organisation administrative de la province de l'Estuaire avec la création de la commune d'Akanda.

Tout ceci a pour but de mieux maîtriser notre marché et de répondre efficacement aux attentes de nos consommateurs.

La nouvelle organisation avait pour objectif une meilleure utilisation de la ressource humaine en termes de force de vente avec des objectifs précis. De plus, il fallait redynamiser les équipes afin qu'elles soient aptes pour les nouveaux challenges car notre marché voit tous les jours apparaître de nouveaux concurrents auxquels il faut faire face.

Depuis six mois, nous sommes engagés sur une nouvelle dynamique qui commence à porter ses fruits au sein du département commercial ».



# 3 questions à **Jaurès NDONG**, Chef de réseau Partenaires

« J'ai commencé à la Sobraga comme promoteur CHR, ensuite comme promoteur VCC, et aujourd'hui superviseur réseau partenaires. Le réseau « Partenaires » c'est le réseau qui sert d'intermédiaire entre la Sobraga et ses clients, particulièrement les Grossistes et bientôt les mini-dépôts. Mon rôle est de mettre en musique la relation client c'est à dire instaurer une relation de confiance et de partenariat à travers différentes actions commerciales et marketing. Cela passe également par l'encadrement, l'animation et la formation des promoteurs dans leur activité quotidienne.

En effet avec la restructuration du département commercial, le réseau partenaire vient de voir son champ d'action élargie à un nouveau type de client que sont les mini dépôts, qui contribuent de manière indirecte à l'expansion du business des boissons. Donc un suivi particulier va être mis en place tout au long de cette année.

Les résultats attendus sont clairement définis et décliner à chaque membre qui compose ce réseau. Le dynamisme, la rigueur et la satisfaction du client sont néanmoins déjà palpables en ce début d'aventure ».

*1/ Pouvez-vous nous présenter votre parcours au sein de la Sobraga, et vos nouvelles fonctions actuelles ?*

*2/ Le département commercial a subi des transformations récemment. Pouvez-vous nous présenter ces évolutions au niveau de votre segment de l'activité ?*

*3/ Quels sont les résultats attendus de cette réorganisation du travail ? Sont-ils déjà palpables ?*





## Service Maintenance

# Les garants de la productivité des usines

*La Sobraga compte aujourd'hui six sites de production sur l'étendue du territoire national, dotées d'un outil de production à la pointe de la technologie moderne, et permettant d'atteindre une qualité et un rendement inégalés. Mais cette productivité n'est possible que grâce au travail de vigilance du service de maintenance, qui permet de prévenir les pannes, et réduire les temps de remise en service lorsqu'elles surviennent.*

*Avec pas moins d'une quinzaine de lignes de production à travers le pays, la Sobraga dispose d'un outil de production performant, mais qui nécessite une attention de tous les jours pour demeurer au meilleur de sa productivité. Ce travail, c'est celui du service maintenance, qui assure un suivi minutieux sur chacune des machines de notre chaîne de production et permet une productivité optimale sur toutes nos lignes. Rencontre avec Antonin DOUTRELEAU, Chef de Projet GMAO (Gestion de la Maintenance Assistée par Ordinateur).*



### QUELLES SONT LES RISQUES QUE VOUS RENCONTREZ DANS LA MAINTENANCE DE L'OUTIL DE PRODUCTION ?

« Notre première mission est d'assurer l'entretien et la disponibilité des équipements pour assurer la production. Cet entretien dépend de la qualité et de l'exécution des plans de maintenance et de la dis-



ponibilité des pièces. Lorsqu'une panne survient, sa durée dépend bien souvent du temps d'identification et de recherche des pièces

de rechange. Si le magasin n'est pas organisé physiquement et informatiquement, la pièce que l'on cherche est comme perdue, et la panne très longue.



L'entretien des machines nécessite un circuit d'achat performant. Si les pièces ne sont pas livrées en temps et en heure pour les interventions, les machines se dégradent et la performance des lignes avec.

Enfin, mesurer les dépenses sur chaque équipement est une aide précieuse pour adapter la maintenance et investir sur les bonnes



machines. Sans données de coûts et de temps de panne, une machine peut impacter le rendement de la ligne bien plus que l'on ne pense.

### COMMENT PARVEZ-VOUS À SURMONTER CES CONTRAINTES ?

Le système Optimaint est pleinement opérationnel depuis la fin de l'année 2014. Ce logiciel permet de répondre à toutes les exigences de la maintenance en faisant participer tous les acteurs de la SOBRAGA.

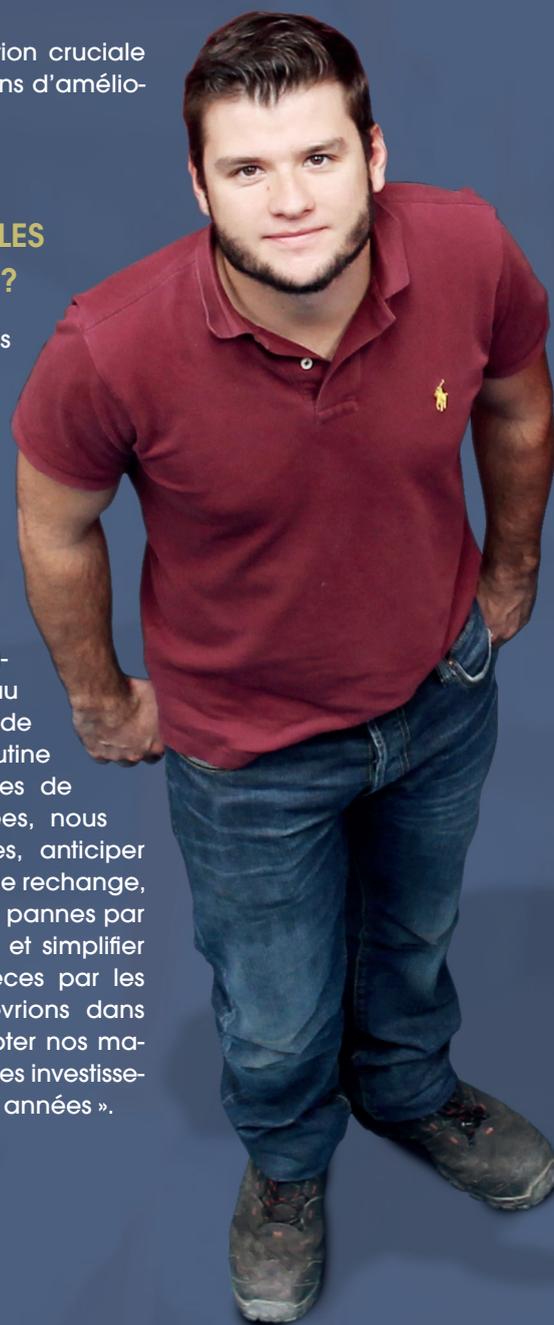
Pour commencer, le magasin pièce de rechange permet d'identifier n'importe quelle pièce à partir de sa référence informatique, puis de la retrouver physiquement dans le stock. Cela est possible grâce au travail minutieux des magasiniers qui réceptionnent, codifient, organisent, rangent et inventorient chaque pièce dans leur magasin. En intégrant les achats dans Optimaint nous pouvons suivre en temps réel la position de toutes les commandes de pièces de rechange et les faire livrer au magasin le plus vite possible.

Sur le terrain, les interventions préventives sont toutes planifiées dans Optimaint, machine par machine, ce qui permet en quelques clics d'éditer chaque semaine tous les travaux à réaliser sur les équipements. Avec ce système nous gagnons un temps précieux et facilitons le travail des techniciens sur le terrain. Les comptes rendus des travaux préventifs et curatifs sont enregistrés sur le logiciel. Nous pouvons ainsi analyser avec précision le temps de panne et les coûts de chaque équi-

pement, une information cruciale pour mener des actions d'amélioration efficaces.

### QUELS SONT VOS OBJECTIFS POUR LES ANNÉES À VENIR ?

Nous nous consacrons maintenant au déploiement d'Optimaint sur les sites de l'intérieur. Franceville a déjà atteint les résultats attendus en juin et les autres sites vont suivre dans les mois qui viennent. Optimaint sera totalement déployé au Gabon avant la fin de l'année. Une fois la routine établie et les données de production enregistrées, nous pourrons, entre autres, anticiper les achats de pièces de rechange, analyser les temps de pannes par ligne et par machine et simplifier la recherche des pièces par les techniciens. Nous devrions dans le même temps adapter nos magasins pour accueillir les investissements des prochaines années ».





# Quels vins pour quel plat ?



## LES VINS ET LA CUISINE

*Vous avez mis les petits plats dans les grands, et pour le vin, vous avez peur de mettre les pieds dedans ?...le plat bien sûr ! Voici quelques astuces simples pour retenir les fondamentaux sur les accords entre vins et mets.*

Avec ce chapitre, nous aborderons un domaine délicat, car l'accord des vins et des mets, s'il obéit à certaines règles de base, est bien souvent empreint de subjectivité et est affaire de goût personnel, voire de mode. Par exemple, n'a-t-on pas longtemps considéré qu'un poisson devait obligatoirement être accompagné d'un vin blanc sec ? Or depuis plusieurs années, sous l'influence de quelques jeunes chefs de cuisine relayés par des chroniqueurs gastronomiques, il n'est plus « interdit » de marier poissons et vins rouges. De la même façon, les influences et traditions culturelles en matière de cuisine génèrent des comportements différents selon les régions de France.



## QUELQUES RÈGLES GÉNÉRALES SUR L'ACCORD DES VINS ET DES METS

Tout d'abord, rappelons ici quelques règles de base concernant l'ordre de service des vins en eux-mêmes, sachant que le vin servi ne doit jamais faire regretter le précédent.

- Un vin blanc précède un vin rouge
- Un vin sec précède un vin moelleux
- Un vin léger précède un vin corsé
- Un vin simple précède un vin complexe
- Un vin jeune précède un vin vieux

Ensuite, quelques conseils de bon sens peuvent vous guider dans le choix des vins. En effet, c'est généralement à partir du menu que l'on choisit les vins et non l'inverse :

- A cuisine simple, vin simple
- A repas simple, vin unique
- A plats légers, vins légers
- A mets gras, vins frais
- A plats corsés, vins puissants
- A plat régional, vin régional
- A grande cuisine, grands vins

Enfin, il existe certains plats ou préparations qui dénaturent le goût du vin, et il est préférable de s'abstenir sur plats forts épicés, anchois, ail, fromages crémeux très forts, vinaigrettes, desserts très sucrés et glaces, ou alors boire de l'eau.

C'est pourquoi, il est tout à fait présomptueux et inutile, au nom de quelconque orthodoxie ou idéologie gastronomique, de présenter des tableaux de correspondance rigides mariant tel plat et tel vin. Nous allons donc tout d'abord rappeler quelques règles générales et suggérer des accords entre les grandes catégories de mets et les vins, sachant qu'il n'y a aucune vérité intangible mais seulement quelques indications et conseils.

**RÉPONSE À LA QUESTION DU N°15 :** Le cocktail associant vin blanc et liqueur de cassis s'appelle le « kir »

**QUESTION N°16 :** Sans lire l'étiquette, comment reconnaît-on un Bordeaux d'un Bourgogne ?

**PROVERBE :** « Mieux vaut boire le vin d'ici, que l'eau de là ! »





## Queue de boeuf à la Régab



La cuisson dans la bière donne à la viande une onctuosité et un goût très agréable. La viande cuit avec des oignons et un peu de pain d'épices qui lie la sauce et atténue l'amertume de la bière.

Ce plat s'accompagne très bien d'une purée ou d'un gratin de pommes de terre.

### INGRÉDIENTS (POUR 4 PERSONNES)

- 1 kg de queue de bœuf
- 300 g d'oignons
- 1 l de bière
- 500 g de bouillon de volaille
- 50 g de beurre
- 2 tranches de pain d'épice
- Sel fin
- Poivre

### PRÉPARATION

1. Dans une cocotte, mettez le beurre et faites-le mousser.
2. Faites revenir les morceaux de queue de bœuf, puis ajoutez les oignons émincés, faites-les rissoler.
3. Mouillez avec la bière et le bouillon, donnez quelques tours de moulin à poivre et salez.
4. Ajoutez les tranches de pain d'épice.
5. Couvrez et laissez mijoter 2 h.

À la fin de la cuisson, ouvrez et mélangez.

Vérifiez l'assaisonnement et servez chaud.

Bon appétit !



# Les Nouveaux embauchés

Mat.	Nom	Prenom	Fonction	Dat.Recr
421190	OYEGHE SALLA	Edgar	CONTREMAITRE QHSE	01/07/2015
421191	MEKINA ME NTOUTOUME	Axelle	CHEF DE PRODUIT	04/05/2015
421192	NGUI NDONG	Francis	RESPONSABLE APPROVISIONNEMENTS	11/05/2015
421193	SKITT BOUMAH	Margueritte A	STANDARDISTE	01/02/2015
421194	IBIATSY IBIATSY	Fred	RESPONSABLE SERVICES GENERAUX	27/01/2015
421195	FETBIA TABETH	Axel Gaylord	CHEF DE PRODUIT	01/01/2015
423109	OLAGO	Théo Vanel	OPERATEUR MACHINE	01/01/2015
423142	OYE EMVO	Gilbert	OPERATEUR MACHINE POLYVALENT	01/01/2015
423224	TANDANOU	Elie Paul	LABORANTIN	15/06/2015
423256	MAKAYA MAKAYA	Florice	GRAISSEUR - LUBRIFICATEUR	15/01/2015
423257	NDOUTOUMOU MINTSA	Romaric	MANOEUVRE	15/01/2015
423258	BOUEGNI MAMOUAKA	Ngayveurt	CAVISTE	01/01/2015
423259	NDZOUNGUIDI	Aymar	CHAUFFEUR LIVREUR	01/01/2015
423261	LOBA LOUNDOU	Bianchi Arcène	ELECTRICIEN QUALIFIE	01/01/2015
423262	MWALOANGO OPISSY	Fernand	MEUNIER	01/01/2015
423264	MIHINDOU IBOUANGA	Arnaud Serge	OPERATEUR MACHINE	01/01/2015
423265	GUINDENDI MATIKI	Christian Jaurès	BRASSEUR	01/01/2015
423270	MFOUBI OBIANG	Patrice Nova	GRAISSEUR - LUBRIFICATEUR	09/03/2015
424055	ASSAM FOUBOU	Sting Wenceslas	CAVISTE	01/01/2015
424056	MAKITA LIGNONGO	Igor	OPERATEUR MACHINE	15/02/2015
424058	SAYA	Ghislain Omer	CARISTE	23/03/2015
424062	MBAMBA MOUELY	Odetta Olga	INFIRMIER	01/05/2015
427078	AVOMO EYEGUE	Michelle Perlette	LABORANTIN	01/02/2015
427079	GUIPIERI NZAMBA	Rims Igor	SOUDEUR	01/02/2015
427080	NTSAME ELLA	Célestine	POINTEUR	01/06/2015
427081	ASSEKO OPIGA	Daniel	MAGASINIER	15/06/2015
428218	MADOUMA DIVAKOU	Idriss	CAVISTE	01/02/2015
428227	NGOUNI YAKAMAMBOU	Delfry	OPERATEUR MACHINE	05/01/2015
428232	EVOUNA MVE NGUEMA	Ulrich Morel	OPERATEUR MACHINE	01/06/2015
428238	ANGUE NDONG	DONALD	CARISTE	04/05/2015
428256	NGANDI	Narceet Rodrigue	OPERATEUR MACHINE	05/01/2015
428301	BABIKA MOUYOLI	Yordine Lauria	EMPLOYE ADMINISTRATIF	16/07/2015
428316	KABI-KABI	Joseph Sedrick	OPERATEUR MACHINE	01/01/2015
428317	GUEVONGO MADELET	Ken Maurice	OPERATEUR MACHINE	01/01/2015
428318	AYUME	Hubdard	OPERATEUR MACHINE	01/01/2015
428319	ENGONE	Jean Irénée	OPERATEUR MACHINE	01/01/2015
428320	EKEMI	Talliane Hugor	OPERATEUR MACHINE	01/01/2015
428321	POPA LIGHONGA	Cam Brandol	CARISTE	01/01/2015
428322	OMANDA	Daliens	CARISTE	01/01/2015
428323	HENDJATABA KOUMBA	Christ Levis	CARISTE	01/01/2015



428324	MASSALA MADOUNGOU	Maurice	CARISTE	01/01/2015
428325	NINOS MANGALA	Boris Michel	CARISTE	01/01/2015
428327	BISSIELOU LOUNDOU	Junior Herbert	CARISTE	01/01/2015
428328	MOUYIKA	Franck Marley	ELECTRICIEN QUALIFIE	01/01/2015
428330	MAVOUNGOU	Willy-Frède	ELECTRICIEN QUALIFIE	01/01/2015
428331	MVARA NDEMEZO'O	Jean Patrice	ELECTRICIEN QUALIFIE	01/01/2015
428332	MAKAYA DEKOLO	Roger Duhamel	MECANICIEN	01/02/2015
428333	ROSSEMOND ANGUILET	Terry Alexis	MECANICIEN	01/02/2015
428334	TOUNGUI	Brice Aimé	MECANICIEN	01/02/2015
428335	EBARRE ETOUGHE	Edward Davy	MECANICIEN	01/02/2015
428336	PAMA PAMA	Arnold Mesnil	POLYVALENT LABORATOIRE	01/02/2015
428337	MBAMY	Maxime	MAGASINIER	01/02/2015
428338	NZENGUE	Sédrique	OPERATEUR MACHINE	01/02/2015
428339	MOULOUD MOULACKA	Karl Feyran	ASSISTANTE RH	19/03/2015
428341	KOUSSOU	Love Lubin	SUPERVISEUR LABORATOIRE	13/04/2015
428342	OYANE ONDZAGHE	Aline	MAGASINIER	11/05/2015
428343	MOUNDZIEGOU MOUNDZIEGOU	Alain Cédric	PROMOTEUR	11/05/2015
428344	MBOULA	Darlino	ELECTRICIEN QUALIFIE	01/06/2015
428345	NGUIAKOUMBA NGOUENENI	Steve Martinien	BRASSEUR	03/06/2015
428346	NGUEMA OBAME	Deyris	SIROPIER	01/06/2015
428347	MOUELE BOUCKA MBA	Steeve	SIROPIER	01/06/2015
428348	ABESSOLO OKOGO	John Lemryss	OPERATEUR MACHINE SG	01/06/2015
428349	EKOMIE NDONG	Gaïda Edouard	OPERATEUR MACHINE SG	01/06/2015
	MAKONGOU	Thomas Ulric	CARISTE	01/06/2015
428351	DIVINOY YEMBIT	Ludmilla Groutine	SUPERVISEUR QHSE	02/06/2015
428352	MAGANGA MOUSSAVOU	Prisca	ELECTRICIEN QUALIFIE	01/06/2015
428353	NZAMBA	Hans Loïc	MAGASINIER	01/06/2015
428354	EKOYA N'NANG ESSONO	.	CHAUFFEUR DU PERSONNEL	15/06/2015
428355	MOUNDOUNGA	Steeve Rugis	CHAUFFEUR DU PERSONNEL	15/06/2015
428356	BOULINGUI	Olivier	CHAUFFEUR DU PERSONNEL	15/06/2015
428357	BITEGHE BI OBAME	.	CHAUFFEUR DU PERSONNEL	15/06/2015
428358	OBIANG ANGOUE	Jean Baptiste	OPERATEUR MACHINE	22/06/2015
428359	NDEMEZOA MBA	Devy	OPERATEUR MACHINE	22/06/2015
428360	MIKOLO PANGOU	Andy	MECANICIEN	15/06/2015
428361	MBA EDZO	Eric Jérôme	PROMOTEUR	15/06/2015
428362	MOUKABI	Gaëlle	CARISTE	10/06/2015
428363	NGOMA	Kevin Saturnin	CHAUFFEUR DU PERSONNEL	17/06/2015
428364	ENGOANG ANGOUE	Davis Junior	PROMOTEUR	22/06/2015
428365	BENGOBESSE MINTSA	Axelle Nathalie	LABORANTIN	22/06/2015
Total general :			79	



## Départs

Matricule	Nom	Prénom
420013	OBIANG-MINKO	Dieudonné
420032	BIBADJI	Léontine
420042	BOUKA	Alphonse
420086	MOUGOULA MBOUISSOU	Caroline
420222	IBINGA	Fabrice
420288	NKONGUE	STEPHANIE
420376	BIBINA	Béatrice
420518	M'BOUMI	Emile
420565	TCHIGNOUMBA	Armel
420707	BIYOGHO BI ENGONO	Laurent
421021	MAMBOUNDOU KOUMBA	Hermann
421103	OGOWET	IGOR PAUL GEORGES
421104	ELIMIE	Paméla
421196	OLELE	Julio
421198	VANDJI NDJOY OBONE	Leïla Ludmila
421201	PONCY	Landry Brice Junior
421247	MOUNDANGA	Juste Quentin
421386	OWOUMBOU SIANGOYE	RODRIGUE
423147	NGOMA MBOUROU	François
423195	BENDOME	Evangéline
423231	MATEMBA MAFOUYA	Aristide
423232	OGOULIGENDE	Auguste
423233	NDONGO ATIGLA GANYO	Junior
423238	BOUANGA	Clark
423253	NGNEKADIET	Malvina Jessie
423263	MOUNANGA	Patrick

423266	MASSOUKOU MOUDAMBOU	Aurélie
423267	NGUEMBI	Fabrice
423268	BIDZO IKOIKOIZA	David
423269	MOUGOULA MIDIANZOU	Gregue
423272	ORIGUINOWET ESSONE	Philéas André
423280	BOUKOMBA	Stevens Dimitri
424038	OYELE	Merick Guyvens
424057	EYAGUI EBOULOU	Ulrich
426025	NGOUBOU GUEGOGA	Pierre
427068	BEKALE BE NDONG	Jean Paulin
428042	MBOULOU BITEGHE	MAUNY
428125	MANIAKA	Jocelin Arsène
428151	MBOUMBOU	SERGE PATRICK
428152	NDJIMBA	GOTRAND STEEVE
428155	NDONGO	PARFAIT
428158	MAKOUENGUE	EMILIEN
428168	ONDJANI	James Bruce Stanley
428216	LENDOYE AGNOSSI	Amaury
428288	MEZUI M'ELLA	Jean Benoît
428294	NZENGUET MAYOMBO	Junior
428305	MINKOUE	Donald Grasiás
428311	MAKAYA IBAMBA	Juliette Aurya
428315	MBAZOGHE EKOMIE	Goenaelle Vicky G
428326	TOLOMA	Junior Desty
428329	MBENG MEYO	Rodrigue
428340	ASSOUMOU MVE	Urbain



Eau pure des hauts plateaux



# Beaufort



# LAGER

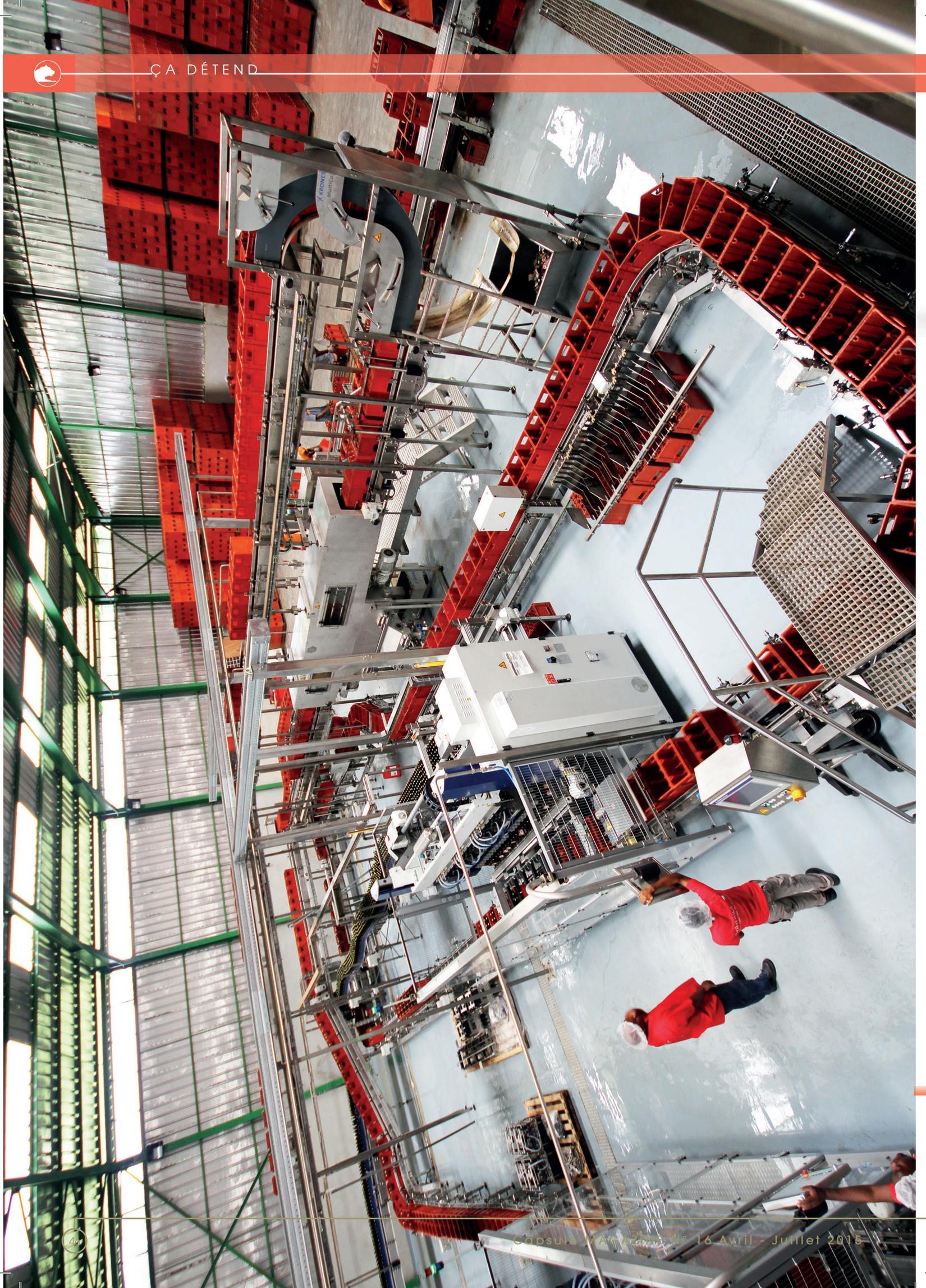
EXTRA QUALITY

L'ORIGINE DE LA FRAICHEUR



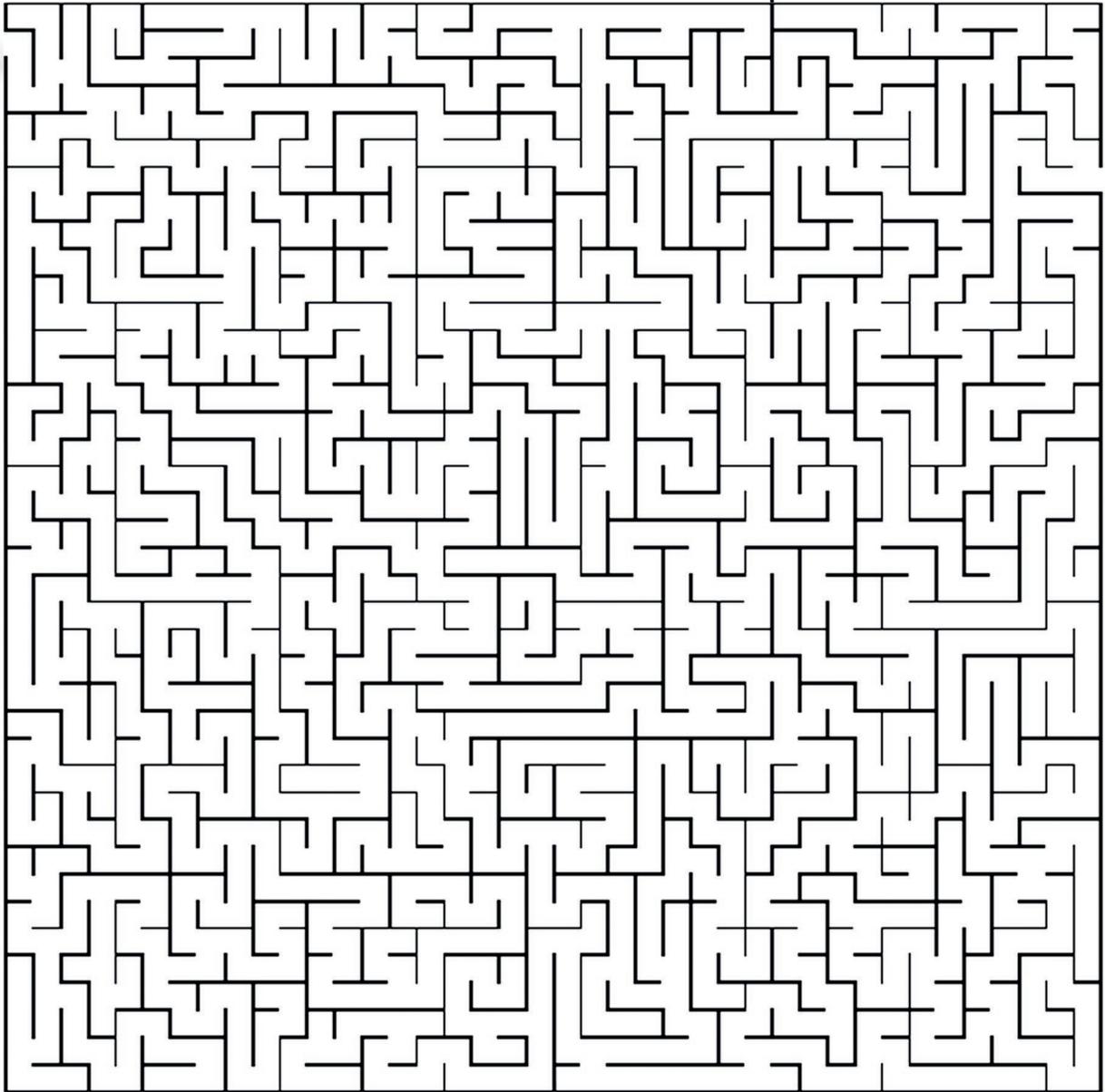
Nouveau format 50cl

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTE.  
A CONSOMMER AVEC MODERATION





Aide notre ami *Stickman* à retrouver son DJINO Pamplemousse !



Une bouteille de COCA-COLA s'est égarée dans l'usine. Aide les techniciens à la retrouver, et gagner un casier de COCA-COLA !

B

IL N'Y A PAS DE FOOTBALL -  
SANS "33" EXPORT

