

INTERVIEW

**LINDA TCHATCHOUA,
LA RÉSILIENTE,**

Femme d'affaires à la foi inébranlable

LIFESTYLE :

Mamans
et chefs d'Entreprises,
concilier les deux, un impératif!

STRATÉGIE & INFLUENCE:

Les 5 règles d'or pour
un personal branding
impactant

PAROLE D'EXPERT:

Le nom commercial :
un actif de propriété
industrielle méconnu



CAMEROON CEO

Premier média tourné
vers l'excellence managériale
et entrepreneuriale au Cameroun.



Ils ont choisi de bâtir l'avenir!

www.cameroonceo.com

+237 695869141

info@cameroonceo.com

Sommaire

14



LINDA TCHATCHOUA
INTERVIEW
LA RÉSILIENTE
Femme d'affaires à
la foi inébranlable.

6 **FLASH INFOS**



7 **DÉCOUVERTE**
Franck Thierry LEA MALLE,
le cinéaste



PERFORMANCE

Yves KOM,
l'excellence en continue

8



9 **CONSECRATION**
Esther TIAKO, ADG
NSIA Assurances
Cameroun:
le parcours qui fascine

Sommaire

MANAGEMENT
La Gestion Axée sur les Résultats

21

11

26 **STRATEGIE & INFLUENCE**

5 règles d'or pour une communication à fort impact pour un dirigeant d'entreprise.

PAROLE D'EXPERT

Le nom commercial : un actif de propriété industrielle méconnu



24 **DIASPORA**
Jerry Cheambe,
fondateur de MAVIANCE



29 **INNOVATION**
Aurion de Kiro'o Games débarque sur le mobile

30 **LIFESTYLE**
Mamans et chefs d'Entreprises : concilier les deux, un impératif!



Directeur de publication:

Mérimé Wilson NGOUDJOU

Rédacteur en chef:

Christian Mvom

Conseillère Juridique:

Schneider Kimbeng

Design & mise en pages:

Siloe Agency

Rédaction:

Mérimé Wilson NGOUDJOU,
Christian Mvom,
Ingrid AZOA,
Christian OTSONG,
Winnie Nokam Wabo,
Leathicia A. NGOUDJOU

Directrice du Développement:

Isabelle Hubert

Photographie:

Max Mbakop

Contact &

Service commercial:

info@cameroonceo.com

(237) 695869141

(237) 653516931

Immeuble IPN Jaba Space

Bonapriso

Douala – Cameroun

Challenger son environnement

Peu importe la dureté de l'environnement, il y aura toujours des opportunités qui créeront des belles réussites. Les vrais champions savent affronter les difficultés, trouver les solutions où les personnes ordinaires verraient l'impossibilité. Des champions, le Cameroun en compte. Ils sont nombreux loin des projecteurs volontairement ou involontairement qui au quotidien réalisent les choses hors du commun.



Dans les grandes villes comme dans l'arrière-pays, ils sont nombreux les esprits brillants, les bâtisseurs courageux qui par leurs engagements, leurs volontés de gagner honnêtement font la différence. J'ai une pensée pour tous les entrepreneurs qui, depuis 2016 malgré les menaces, les kidnappings, les pertes énormes continuent à investir dans les régions du Nord – Ouest et du Sud – Ouest Cameroun. Ils sont nombreux qui prennent des risques pour que la vie continue dans ces zones où le danger se retrouve dans chaque coin des rues. Tout comme ceux qui défendent la patrie, ces entrepreneurs, qui ont maintenu leurs activités et qui continuent à investir sont des véritables Héros.

Au – delà du Noso, il y a également ceux qui investissent dans l'Extrême – Nord du Cameroun, une zone à risque qui a connu et qui continue de connaître les attaques répétées des membres de la secte islamique Boko haram. Ils sont également les champions et des beaux exemples de détermination et de résilience. Affronter et intégrer les difficultés et les risques du terrain pour eux ne sont pas seulement des discours, mais la réalité de leur quotidien.

Nous rendons hommage à tous les bâtisseurs courageux qui ont perdu la vie dans les différentes crises, l'histoire retiendra qu'ils ont eu le courage alors qu'ils avaient le choix de fuir et d'aller ailleurs de continuer à travailler, à saisir les opportunités et à maintenir l'espoir. Demain sera certainement meilleur, mais en attendant, les bâtisseurs déterminés au péril de leur vie continue à servir et à investir parce qu'ils ont foi en l'avenir. ■

Mérimé Wilson Ngonou

Rencontre au sommet entre DANGOTE et le président BIYA

L Le 23 juin 2021 le président de la république du Cameroun a reçu au palais de l'unité le milliardaire Nigérian Aliko DANGOTE. A la sortie de cette audience il a déclaré : «...nous sommes établis au Cameroun, il y a quelques années, et nous allons continuer nos investissements non seulement dans le secteur du ciment, mais aussi dans le pétrole et le gaz et dans d'autres domaines. Je crois que c'était une très bonne rencontre avec le Président de la République » ■



Le train express Douala – Yaoundé sur les rails



L e ministre des transports Jean Ernest Masséna Ngallé Bibéhè, dans un communiqué signé le 23 juin 2021 annonce la reprise du train express Douala - Yaoundé pour le 1er juillet 2021. Chaque jour le train quittera Douala à 6H et Yaoundé à 14h30. Sur le parcours il y aura 3 arrêts : Makak , Eséka et Edéa.

Désormais 48H pour un passeport au Cameroun

L a procédure d'établissement du passeport biométrique débute le 1er juillet 2021 au Cameroun et dans les représentations diplomatiques du pays. On annonce du côté de la Délégation Générale de la Sureté Nationale (DGSN) que Le nouveau système de production des passeports biométriques pourra en fournir au quotidien 1500 en production normale,



Franck Thierry LEA MALLE, le cinéaste

Par La Rédaction

Il déborde de talent et de créativité, il est de cette jeunesse camerounaise dont les œuvres rendent fières. Son couloir, il a choisi, le cinéma. Dans un contexte où la culture peine à trouver sa place, il a choisi de s'investir dans le 7e art. À travers ses réalisations jusqu'ici, avec originalité, il peint avec une certaine singularité le quotidien des Camerounais. Lea Malle Frank Thierry, c'est son nom, fondateur d'Inception Art & Com.

Quand il parle du cinéma, dans ses yeux, on peut ressentir une passion extraordinaire. Il parle avec le cœur et il travaille avec son esprit. À son actif, plusieurs courts-métrages tous couronnés de succès, et un long-métrage (Innocent(e)) qui a fait l'unanimité sur l'étendue de son talent. Le jeune cinéaste impressionne par la qualité de ses histoires, la sélection de ses acteurs et la capacité à transporter le public dans la vie de tous les jours. La maturité de ses réalisations et le choix des



sujets traités laissent transparaître le génie d'un jeune dont la passion pour le cinéma est incontestable.

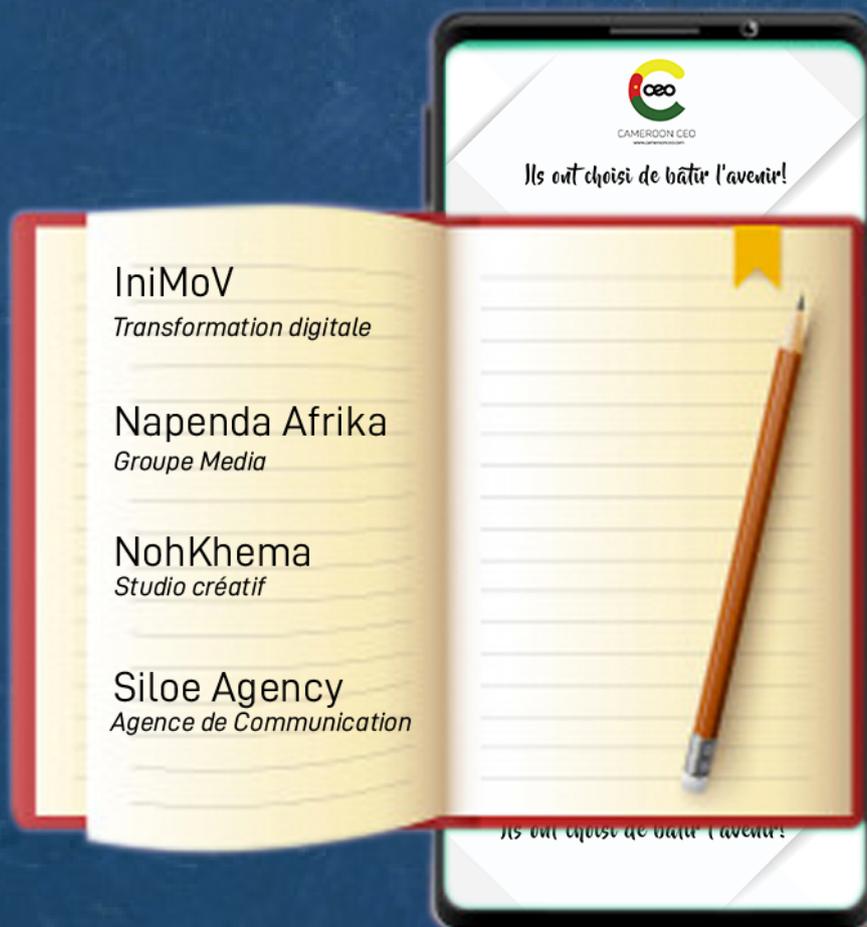
Après les études secondaires au lycée bilingue de Kumba dans la région du Sud - Ouest Cameroun, Lea Malle Frank Thierry s'inscrit à l'université de Yaoundé 1 en sciences humaines pour les études en Arts du Spectacle et Cinématographie. Le choix de sa formation n'est pas aux hasards, il a un rêve et il est convaincu qu'il pourra les réaliser. C'est en 2015 que Frank Thierry fait le saut vers l'entrepreneuriat et commence à diriger des plateaux. En 6 ans, il a réalisé plusieurs courts-métrages donc ANGELS une de ses réalisations qui l'a propulsé sur la scène nationale et internationale.

Lea Malle Frank Thierry ne se met aucune barrière, il rêve et croit en ses rêves. Pour la réalisation de son premier long-métrage « Innocent(e) », le jeune talentueux cinéaste a donné l'opportunité aux publics de participer à travers un crowdfunding. Cette démarche a porté les fruits et le long-métrage a connu un succès phénoménal. Aujourd'hui, le jeune entrepreneur travaille sur son deuxième long-métrage (l'Accord). Nul doute que le prochain projet de Franck Thierry sera également couronné de succès. Une véritable lumière dans une industrie culturelle qui peine à décoller malgré la grande diversité et richesse culturelle du Cameroun. ■





Ils ont choisi de bâtir l'avenir!
Ils sont tous présents sur l'annuaire professionnel
Reserve ta place dans la cour des bâtisseurs.



À partir de 30 000 FCFA l'année.

695 869 141

cameroon@afrikaceo.com

www.cameroonceo.com

Yves KOM, l'excellence en continue

Par la Rédaction.

Mon point fort, si j'en ai un, c'est la performance. J'en fais toujours plus que ce que je dis. Je produis toujours plus que ce que je promets ». Cette déclaration du 37^e président Américain, Richard Milhous NIXON traduit bien l'identité et la personnalité d'Yves KOM, Directeur Marketing d'Orange Cameroun. Ce jeune économiste et statisticien camerounais est de la trame de ces managers qui ont décidé de mettre en exergue leur intelligence et leur talent afin de faire rayonner davantage le drapeau national. Sympathique, concentré et surtout dévoué à la production du meilleur, il représente aujourd'hui cette jeunesse, fer de lance de la nation, responsable du Cameroun de demain. Sa riche expérience dans divers domaines tels le marketing et l'intelligence des affaires font de lui un manager pétri d'imagination et de créativité.

Le parcours à la fois académique et professionnel de cet intellectuel est la résultante de sa détermination et de son ardeur au travail. Premier de la classe à maintes reprises, sa formation constitue une belle trajectoire ascendante, preuve que le célèbre dicton qui dit que « le travail paie » est se vérifie bien. Mathématicien diplômé de l'École normale supérieure de Yaoundé, il fait partie de ces perles qui ont été conçues au sein de l'Université de Yaoundé 1 où il en est sorti nanti d'une licence et d'un master 1 en Mathématiques avec mention bien. Conscient de ses énormes capacités et voulant se perfectionner davantage, il va poursuivre sa formation au sein de la prestigieuse et très sélective école de formation qu'est l'Institut Sous Régional de Statistiques et d'Économie Appliquée (ISSEA). Il en ressortira ingénieur en statistiques et économie et obtiendra dans la foulée une bourse d'excellence du gouvernement Français (issue de la coopération France-Cameroun) lui permettant de faire un Master 2 à l'école d'économie de Toulouse.

La haute performance étant sa marque de fabrique, il va obtenir une seconde bourse d'excellence pour trois années de doctorat au sein de la même école Toulousaine. Au sortir de là, c'est une compétence avérée d'une rigueur sans pareille qui va marquer fermement et excellentement son empreinte dans les entreprises et les amphithéâtres. Tout d'abord, il va apporter son expertise (analyse de la pauvreté, statistiques et économie) au Bureau Central Camerounais du Recensement et des Études Démographiques, avant d'être enseignant assistant en techniques quantitatives et économie à l'école d'économie de Toulouse. Il va également faire



un bref passage chez Airbus comme chef de projet et économiste consultant.

En novembre 2013, il dépose ses valises au sein de MTN Group où il occupera plusieurs postes de responsabilités comme celui de consultant-expert en intelligence d'affaires et coordonnateur de la gestion de la valeur client (MTN Cameroun). Durant son passage au sein de cette multinationale sud-africaine, il va entre autres réalisations, contribuer à l'augmentation du nombre d'abonnés dans trois pays différents que sont le Nigéria, la Côte-d'Ivoire et l'Ouganda. De plus, autre fait marquant, il va mettre sur pied le concept de nano segmentation et concevoir des propositions de valeur comme MTN Elite, MTN Best et Easy Booster. De telles réalisations lui ont valu le Prix du meilleur employé de MTN Cameroun décerné par le Directeur du Marketing.

Chargé de cours en marketing, finance quantitative & Assurances à l'ISSEA, il ne cesse de mettre son génie à profit dans la création de solutions de performance. D'ailleurs, depuis son arrivée à Orange Cameroun en 2015, il ne cesse de gravir des échelons tant, son travail remarquable est apprécié et récompensé. Figurant parmi les TOP TALENTS d'Orange Cameroun en 2017, Yves KOM poursuit sa quête de performances, tributaire de son énorme potentiel. ■

Esther TIAKO, ADG NSIA Assurances Cameroun: le parcours qui fascine

De plus en plus, les femmes occupent une place de choix dans le secteur privé au Cameroun. Par leurs résultats et leurs réalisations, elles prouvent au quotidien la force du leadership féminin. Parmi les lionnes qui font briller le Cameroun par leur savoir – faire et la passion qu'elles ont pour l'excellence, Esther TIAKO s'illustre par son parcours à la fois exceptionnel et riche en enseignement.

Par la Rédaction.

Née au Cameroun, Esther Ngo Ngouang de son nom de jeune fille est une cheffe d'entreprise brillante qui pendant plusieurs décennies a prouvé que les femmes camerounaises et africaines avaient les capacités de réaliser de grandes choses. Avec son style de management orienté vers la performance et la recherche permanente de l'excellence, Esther TIAKO fait briller le groupe NSIA au Cameroun.

C'est au lycée Joss de Douala qu'en 1976, Esther obtient son baccalauréat en série littéraire. Elle entrera par la suite à l'université de Yaoundé où elle fait les études de droit. Après l'obtention de sa Maîtrise en droit des affaires en 1980, Esther TIAKO met le cap sur la France pour continuer ses études. Une fois en Hexagone, au lieu de continuer avec le droit, elle se tourne plutôt vers les études en assurances. En 1982, elle obtient un Diplôme de troisième cycle (DESS) en Assurances à l'université de Paris 1 Sorbonne et la même année, elle décide de rentrer au Cameroun.

Une fois au Cameroun, Esther TIAKO commence sa carrière à la CCAR Cameroun comme cadre technico-commercial. Très



rapidement, elle va gravir les échelons. Chef de service production – sinistres entre 1984 et 1985, directrice adjointe bureau direct de 1985 à 1989, directrice du bureau direct pendant 1 an, de 1990 à 1992, elle est la directrice commerciale de la CCAR Cameroun. Elle passera ensuite 15 ans comme DGA de AXA Cameroun (ex CCAR Cameroun). En 2007, après 25 ans de carrière dans le monde des assurances passées à la CCAR Cameroun

devenu AXA Cameroun en 1992, Esther TIAKO embrasse le challenge NSIA où elle est Administratrice directrice générale de NSIA Assurances Cameroun. Une belle carrière riche et inspirante qui impose le respect. Également vice-présidente de la Fédération des Sociétés d'Assurances de Droit National Africaines (FANAF) depuis 2014, Esther TIAKO est une femme de valeur qui a su tracer une belle trajectoire. ■



kamart



PHOTO D'ENTREPRISE | REPORTAGE
PACKSHOT | PORTRAIT CORPORATE
DIAPORAMA | TIRAGE GRAND FORMAT

Contacts:

+237 675 680 333 / kamart.cm@gmail.com

facebook.com/KamartCorp



Le nom commercial : un actif de propriété industrielle méconnu

Me Jules François ATSATITO KAMANOU
Avocat au Barreau du Cameroun,
Expert en propriété intellectuelle

Divers textes internationaux et l'Accord de Bangui¹ régissent bon nombre d'actifs de propriété industrielle parmi lesquels les brevets, les modèles d'utilité, les marques, les dessins et modèles industriels, les indications géographiques et les noms commerciaux. Ces derniers ont une particularité notoire au Cameroun car en plus d'être régis par ces textes sus-évoqués, ils sont également régis par un Arrêté ministériel² ; lequel rend obligatoire l'enregistrement des noms commerciaux au Cameroun. Au sens de l'Accord de Bangui,¹ « [...] Constitue un nom commercial, la dénomination sous laquelle est connu et exploité un établissement commercial, industriel,

artisanal ou agricole »³.

Au même titre que les biens matériels, à l'instar des véhicules, des immeubles, et de tout autre matériel nécessaire à l'exploitation d'une entreprise, le nom commercial fait partie intégrante du patrimoine, certes immatériel, de l'entreprise. Il peut donc être une source de revenus d'une entreprise et en être un des moteurs de son développement. Afin de mieux cerner les contours de cet actif de propriété industrielle on ne peut plus utile dans l'exploitation d'une entreprise, il est important de s'appesantir sur le droit au nom commercial (i), les sanctions en cas de violation des conditions d'enregistrement du nom commercial (ii), la durée des droits sur le nom commercial (iii) et la transmission du nom

commercial (iv).

i. Le droit au nom commercial

Il s'agit de présenter les critères que doit remplir un nom ou une désignation afin d'être légitimement qualifié de nom commercial. Certains de ces critères sont présentés de manière négative par l'Accord de Bangui, lorsqu'il présente les noms ou désignations qui ne peuvent être considérés comme des noms commerciaux. Ainsi, « *Ne peut constituer un nom commercial, le nom ou la désignation qui, par sa nature ou l'usage qui peut en être fait, est contraire aux bonnes mœurs ou à l'ordre public et qui, notamment, pourrait tromper les milieux commerciaux ou le public sur la nature de l'établissement commercial, industriel, artisanal ou agricole désigné par ce nom* »⁴. Un nom commercial

ne doit donc être ni contraire aux bonnes mœurs, ni à l'ordre public et ne doit pas être de nature à tromper le public, de quelque manière que ce soit, sur la nature de l'établissement. Il est à noter que ces conditions sont cumulatives ; il suffit qu'un nom ou une désignation ne remplisse pas l'une de ces trois conditions, pour justifier son exclusion de la qualification de nom commercial.

Le droit au nom commercial s'acquière par la priorité d'usage ou d'enregistrement d'un nom ou d'une désignation⁵. Ainsi, le nom commercial appartient soit à celui qui le premier, en a fait l'utilisation, et la preuve de cette utilisation peut être faite par des écrits, imprimés ou documents contemporains des faits d'usage⁶ ; soit à celui qui le premier, en a obtenu l'enregistrement, à condition que ledit enregistrement n'ait pas été obtenu par fraude⁷. La fraude dans ce cas consisterait en l'enregistrement d'un nom commercial par une personne, tout en sachant que ledit nom commercial appartient déjà à un autre propriétaire ; en d'autres termes, qu'il existe déjà sur ce nom commercial un droit

antérieur.

ii. Sanctions en cas de violation des conditions

L'Accord de Bangui a édicté différents critères que doit remplir un nom ou une désignation afin d'être qualifié de nom commercial. Le non-respect de ces conditions ouvre droit à diverses actions visant à neutraliser les effets du nom commercial en cause, dans tous les pays membres de l'OAPI (Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle). Il s'agit soit de la voie de l'opposition, soit de la voie de la nullité du nom commercial.

L'opposition est un recours prévu par l'Annexe V de l'Accord de Bangui⁸, qui donne droit à tout intéressé de saisir l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) dans un délai de 06 mois à compter de la publication d'un nom commercial, afin de s'opposer à l'enregistrement dudit nom commercial, motif pris de ce que cet enregistrement aurait été fait en violation soit des articles 1, 2 et 5.1 de l'Accord de Bangui, soit d'un droit antérieur appartenant à l'opposant⁹. Toute décision prise par l'Organisation sur l'op-

position n'a pas d'effet rétroactif ; et cette décision est susceptible de recours devant la Commission Supérieure de Recours, qui est la plus haute instance juridictionnelle de l'OAPI, dans un délai de 03 mois à compter de la notification de cette décision aux intéressés¹⁰.

Quant à l'action en nullité du nom commercial, elle n'est pas intentée devant l'Organisation, mais devant les tribunaux civils nationaux, soit à la requête du ministère public, soit de toute personne intéressée. Cette action en nullité doit également être fondée soit sur la violation des articles 1, 2 et 5.1 de l'Accord de Bangui, soit sur la violation d'un droit antérieur¹¹. Dans ce dernier cas, l'action en nullité du nom commercial ne peut être intentée que par le titulaire du droit antérieur. La décision déclarant l'enregistrement nul a un effet rétroactif.

iii. La durée du droit au nom commercial

Parler de la durée du droit au nom commercial renvoie à la durée pendant laquelle une personne peut se prévaloir de la tit-





ularité d'un nom commercial. La titularité sur un nom commercial n'est valable que pour 10 ans¹² à compter du dépôt de la demande d'enregistrement. Toutefois, cette titularité peut être conservée indéfiniment grâce à des renouvellements successifs tous les 10 ans. Il peut arriver qu'au fil du temps, le titulaire d'un nom commercial omet de procéder au renouvellement de l'enregistrement dans les délais. Dans ce cas de figure, l'Accord de Bangui lui accorde un délai de grâce de 06 mois, à compter de l'expiration des 10 ans, afin de valablement procéder au renouvellement ; ceci en contrepartie du paiement d'une surtaxe fixée par voie réglementaire¹³.

iv. La transmission des droits sur le nom commercial

En matière de transmission du nom commercial, il existe une particularité, qui est perçue par certains, comme une tare. Con-

trairement aux autres actifs de propriété industrielle à l'instar des marques et des brevets, « le nom commercial ne peut être cédé ou transmis qu'avec l'établissement commercial, industriel, artisanal ou agricole, ou la partie dudit établissement désigné sous ce nom »¹⁴. Le nom commercial ne peut donc être transmis séparément de l'établissement commercial, industriel, artisanal ou agricole désigné sous ce nom. Il fait en quelque sorte partie intégrante de l'établissement et étant donné que le nom commercial fait partie du fonds de commerce d'un établissement, ceci pourrait justifier que l'un ne peut être transmis sans l'autre.

La transmission d'un nom commercial étant fait par écrit, elle est donc opposable aux parties dès signature par celles-ci. En ce qui concerne l'opposabilité aux tiers, celle-ci requière des formalités supplémentaires. En effet, aux fins d'opposabilité

aux tiers, l'acte de cession du nom commercial doit être inscrit dans le registre spécial des noms commerciaux tenu par l'Organisation, et suivi de publication¹⁵. Il est à noter que l'Accord de Bangui ne prévoit pas la possibilité aux titulaires des noms commerciaux, d'octroyer des licences d'exploitation sur lesdits noms commerciaux. ■



¹ Accord signé à Bangui le 24 février 1999

² Arrêté N°005970/MINMIDT du 11 août 2015 réglementant l'enregistrement des noms commerciaux au Cameroun

³ Article 1er de l'annexe V de l'Accord de Bangui

⁴ Article 2 de l'Annexe V précité

⁵ Article 3(1) de l'Annexe précité

⁶ Article 3(2) de l'Annexe V précité

⁷ Article 3(3) de l'Annexe V précité

⁸ Article 9 de l'Annexe V précité

⁹ L'article 1 de l'Annexe V de l'A.B.

dispose « Au sens de la présente Annexe, constitue un nom commercial, la dénom-

ination sous laquelle est connu et exploité un établissement commercial, industriel, artisanal ou agricole. »

L'article 2 dispose « Ne peut constituer un nom commercial, le nom ou la dénomination qui, par sa nature ou l'usage qui peut en être fait, est contraire aux bonnes mœurs ou à l'ordre public et qui, notamment, pourrait tromper les milieux commerciaux ou le public sur la nature de l'établissement commercial, industriel, artisanal ou agricole désigné par ce nom. »

L'article 5.1 dispose « Il est illicite d'utiliser, sur le territoire national de l'un des Etats

membres, un nom commercial enregistré pour la même activité commerciale, industrielle, artisanale ou agricole que celle du titulaire du nom commercial enregistré, si cette utilisation est susceptible de créer une confusion entre les entreprises en cause. »

¹⁰ Article 9(3) de l'Annexe V précité

¹¹ Article 14 de l'Annexe V précité

¹² Article 11 (1) de l'Annexe V précité

¹³ Article 11(3) de l'Annexe V précité

¹⁴ Article 15(1) de l'Annexe V précité

¹⁵ Article 15(3) de l'Annexe V précité



Sécurisé,
Confortable, Accessible.

Welcome

AKWA HIN DOUALA

«L'hôtel qui vous ressemble»



Rue Pau, Akwa (Carrefour Paris Dancing)

INFOS / RÉSERVATION :

+237 656 44 90 13

www.hotelakwahin.com

f in @ akwahinhotel

Our local explorer



ivoire ceo

Le retour.



Mahaza BEAUTY

Nous combions vos espoirs

f @mahazabeauty

www.mahazaspaandbeauty.com



📍 Douala, Bonapriso à 200m derrière le Castel Hall

☎ 699 304 997 - 653 667 678

📍 Yaoundé, Bastos en face de la résidence de l'Ambassade du Nigéria

☎ 698 495 746 - 651 979 966

A close-up portrait of Linda Tchatchoua, a woman with long, dark, wavy hair, smiling warmly. She is wearing a white, lace-trimmed top and has her hand resting under her chin. The background is a soft, out-of-focus grey.

LINDA TCHATCHOUA LA RÉSILIENTE,

Femme d'affaires
à la foi inébranlable

C'est un chef d'entreprise rompue à la tâche que nous avons rencontré au siège de Safari Logistics & Transit à Bonapriso Douala. Entre les coups de fil venant de part et d'autres, elle a dû mettre son téléphone à l'écart quelques minutes pour répondre à notre interview. Avec classe et élégance, elle nous a entraîné au cœur de sa passion pour les affaires.

Propos recueillis par la Rédaction.

Qui est Linda TCHATCHOUA ?

Je suis une entrepreneure Camerounaise de 42 ans. Il y a quelques années, de retour au Cameroun après un long séjour aux Etats – Unis, j'ai travaillé au sein d'une entreprise familiale dans le secteur de la logistique. Suite à quoi, j'ai décidé de suivre mes propres rêves en me lançant dans l'entrepreneuriat. Aujourd'hui par la force du travail et de nombreux sacrifices, je suis à la tête de 3 entreprises dans 3 secteurs d'activités différents qui grandissent plutôt bien et j'investis dans les projets que je trouve intéressant.

Vous êtes une entrepreneure multiscarte, où tirez – vous votre motivation ?

De façon naturelle, j'aime relever les défis. L'échec n'existe pas dans mon vocabulaire. Je sais que tout est possible quand on croit fermement et qu'on travaille avec conviction. Je veux impacter les jeunes d'une part et les femmes d'autre part à aller de l'avant, à croire en leurs rêves et le seul moyen pour y parvenir c'est de prêcher par l'exemple. Pour moi, la règle est claire : je n'ai pas droit à l'erreur. Je dois réussir dans tout ce que j'entreprends pour montrer aux autres que tout est possible quand on y croit avec détermination. Je travaille pour la postérité, je veux compter parmi les femmes qui ont marqué l'Afrique par leurs passages. Je sais que le chemin est encore long mais j'ai la ferme conviction d'y parvenir.

Des trois entreprises que je dirige, Mahaza Beauty se spécialise dans le bien être. Elle est née de ma volonté d'apporter une nouvelle démarche dans l'univers du bien-être pour enfants au Cameroun. Aujourd'hui, nous ne nous occupons pas seulement des enfants mais également des adultes. Elle se développe très bien avec un bon positionne-

ment sur le marché du bien-être au Cameroun.

En ce qui concerne l'entreprise de transit et logistique Safari Logistics dont l'agrément nous permet de couvrir la zone CE-MAC, nous enregistrons une courbe de croissance ascendante. Dans notre portefeuille, nous avons des clients prestigieux comme City Sport, Super U, MC distribution, Casino, BAO, SEPBC et certaines institutions étatiques. Ayant fait mes classes dans l'entreprise familiale, il paraissait évident au vue de mon ambition d'avoir une société reflétant mes rêves et mes aspirations. Aujourd'hui Safari Logistics a parcouru un chemin qui me rend fière. Mahaza Luxury Interior Design est née de ma passion pour le beau. En tant qu'entrepreneure, rentabiliser une passion est la chose la plus exaltante car on s'amuse en travaillant et on est payé pour.

Toutefois, il faut relever que ma principale source de motivation a toujours été ma mère. A 68 ans, elle est toujours aussi forte et travailleuse. Sa détermination, son amour pour le travail bien fait m'ont toujours inspiré et continue de me motiver à donner le meilleur de moi.

Il y'a quelques années au bord de la faillite, vous avez su rebondir, vous réinventer et repositionner vos entreprises parmi les meilleures dans les secteurs de la logistique, le design Intérieur et la beauté. Racontez – nous cette épisode de votre parcours.

Alors de prime à bord, je m'assimile à une lionne. Son caractère indomptable m'interdit d'abandonner et surtout au premier coup. Pendant les moments difficiles plusieurs m'ont demandé de jeter l'éponge et de rentrer à l'étranger. A ceux-là je répondrais par la maxime : « l'important n'est pas de ne jamais tomber, c'est de se relever à chaque fois. » Je tenais à relever le défi car je me sentais capable de le faire. Je suis très positive dans ma manière de voir la vie et le découragement ne fait pas partie de mon vocabulaire. Je ne m'impose aucune limite car only the sky is the limit.

Vous avez récemment investi dans une pâtisserie en plein Paris. Choix de cœur ou réelle opportunité de business ?

Sincèrement, je dirais les deux.



DESIGN D'INTÉRIEUR

L'espace de rêve que vous méritez

Mahaza Luxury Interior Design
met tout son savoir-faire en oeuvre
et vous propose des espaces uniques,
innovants, imaginés et créés sur mesure
en fonction de vos attentes.



DIRECTION GÉNÉRALE, DOUALA
Bonapriso, derrière le Castel Hall
+237 653 66 76 78 | 691 60 70 51

AGENCE YAOUNDÉ:
En face de TITI Garage
+237 666 27 65 64 | 695 37 47 00

CONSULTATION | RÉHABILITATION | AMÉNAGEMENT | DÉCORATION

INTERVIEW

Car vous savez, en tant qu'entrepreneure, certaines choses se font au feeling. Le projet est porté par une amie, Anne ESSINDI, diplômée en pâtisserie. On en parle, je suis emballée, alors je décide de me lancer en prenant des parts dans la société. Aujourd'hui je suis fière de ce projet situé en plein cœur de Paris, dans le 17ème arrondissement. Car non seulement il rapporte mais aussi aide une femme dynamique à réaliser ses rêves. Nous pensons déjà à l'ouverture prochaine d'une boulangerie au Cameroun.

Infatigable ! On a envie de le dire

développement du Cameroun et de l'Afrique. Aujourd'hui, la priorité est au développement et à l'expansion des activités dans lesquelles nous exerçons.

Que signifie Mahaza ?

Je m'attendais à ça (rire). Mahaza est un sigle qui s'inspire d'une origine affective. Ma fille s'appelle Zara et quand elle est venue au monde, je m'étais faite la promesse d'être la meilleure des mamans. Ainsi, quand j'ai voulu lancer mon entreprise, j'ai cherché un nom qui me rappellera toujours ma promesse et qui me permettra de mettre

les ingrédients de ces croissances rapides ?

Je suis une boule d'énergie. Travailler me procure un réel plaisir. Quand je me lève le matin, je veux réaliser des choses, transmettre, voir mes projets avancer. Aujourd'hui, j'arrive à transmettre à mes collaborateurs, cette rage de vaincre qui m'anime. C'est la raison pour laquelle nous avons des résultats positifs et ce qui explique certainement la croissance des différentes entreprises. Par-dessus tout, la passion a également une grande place dans nos résultats. Quand on aime ce qu'on fait et qu'on travaille avec passion, le succès



quand on vous observe au quotidien. Quelle est votre vision ? Qu'est-ce que vous voulez bâtir ?

Ma vision est très simple. Je veux bâtir un grand groupe solide. Je souhaite que dans quelques années ma Holding puisse employer un nombre important de Camerounais. Je suis apolitique mais je veux à travers mes affaires contribuer significativement au

l'amour que je porte pour elle au cœur de tout ce que je fais. C'est de là que m'est venu MAHAZA (Maman Haute définition de Zara).

Safari Logistics, Mahaza Beauty, Mahaza Luxury Interior Design, des belles entreprises qui croissent de façon remarquable. Quels sont

sera toujours au rendez – vous.

Quel regard avez-vous de la place de la femme dans le tissu économique Camerounais ?

Les femmes Camerounaises sont de plus en plus dynamiques. Elle est révolue l'époque où les femmes étaient uniquement

bonnes pour garder la maison (rire). Aujourd'hui, on voit des femmes qui forcent l'admiration, qui réalisent des choses exceptionnelles et qui contribuent fortement au développement de l'économie du Cameroun. Je suis heureuse de faire partie de cette nouvelle dynamique.

Quels sont les défis auxquels vous faites face au quotidien en tant que femme entrepreneure ?

Quand on est une femme, il faut déjà travailler deux fois plus pour s'imposer et se faire respecter. Il faut être professionnelle et rigoureuse car si vous montrez des signes de faiblesse, les détracteurs qui sont très nombreux ne vous louperont pas.

Quels sont vos projets imminents ?

En ce qui concerne SAFARI LOGISTICS, nous renforçons notre flotte logistique avec pour objectif d'être beaucoup plus compétitif. Quant à MAHAZA BEAUTY, nous préparons l'ouverture prochaine des autres instituts dans le triangle national. Enfin, pour MAHAZA LUXURY nous concrétisons notre déploiement dans trois pays de la sous-région Afrique Centrale.

Vos projections à l'horizon 2030 ?

Comme je l'ai dit en amont, je veux construire un grand groupe solide et puissant dans l'univers du bien-être. Dans quelques années, nous passerons à la seconde phase du projet qui est l'industrialisation. Nous prévoyons fabriquer nos propres produits cosmétiques et accessoires de beauté, conformes aux normes pharmaceutiques et industrielles. Continuer à étendre notre réseau pâtissier dans différentes villes de France et au Cameroun, avoir un ancrage fort dans la sous-région CEMAC avec nos différentes activités.





LOGISTIQUE

PRESTATIONS DE SERVICE

TRANSIT



TRANSPORT

Notre atout

- ★ Engagement
- ★ Dynamisme
- ★ Formation continue

COMMISSIONNAIRE EN DOUANE AGRÉÉ (CEMAC)

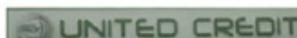
Nos valeurs : "La réactivité et encore plus"

- ★ Professionnalisme
- ★ Performances
- ★ Intégrité

Ils nous ont fait confiance.



Ils nous accompagnent.



« SAFARI LOGISTICS ... la Qualité venue d'ailleurs »

Vous offrir le meilleur comme si vous étiez ailleurs

BP: 1497 Douala - Bonapriso Rue UTA après La Clinic Odysée - Tél: 233 43 70 95 / 690 91 74 50 / 673 60 30 16

Yaoundé, Titi Garage face ancien Québec - Tél: 222 21 87 19 / 666 27 65 64

Email: safarilogistics.cm@gmail.com - <http://safarilogistics.cm/>

La Gestion Axée sur les Résultats

Par Le Cabinet Go Ahead Africa Ltd

La Gestion Axée sur les Résultats (GAR) encore appelée Results Based Management (RBM) est une approche de gestion focalisée sur la performance et l'obtention de résultats.

D Par opposition aux approches traditionnelles centrées sur le suivi des activités ou encore des ressources, axer la gestion sur les résultats signifie encadrer l'action d'une organisation d'un point de vue stratégique plutôt que procédural.

Le concept est attribué à Peter Drucker qui le développe dans son ouvrage « Managing for results », un manuel de management lié au secteur privé et à la réussite de l'entreprise. Introduite en 1964, la GAR est une méthode de gestion appliquée par une organisation pour veiller à ce que ses procédures, produits et services contribuent à l'atteinte de résultats clairement définis. Cette approche managériale appelle les gestionnaires à se focaliser plus sur les opportunités que sur les problèmes.

Quels sont les principes de la GAR ?

La GAR est fondée sur six (6) principes:

la Simplicité:

il est primordial de clarifier les procédures de planification et de mise en œuvre afin qu'elles puissent être comprises et suivies par toutes les parties prenantes ;

L'Apprentissage par l'action:

La GAR prône l'amélioration de l'expertise des parties prenantes grâce à l'expérience de



terrain à force de tentatives et/ou d'erreurs, affinant les stratégies en fonction des « leçons apprises ».

le Partenariat:

afin que la GAR soit efficace, les résultats escomptés doivent être définis et validés par les parties prenantes du projet, à travers un processus de construction consensuel .

la Responsabilité:

une définition précise des résultats escomptés permet de situer les responsabilités de succès ou d'échecs éventuels, tout en accroissant l'implication des différents acteurs.

la Transparence :

les résultats escomptés, comme les ressources engagées, doivent être clairement définis de sorte à pouvoir être mesurés, suivis et évalués aisément.

En quoi serait-il bénéfique

d'adopter cette approche Managériale ?

Cet outil de gestion hautement basé sur la planification s'appuie sur un ensemble d'objectifs, d'activités, d'extrants, de résultats et de mesures clairement définis. Ces différentes notions, au cœur de ce mode de gestion permettent de prévoir et de gérer les risques et hypothèses. De plus, elle garantit que le projet soit réaliste et durable. En d'autres termes que les activités et tâches correspondent aux capacités et disponibilités réelles de ses acteurs. Enfin, elle contribue à avoir une vision claire des objectifs d'un projet et de savoir dans quelle mesure ces objectifs sont atteints.

Comme à l'accoutumée, nous vous laissons cette petite réflexion, tirée d'une citation de Peter Drucker 'chaque fois que vous voyez une entreprise qui réussit, dites-vous que c'est parce qu'un jour quelqu'un a pris une décision courageuse'. ■

Pizapo
Photography



**MERCREDI,
21 JUILLET 2021
18h-20h30, CMR
HÔTEL ONOMO,
BONANJO**



**Le Management Stratégique
levier de la performance
d'entreprise**

En ligne

10.000 FCFA

En présentiel, places limitées

25.000 FCFA

-20% Offerts jusqu'au 11 juillet

Suivez-nous



info@goaheadafrica.net

PAIEMENTS MOBILES



694.56.49.74

672.89.01.50



APPELEZ-NOUS!

+237

698.39.15.71 - 674.89.02.02





Ouvrage Labellisé en 2021 par le Collège de Labellisation de la FNEGE
(ouvrage de recherche collectif « ORC »)

La recherche en management en Afrique a longtemps connu une très forte influence des cadres conceptuels et théoriques, des paradigmes épistémologiques et méthodologiques, des discours académiques et universitaires élaborés en dehors des contextes africains. Cette situation a principalement pour conséquence de limiter considérablement l'impact managérial des publications africaines.

Les 20 chapitres de cet ouvrage explorent les pistes de renouvellement de la recherche managériale enracinée dans les contextes africains. Ces chapitres ont été rédigés par des chercheurs universitaires et des praticiens du management. Leurs contributions s'inscrivent dans trois perspectives complémentaires : théorico-conceptuelle (partie 1), épistémologique (partie 2), vécue-expérientielle (partie 3). Ce triptype éditorial original a volontairement été adopté pour faciliter une large diffusion de l'ouvrage et sa lecture par toute personne intéressée d'en savoir davantage sur les contributions africaines à la création de la connaissance en management. Il s'agit notamment des doctorants inscrits dans les programmes de *Doctorate in Business Administration* (DBA) dont l'attractivité est croissante dans les institutions universitaires africaines, des doctorants inscrits dans les programmes de doctorat (Ph.D.), des chercheurs universitaires, des praticiens désireux d'enrichir leurs compétences professionnelles par une meilleure connaissance de la diversité des contextes africains.

La spécificité de cet ouvrage repose sur sa ligne éditoriale qui est différente de celle des rares ouvrages actuellement disponibles (en français), sur la recherche en management en Afrique. Les lecteurs pourront ainsi y trouver des références bibliographiques diversifiées, actualisées et contextualisées pour l'enrichissement de leurs travaux.

Jerry Cheambe, fondateur de MAVIANCE

Par la Rédaction.

Echouez autant que possible car c'est la meilleure voie de la réussite ». Ces paroles de Jerry CHEAMBE, fondateur de Maviance révèlent bien l'amour du travail, la détermination, le courage et l'esprit de créativité dont il fait preuve au quotidien. Il fait aujourd'hui partie de ces valeurs Africaines incontestables qui participent à opérer une réelle transformation technologique sur le continent. L'excellence et l'innovation étant ses principaux moteurs, il a une passion particulière pour les technologies évolutives qui simplifient des vies et transcendent les grands problèmes sociétaux. Son habileté et son ingéniosité font de lui un leader dont les jeunes entrepreneurs pourraient bien s'inspirer.

C'est un spécialiste de la transformation numérique et de la finance numérique (FinTech). Les domaines des produits, de la technologie et de la finance ne sauraient avoir des secrets pour lui tant son entreprise Maviance a acquis une grande crédibilité sur le marché. Une des principales entreprises FinTech du Cameroun, elle est spécialisée dans les paiements transfrontaliers, les paiements mobiles et les services bancaires d'agents. Depuis onze ans, son efficacité et l'innovation qui se cache derrière ses produits lui ont permis d'acquérir une notoriété bien établie dans le secteur de la finance.

Parmi les initiatives entrepreneuriales de Jerry CHEAMBE, se classe Q-Lipay créée en 2016, une plateforme en temps réel qui permet aux migrants d'Europe germanophone de payer les factures, les produits et les services pour leurs familles dans leur pays d'origine. Une innovation qui fait la fierté de cet entrepreneur et chef d'entreprise technologique à l'esprit ouvert et créatif. Il faut dire que tout son génie, il l'a développé durant un riche parcours académique et professionnel au sein d'institutions prestigieuses.

En effet, il a été tout d'abord formé à l'Ecole Nationale Supérieure Polytechnique de Yaoundé avant d'aller à la Dublin City University et de terminer à la Technische Universität de Berlin où il s'est spécialisé en Business Management and Computer



Sciences. Son parcours professionnel débute par l'enseignement des statistiques et l'économétrie à l'Institute for Econometrics and Statistics de la Technische Universität de Berlin. Il se retrouve ensuite à Frannhofer FOKUS, une institution qui accompagne les entreprises commerciales et les administrations publiques dans l'élaboration et la mise en œuvre de la transformation numérique. De là, il va rejoindre la prestigieuse entreprise internationale de conseil et de technologies, Accenture, où il va occuper pendant six ans le poste de gestionnaire de l'intégration des systèmes et technologie. De toute cette grande et belle expérience, c'est logiquement qu'il propose son mentorat dans la création des startups africaines. Il est par ailleurs membre de la VKII, l'association des ingénieurs et informaticiens camerounais d'Allemagne, une organisation qui œuvre énormément dans le transfert des technologies entre l'Allemagne et le Cameroun. ■

Vous voulez être **ROI** ?
Avec du bon **CONTENU**,
c'est possible!



SILOE agency

COMMUNITY MANAGEMENT - **CRÉATION DE CONTENU**

start@siloe.agency

☎ +237 694 31 22 29

5 règles d'or pour une communication à fort impact pour un dirigeant d'entreprise.

Communicante au sein d'une entreprise de télécommunications du CAC40, Elodie MBIDA est une professionnelle aguerrie qui maîtrise les domaines de la communication institutionnelle et des relations publics.



En tant que premier visage de son entreprise, le dirigeant d'une entreprise doit être en quête d'authenticité, de transparence, incarner des valeurs, valoriser son savoir-faire dans un but d'humaniser son entreprise auprès de ses différentes cibles. Pour se faire, il devra allier communication traditionnelle, stratégie de digitalisation, e-RP et influence pour construire son personal branding ou sa « marque personnelle ». La marque personnelle est un ensemble de valeurs et de spécificités qui démontrent votre histoire, votre parcours, vos décisions stratégiques.

Au Cameroun, nous connaissons tous des dirigeants tels que Francis Nana Djomou décrit comme le leader de l'industrie cosmétique

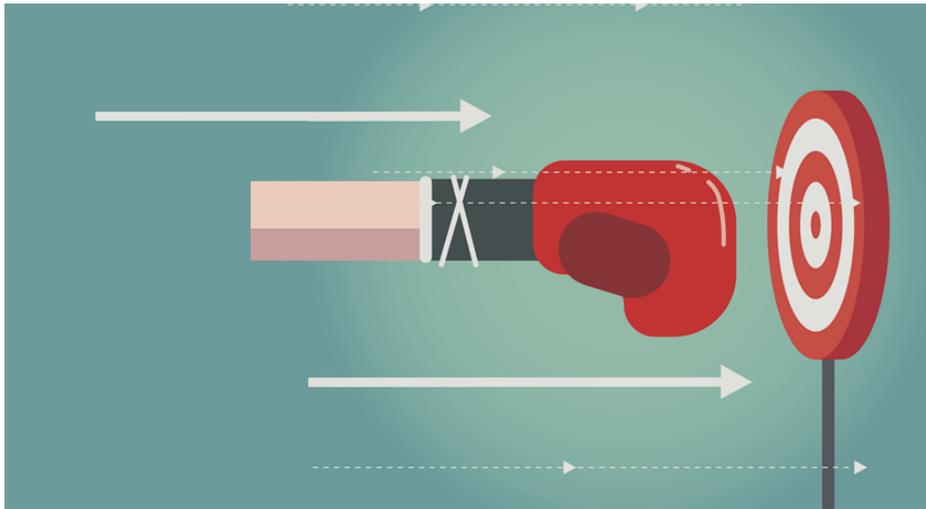
en Afrique francophone et dépeint comme un homme avec une vision et une démarche stratégique dans les affaires. Mireille Fomekong, classée parmi les figures de proues de l'entrepreneuriat au féminin, qui a su se faire une place de choix, dans le monde très concurrentiel de la communication et du marketing au Cameroun. Grâce à sa force de caractère, sa rigueur dans le travail, son sens du détail et son sens des responsabilités. Dans la jeune génération, l'avocate camerounaise Aurélie Chazai est reconnue pour son sérieux, son expérience internationale, son sens du management d'équipe et son leadership.

Pour une communication de di-

rigent réussie, il faut être conscient de l'existence de sa marque personnelle et la contrôler. Voici quelques règles à suivre pour être proactif dans la construction de votre marque personnelle et ne pas tomber dans le piège d'une communication excessive ou même dans un bad buzz.

1- Votre ligne conductrice sera votre boussole

Pour être un top dirigeant ou un excellent manager, vous devez réfléchir à votre vision qui donnera un sens, une direction à votre communication et guidera vos décisions. Votre vision vous aidera à définir vos objectifs, votre image voulue, votre public cible (cible principale,



cible secondaire et cœur de cible) et votre expertise. Nous vous conseillons d'avoir recours à la matrice de S.W.O.T qui est un outil d'analyse stratégique en entreprise, née en 1960 par Albert S. Humphrey. Elle permet de réaliser un diagnostic d'analyse global avant de lancer un projet. Elle vous sera utile pour développer votre image en amont et dans l'évaluation de vos facteurs internes (Strengths, Weaknesses) et externes (Opportunities, Threats). Assurez-vous que vos objectifs sont SMART (spécifique, mesurable, atteignable, réaliste, temporelle). Les indicateurs et objectifs S.M.A.R.T. sont utilisés en entreprise, en gestion de projet, en coaching, en ressources humaines. Elles doivent être simples, claires et réalisables.

2- Humanisez votre marque personnelle avec un storytelling authentique

Le storytelling est l'art de raconter des histoires. Il consiste à faire passer vos messages clés afin de captiver votre cible. A l'instar des entreprises, faire son propre storytelling permet de créer un univers autour de votre personne, puis d'ancrer votre stratégie de communication dans cet univers en racontant des histoires qui s'y imbriquent. Sa finalité est de créer un lien émotionnel fort entre votre cible et vous. Attention, il ne s'agit

pas de mentir sur votre histoire, vos compétences ou de tronquer votre personnalité pour ne pas perdre la confiance et la crédibilité accordée par votre public-cible. Pour cela, raconter votre histoire personnelle, celle de votre entreprise, transmettez vos valeurs, partagez votre vocation, démontrez comment vous avez su tirer des leçons de vos échecs, valorisez les acteurs qui ont contribué à votre ascension.

3- Utilisez vos réseaux sociaux à bon escient

Les réseaux sociaux contribuent à promouvoir votre image personnelle à travers une ligne éditoriale clairement définie. Votre stratégie de communication digitale doit allier la différenciation, l'authenticité et la créativité. Produisez régulièrement du contenu : biographie, blog, site web (avec un nom de domaine acheté de préférence), newsletter, livre blanc, magazine, vidéo, podcast, e-book, prise de parole en public. Dialoguez avec vos abonnés en répondant aux commentaires, aux mentions, en partageant le travail d'autres acteurs. Choisissez avec discernement vos messages pour éviter de vous éparpiller et créer une situation de bad buzz.

4- Travaillez votre réseau

Rien ne sert d'avoir 1 million de followers sur vos réseaux sociaux, de prendre la parole dans tous les plateaux télévisés si vous n'êtes pas capable de mobiliser votre réseau pour des décisions stratégiques ou le développement de votre activité. Un bon dirigeant, un bon manager se reconnaît par le réseau qu'il a su bâtir. Développez votre réseau en profitant des opportunités de votre ville, de votre secteur pour rencontrer des décideurs et créateurs de richesses incontournables. Soyez présent et occupez l'espace dans votre écosystème, prenez part à des événements (dîners d'affaires, forums, salons, conférences etc.) et favorisez le bouche-à-oreille. A chaque déplacement, ayez des cartes de visite et un pitch de présentation efficace qui tienne sur deux minutes maximum.

5- Faites-vous accompagner par un cabinet-conseil spécialisé en relations publics ou en communication de dirigeant.

La stratégie de personal branding d'un dirigeant peut prendre du temps à aboutir, faute de temps, de régularité et de rigueur. Le rôle d'un cabinet-conseil sera de co-construire avec le dirigeant sa ligne éditoriale, de mener une veille stratégique, médiatique et événementielle sur les différents sujets liés à l'objectif final ; enfin, être garant de la réputation du dirigeant. Le cabinet activera les leviers indispensables à une stratégie de personal branding gagnante.

Il faut comprendre que le personal branding est un travail sur le long terme. Vous testerez, réussirez, échouerez, recommencerez jusqu'à ce que vous trouviez votre positionnement. Votre travail, vos actions, votre expertise, vos valeurs devront être des éléments dominants de votre marque personnelle. ■

STRATEGIE ET INFLUENCE

Pour aller plus loin sur le sujet.

Nous avons sélectionné trois livres dont les thèmes abordés oscillent autour de l'article ci-dessus. Des ouvrages qui vous permettront assurément, de vous cultiver tout en vous donnant les outils pour améliorer votre prise en main des réseaux sociaux, dans le cadre de vos missions en entreprise ou en tant qu'entrepreneur.

Résumé:

Sortez des idées reçues sur le personal branding et déployez la démarche à toutes les étapes de votre vie professionnelle

Alors que notre culture fait plus que jamais la part belle à l'image et aux discours, où parfaire son profil en ligne est essentiel, adopter une démarche de personal branding devient crucial pour toute personne en activité ou arrivant sur un marché du travail toujours plus concurrentiel.

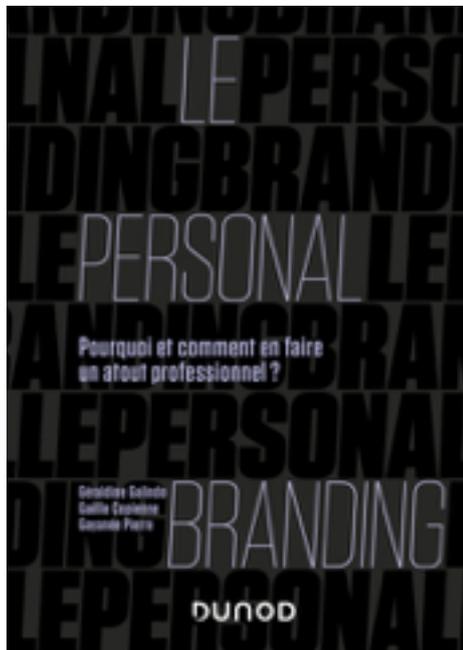
Les « trois G » vous livrent ici le fruit de plusieurs années de retours d'expériences et de recherches sur le thème. Vous explorerez ainsi exhaustivement toutes les facettes du sujet :

- des connaissances sur ses origines et ses contours ;
- des mises en action sur la connaissance de soi, l'apparence physique et la prise de parole ;
- l'identité numérique et les enjeux de réputation.

Retrouvez de nombreuses pistes concrètes, des exemples, ainsi que des témoignages éclairants pour booster enfin votre visibilité !

Caractéristiques détaillées:

Auteurs : Géraldine Galindo, Gaëlle Copienne,
Gayanée Pierre.
Editeur : Dunod
Date de parution : mai 2021 ■



CLEARER
PATH & Co.

— Influence & Crise

Communication d'influence & Gestion de Crise

Numéro d'astreinte 24/7
+33 626547459

Aurion de Kiro'o Games débarque sur le mobile

Par la Rédaction.



L'entreprise kiro'o games est pionnière dans le secteur du développement des jeux vidéo au Cameroun. En 2016, elle mettait sur le marché Aurion : L'Héritage des Kori-Odan, un jeu vidéo de type Action-RPG. Par ce jeu, le studio camerounais fondé par Olivier Madiba s'est taillé une belle réputation et a fait la une de plusieurs grands médias à travers le monde. Conscient du développement du mobile sur le continent africain, Kiro'o Games s'est engagée à développer un jeu où chaque Africain pourrait jouer à partir de son téléphone mobile. Après plusieurs mois d'attente, l'entreprise a annoncé pour le 1er Juillet 2021 la sortie de Aurion Kajuta Gems Fighter sur Playstore.

Quelques mois après la sortie de la version demo du jeu « Le Responsable » (jeu caricatural de la société africaine) qui a connu un grand succès auprès du public, Kiro'o Games a pris

tout le monde en contre-pied en annonçant la sortie le 1er Juillet 2021 du jeu Aurion Kajuta Gems Fighter sur Playstore. Cette nouvelle étape est un pas important dans le développement de Kiro'o Games, mais aussi le développement des jeux vidéo sur mobile en Afrique francophone. Le fondateur Olivier Madiba n'a jamais caché son ambition de faire de son entreprise une organisation forte et influente sur le continent africain.

L'industrie créative aujourd'hui à travers le monde connaît un développement exceptionnel. L'Afrique demeure le continent qui profite le moins de cette industrie malgré les talents et les opportunités dont regorgent le continent. Kiroo Games et d'autres studios du continent à l'instar de Nookhema Games du Camerounais Michel NKUINDJA veulent changer la donne. La sortie d'Aurion Kajuta Gems Fighter est un moment important pour l'industrie des jeux

vidéo en Afrique subsaharienne ceci pour plusieurs raisons : la première, on observe un très fort taux de croissance des smartphones sur l'ensemble du continent, pour 2020 par exemple le cabinet Gartner prévoyait en Afrique subsaharienne la vente de 92 millions de smartphone. La deuxième raison qui est très intéressante pour le développement des business model des acteurs de la Tech c'est l'impressionnant déploiement du mobile money. Le paiement mobile fait aujourd'hui partie des usages et c'est une aubaine pour les entreprises innovantes en quête de moyen de paiement accessible au plus grand nombre.

Aurion Kajuta Gems Fighter arrive dans un contexte où tous les voyants sont aux verts pour propulser son éclosion. Téléchargez le jeu sur playstore à partir du 1er Juillet et faites - vous votre idée. ■

Mamans et chefs d'Entreprises : concilier les deux, un impératif!

Par La Rédaction



La société connaît de plus en plus, une panoplie de femmes chefs d'entreprises et mères de familles. Très souvent, à cheval entre le Business et les mômes, elles sont en quête d'autonomie financière, de liberté et d'épanouissement dans l'univers Entrepreneurial. Ces boss ladies sont appelées à faire des sacrifices qui permettent de concilier les deux vies ; au risque de délaisser une partie au détriment de l'autre.

Malgré un emploi de temps surbooké, il est important, voire impératif d'être présent dans la vie de sa progéniture. Business Women des temps modernes, elles sont conscientes des influences et dérives auxquelles sont exposés leurs enfants. Ces mamans ont impérativement recours aux nounous et crèches pour les seconder. La deuxième option qui est celle de la crèche, a pi-

gnon sur rue, puisqu'avec les nounous, on en voit de toutes les couleurs, aux allures préoccupantes. Pour celles des femmes leaders ayant des enfants en bas âge, le sacrifice est énorme. Véritables machines humaines, elles sont des lève-tôt et couche-tard, qui en amont comme en aval, veillent au grain.

Entre la maison, le bureau, l'école pour certains enfants et la crèche pour d'autres, tout va vite pour ces mamans qui

sont plus aptes et volontaires à s'impliquer ; question de ne rien laisser passer entre les doigts. Pour être rassurées et sentir leurs bouts de choux plus en sécurité, elles vont même jusqu'à dépêcher un membre de la famille prêt à aider. Pour celles qui y parviennent, c'est une aubaine de pouvoir compter sur un proche disponible, à plein temps.

Et quand vient le moment de gérer les plus grands ? Les Ados, c'est plus complexe ! L'adoles-



cence étant un moment crucial de transition chez l'enfant, nécessite un accompagnement parental des plus considérables. Sans toutefois les opprimer, il faut trouver du temps pour dialoguer et garder un œil attentif et protecteur sur eux. Les conseiller et les orienter de temps en temps. Savoir gérer les crises en faisant des concessions tout en gardant son autorité.

Les épouses, elles, ont encore plus de chance, parce que, soutenues par leurs conjoints, elles arrivent à souffler.

Ce n'est donc pas toujours facile d'être mère et Femme chef d'entreprise. Concilier les deux, est un grand challenge, un risque même.

Il n'y a donc pas de modèle précis, qui définisse le secret de la

réussite de ces mamans, chefs d'entreprises et entrepreneurs. Le tout réside dans une bonne organisation, où s'entremêle détermination et passion.

En entreprise, elles organisent leurs journées dans la précision et le timing. Faire ce qu'il faut dans la marge de temps bien définie, tout en s'assurant de la qualité du rendement.

Malgré toutes ces pressions internes et externes, elles sont plus motivées que jamais à s'arrimer à la donne de l'entrepreneuriat féminin. Par leurs performances et leur engagement, elles s'imposent de plus en plus dans un univers autrefois réservé, à la gente masculine. Moins complexées, qu'il y a une trentaine d'années, les femmes leaders d'entreprises et mamans de surcroît, osent et s'imposent. Au grand regard admiratif des hommes, leur premier soutien. ■



cameroon **ceo** *awards*

Ensemble célébrons
l'excellence managériale

...bientôt.

Ils ont choisi de bâtir l'avenir!

www.cameroonceo.com



CAMEROON CEO