

## INTERVIEW

Jean Yves KOTTO

L'EXPERIMENTÉ

Chairman Intelcia Afrique subsaharienne

### MANAGEMENT

Nouvelles pratiques du management :  
Tour d'horizon

### PERFORMANCE :

Thierry Ngogang, du journalisme à la  
communication corporate: un talent  
polyvalent

### LIFESTYLE

Les solutions pour réaménager son  
espace de travail



PLUS DE 5 ANS AU SERVICE  
DES BÂTISSEURS!

[WWW.CAMEROONCEO.COM](http://WWW.CAMEROONCEO.COM)

# SOMMAIRE

## 16 INTERVIEW

## 6 FLASH INFOS



## DÉCOUVERTE

## 7 Innocent Wamey, The Afro-Tech Advocate

## 24 PERFORMANCE

Thierry NGOGANG, du journalisme à la communication corporate : un talent polyvalent



# SOMMAIRE

## 8 CONSECRATION



Ebenezer ESSOKA, l'icône africaine de l'univers bancaire

PAROLE D'EXPERT  
Comment construire une marque forte ?

## 10

## 29 LIFESTYLE

Les solutions pour réaménager son espace de travail



## 15 DIASPORA

Jean Paul MELAGA, l'entrepreneur passionné de la finance

## INNOVATION 26

Nkwa, quand la caisse artisanale d'épargne se digitalise

## 22 MANAGEMENT

Managers : profitez de la fin d'année pour remotiver vos équipes !



**Directeur de publication:**  
Mérime Wilson NGOUDJOU

**Rédacteur en chef:**  
Christian Mvom

**Conseillère Juridique:**  
Schneider Kimbeng

**Design & mise en pages:**  
Media House  
(237) 691 21 47 57

**Rédaction:**  
Mérime Wilson NGOUDJOU,  
Christian Mvom,  
Ayuk Anticilia  
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

## *Parce qu'impossible n'est pas camerounais !*

**L**e courage, la foi, la détermination, le 29 mars dernier à Blida les lions indomptables du Cameroun nous ont enseigné une véritable leçon de vie qui va au-delà d'un match de football ou juste d'un enjeu sportif.

Encaissé un but qui vous élimine à 2 minutes de la fin d'une rencontre décisive et marqué à l'ultime minute de la dite rencontre pour empêcher la victoire et la qualification relève de l'exceptionnel. Cette foi et ce courage que les footballeurs camerounais ont démontré en Algérie sont des valeurs qui doivent nous accompagner au quotidien.



Depuis 2019, le monde passe par des moments extrêmement difficiles à cause de la pandémie du Covid-19. Le Cameroun n'étant pas en reste, la résilience face aux difficultés a été le maître-mot. 3 ans plus tard, alors que la crise du Covid-19 recule, la guerre entre la Russie et l'Ukraine emboîte le pas avec ses conséquences sur l'économie mondiale. On a vu le prix du blé monter de façon spectaculaire ces derniers jours avec des conséquences sur les produits de base de fortes consommations comme le pain.

Face à tous ses difficultés et aux différents challenges, chaque Camerounais doit adopter le comportement des lions indomptables, faire face à l'adversité avec force et courage. Plus que jamais les acteurs de l'économie doivent se mobiliser pour trouver les solutions adaptées afin de maintenir les emplois et davantage créer de la richesse.

Peu importe les difficultés, les enjeux géopolitiques et autres, chaque citoyen a le devoir d'être un acteur du développement de son pays. Les difficultés doivent être des opportunités pour construire de façon durable un avenir meilleur. Si dans le football l'affirmation « impossible n'est pas camerounais » prend désormais tout son sens, elle doit se répandre dans tous les secteurs de la vie et devenir un véritable levier de développement mental. ■

*Méric Wilson Ngoundjou*

# Inspir'Talks revient à Douala du 8 au 9 avril 2022

**L**e média Inspire Afrika organise du 8 au 9 avril 2022 dans la capitale économique Douala à l'hôtel Best Western Soaho l'évènement Inspir'Talks. L'évènement réunira les 50 femmes les plus inspirantes du Cameroun qui viendront partager leurs expériences et les recettes qui ont contribué à leurs succès. Un évènement majeur pour le leadership féminin. ■



# Patrick Eeckelers prend la tête d'ENEO

**L'**ingénieur électromécanicien Belge Patrick Eeckelers a été promu directeur général d'ENEO en remplacement du français Eric Mansuy qui n'a pas souhaité renouveler son mandat à la tête de Energy of Cameroon.

Le Belge prend la tête d'une entreprise très sensible et il devra rapidement trouver les solutions pour une meilleure couverture énergétique au Cameroun. ■



# Accord de rachat conclu entre MSC et Bolloré Africa Logistics

**L**es négociations étaient annoncées il y'a quelques mois entre MSC et Bolloré Africa Logistics au sujet du rachat de l'entreprise de Vincent Bolloré par la première compagnie maritime mondiale. Dans un communiqué du 31 mars 2022, le groupe Bolloré annonce la cession de 100% de la marque Bolloré Africa Logistics. Le montant de la transaction est de 5,7 milliards d'euros. ■



## Innocent Wamey, The Afro-Tech Advocate



Vipsocio is a global tech platform that provides ticketing and e-commerce market place solutions focused on Afro culture with the aim of encouraging black economic development and The Black culture in USA, The Caribbean's, Africa and Australia to Europe. However, the journey to this invention hasn't been without huddles. Bracing through Lack of funds with the sole option of bootstrapping and Initial self-funding, to being a strong competition in the market today is due to Hardwork, teamwork, trust and the Love for the culture, he says.

To him, it's more than just replacing Event planners via technology .It's about fighting against extortion and putting the African Culture on the globe. Today the Vipsocio app serves as an event management, and a detector of fraudulent malpractices. A Proof that Hardwork is investment which pays off in due time. His tech prowess is unquestionable given that he obtained a B.SC in Electrical Engineering from Virginia Tech, An MBA from Georgia state University. ■

**P**assionate about creating revolutionary platforms that provide simple solutions to complex business platforms between clients and Service providers, is Innocent Wamey, Founder and CEO of Vipsocio, who's bridging the gap through the use of technology .

Considered as a Serial Entrepreneur, innovator and branding expert, he has successfully amassed over 22 years' experience from working in the Tech industry, building systems and products for multinational Companies, holding key engineering and Leadership Positions at Cisco Systems, At &T, ADVA Networks and Hitachi Telecom. He equally has a wealth of Experience in building new technology and startups like Carbon Black App, Eventurnup and Vipsocio.

As Founder of the Vipsocio, he believes that building an ecosystem that allows people to experience authentic Afro Culture while empowering creators is Paramount. Dissatisfied by the unavailability of African Food, Fashion and Entertainment during his early days in the United States of America, and the quest to see actual creators earn from their work , led to the birth of Vipsocio.

*Par la rédaction*

## Ebenezer ESSOKA, l'icône africaine de l'univers bancaire



Un véritable réservoir de savoir, mais surtout d'expérience.

Après un début de carrière réussi, Ebenezer ESSOKA va rapidement progresser et se hisser au sommet. De 1993 à 1995, il dirige la Standard Chartered Bank en Gambie. Il enchaînera ensuite en Ouganda, au Zimbabwe, au Ghana dirigeant aussi l'Afrique Centrale et de l'Ouest, en Afrique du Sud et l'Afrique Australe soit près de deux décennies comme dirigeant des filiales importantes de la banque anglaise sur le continent. Entre 2014 et 2015, il officie comme vice-président de la banque en Afrique avant de prendre sa retraite. Une performance au haut niveau qui au-delà de la constance démontre tout le talent et l'abnégation du dirigeant.

Fort de plus de trente ans d'expérience au sommet dans le domaine des services financiers, depuis 2015 Ebenezer ESSOKA est le président exécutif de la firme panafricaine de conseil en investissement IBURU. Président du conseil d'administration d'UBA Cameroon et administrateur indépendant de plusieurs institutions financières à travers le continent. Il est également un ancien membre du Conseil consultatif des investisseurs du Ghana, présidé par le président du Ghana et aussi membre fondateur et administrateur de la Global Reach Network Foundation

Infatigable, le dirigeant qui a été consul honoraire de la Finlande en Ouganda entre 1996 et 1997 continue de travailler avec passion pour le développement de l'Afrique. Multitâche et soucieux de l'avenir des générations futures, Ebenezer ESSOKA continue à impressionner par son volume de travail et d'engagement en faveur du développement. Véritable fierté pour l'Afrique en général et le Cameroun en particulier, il est de cette génération des leaders qui inspirent par leurs œuvres et leurs empreintes dans l'évolution de la société. ■

*Par La Rédaction*

**I**l est une icône dans le secteur bancaire en Afrique. Au cours des 30 dernières années, Ebenezer ESSOKA s'est illustré par des performances remarquables.

Leader dans l'âme, le professionnel de la banque et de la finance a inspiré de nombreux leaders africains contemporains dans le secteur bancaire. Dans sa quête permanente de l'excellence, son obsession pour la performance et la recherche des résultats font de lui non seulement une référence incontestable, mais aussi une boussole pour les jeunes générations. Executive Chairman de la firme de conseil IBURU, président du conseil d'administration d'UBA Cameroun, administrateur au sein de plusieurs banques sur le continent et bien plus, le parcours d'Ebenezer ESSOKA est un véritable trésor à explorer.

C'est en 1978 qu'Ebenezer ESSOKA obtient son bachelor's degree à la Seton Hall University dans le New Jersey aux Etats – Unis en finance. En 1981 dans la même université, il obtient un MBA en Finance. Ayant un goût prononcé pour l'excellence et l'innovation, il n'arrêtera jamais d'apprendre. Il suit plusieurs executive development program au sein des institutions prestigieuses comme l'INSEAD, la London Business School ou encore le Templeton College de l'université d'Oxford. Il suit également un programme de l'IFC sur le développement durable à l'Université de Cambridge.



**Nous vous aidons à véhiculer**

de la valeur pour vos clients.

**DIGITAL**

**STORY  
TELLING**

**CREATION DE  
CONTENUS**

**Nous prenons soin de votre marque**  
en créant le lien avec vos clients.

# Comment construire une marque forte ?



**V**aste interrogation, qui demande de comprendre ce qu'est une marque, et quelle est son utilité. Car avouons-le, tout le monde n'a pas besoin d'une marque.

Pourquoi je le dis ? Parce que depuis des années, je parle de l'absence de conscience de marque chez certains acteurs économiques majeurs de notre environnement.

## La conscience de marque

Dans notre environnement (le Cameroun), je pense, d'après mes observations, que les entreprises locales de toutes tailles, et même la majorité des multinationales sur place n'ont pas bâti ce que je qualifie de conscience de marque. La notoriété de marque (brand awareness) est un concept que j'ai découvert dans mes nombreuses lectures (Lendrevie, de Baynast, Kotler & Dubois...). J'aime souvent décomposer les mots pour mieux m'approprier les concepts. Je ne dérogerai pas à la règle avec l'expression brand awareness.

+ Brand est traduit par marque. Ayant couvert le sujet dans cet article, je ne reviendrai pas sur la définition détaillée de ce qu'est une marque.

+ Awareness est généralement traduit

par sensibilisation, conscience ou prise de conscience.

+ Brand awareness est traduit par notoriété des marques.

## Notoriété et réputation d'entreprise

Avoir de la notoriété c'est simplement être connu, si l'on va terre à terre. Très peu d'entreprises à mon goût font des campagnes marque, mais sont plus orientées produit. Tout le monde veut vendre sans prendre la peine de :

- + Connaître sa cible
- + Se faire connaître par sa cible
- + Se faire aimer par sa cible
- + Inspirer de la confiance à sa cible

Le principe de Know Like Trust Buy est indispensable si vous voulez atteindre vos objectifs commerciaux tout en bâtissant une réelle relation avec vos consommateurs.

Dans le même sillage, un individu ne peut vous faire confiance qu'en fonction de la nature de votre réputation. Et la première question qu'il se pose est : « Peut-on vous faire confiance ? » Et généralement, en tant que marque, c'est la première question à laquelle vous devez répondre.

Pour y arriver, il suffit de tenir les promesses que vous avez faites. Bâtir une bonne réputation se fait dans le temps au travers des actions que vous posez.

## C'est quoi une marque ?

Quand on regarde sur Internet, on tombe très souvent sur la définition de la marque du point de vue juridique. Alors je souhaiterais reposer la question pour qu'on se comprenne mieux pour la suite :

## C'est quoi une marque, du point de vue branding ?

+ Si vous allez dans une banque, vous pouvez être sûr que tous les employés ont une compréhension commune de ce que signifie « argent ».

+ Si vous allez à l'hôpital, vous espérez fortement que tous les médecins auront une compréhension commune de ce que signifie « maladie ».

+ De manière générale, nous attendons des professionnels qu'ils partagent une vision commune des fondamentaux de leur métier.

Ceci n'est pas vrai dans le branding.



Les experts ne partagent pas une vision commune de ce que signifie « marque ». Ils l'appellent tout ; depuis une intuition, une mémoire vivante ou une interface, jusqu'à une somme intangible d'attributs ou un actif commercial. Pour compliquer davantage les choses, beaucoup utilisent « marque » alors qu'ils veulent en réalité dire autre chose ; par exemple, « entreprise » ou « image ».

## Quelques définitions de marque

« Une marque n'est ni un logo, ni une identité. Et encore moins, un produit. Une marque est l'intuition d'une personne à propos d'un produit, d'un service ou d'une organisation. »

– Marty Neumeier, The Brand Gap

« Votre marque est ce que les gens disent de vous une fois que vous n'êtes plus dans la pièce. »

– Jeff Bezos

« Une marque est la somme de toutes les expressions par lesquelles une entité (personne, organisation, entreprise, unité commerciale, ville, nation, etc.) entend être reconnue. »

– Calin Hertigoga + Johannes Christensen, Interbrand

## À quoi sert une marque ?

Vous vous rappelez que j'ai dit au début de cet article que tout le monde n'avait pas besoin d'une marque, eh bien, ce c'est pas tout à fait vrai.

D'après Mailchimp, dans leur article "The Basics of Branding", ils disent à quoi sert une marque en ces termes : Commençons par les avantages évidents qu'une marque peut apporter à votre entreprise.

Une marque est précieuse car elle vous aide à vous connecter plus facilement avec vos clients, à vous démarquer de vos concurrents et à augmenter la valeur de votre offre. Expliquer ce qu'est votre entreprise peut également vous aider à définir votre propre identité et vous donner plus de confiance pour la promouvoir personnellement.

## 1. Se connecter avec votre public

Le moment où un client potentiel se connecte à votre entreprise à un point de contact avec la marque est crucial. L'objectif est d'attirer des clients vers votre entreprise, car cela leur convient parfaitement.

## 2. Communiquer la différence

Le branding est un moyen de mettre en évidence ce qui différencie votre entreprise de vos concurrents. Les clients ont des raisons à la fois rationnelles et émotionnelles pour choisir des produits et des services, et le branding peut aider à se connecter avec une audience sur le plan émotionnel.

## 3. Créer de la valeur ajoutée

Étant donné que la marque influence la perception, les clients peuvent être disposés à payer plus pour un produit ou un service qui porte bien la marque. La perception de la marque doit correspondre à l'expérience réelle ou il n'y aura pas de retour d'activité. Ceci est souvent décrit comme tenir la promesse de la marque.

## Comment bâtir une marque forte, en pratique ?

Je vais revenir aux fondamentaux ici : Marketing Management, par Kotler et Keller. Ils y consacrent une partie entière de leur livre. Elle est intitulée "Building Strong Brands" et ils y proposent 4 étapes :

1. Identifier les segments de marché et les cibles
2. Élaborer le positionnement de la marque
3. Créer un capital de marque
4. Faire face à la concurrence et stimuler la croissance

## 1. Identifier les segments de marché et les cibles

Les questions auxquelles il faudra répondre dans cette phase sont :

- + Comment une entreprise peut-elle diviser le marché de la consommation en segments ?
- + Comment segmenter les marchés des entreprises ?
- + Comment une entreprise doit-elle choisir les marchés cibles les plus attractifs ?
- + Quelles sont les conditions pour une segmentation efficace ?
- + Quels sont les différents niveaux de segmentation du marché ?

Vous l'aurez compris, il faut revoir la segmentation de votre marché, ce qui nous renvoie à la réalisation d'une proposition de valeur pour notre entreprise.

## 2. Élaborer le positionnement de la marque

**Beaucoup pensent que le branding est difficile. Retenez simplement que le branding se résume à deux choses : l'identité et l'expérience. Faites une promesse et tenez-la !**

– Henri Lotin

lotincorp.biz

À ce niveau, il faut pouvoir répondre aux questions :

- + Comment une entreprise peut-elle développer et établir un positionnement efficace sur le marché ?
- + Comment les spécialistes du marketing identifient-ils et analysent-ils la concurrence ?
- + Comment les marques réussissent-elles à se différencier ?
- + Comment les entreprises communiquent-elles leur positionnement ?
- + Quelles sont les approches alternatives au positionnement ?
- + Quelles sont les différences de positionnement et d'image de marque pour une petite entreprise ?

## 3. Créer un capital de marque



- Qu'est-ce qu'une marque et comment fonctionne le branding ?
- Qu'est-ce que le capital-marque ?
- Comment se construit le capital marque ?
- Comment mesure-t-on le capital marque ?
- Comment est géré le capital marque ?
- Qu'est-ce que l'architecture de marque ?
- Qu'est-ce que le capital client ?

L'essentiel de ces réponses peut être trouvé sur mon blog (<https://lotincorp.biz/blog>).

## 4. Faire face à la concurrence et stimuler la croissance

- + Pourquoi est-il important pour les entreprises de développer leur cœur de métier ?
- + Comment les leaders du marché peuvent-ils élargir le marché total et défendre leur part de marché ?
- + Comment les challengers du marché devraient-ils attaquer les leaders du marché ?
- + Comment les adeptes du marché ou les nicheurs peuvent-ils rivaliser efficacement ?
- + Quelles stratégies marketing sont appropriées à chaque étape du cycle de vie du produit ?
- + Comment les marketers doivent-ils ajuster leurs stratégies et leurs tactiques en période de croissance économique lente ?

Un seul article ne suffirait pas à vous dire comment, je me suis contenté de vous donner des pistes pour commencer. ■

Par : **Henri Lotin**, Directeur général Lotin Corp, spécialiste du Design et du branding

50%



ivoire ceo

WWW.IVOIRECEO.COM

**NOW  
OPEN**

---

*JUSQU'EN MAI*



**MEDIA - PR - CONTENTS**  
Cameroon & Ivory Coast

**NKUNDA AFRICA INNOVATION GROUP, APPELEZ LE +237 695869141**

# Jean Paul MELAGA, l'entrepreneur passionné de la finance



Jean-Paul Melaga, citoyen du monde 2.0, véritable amoureux de l'Afrique, l'une des plus grandes valeurs de la diaspora camerounaise. Dans un monde où la course au développement est de plus en plus rude, Jean-Paul fait partie des acteurs qui croient aux potentialités du continent africain. Au-delà de la croyance, au quotidien, il œuvre depuis plusieurs années pour son éclosion. Par deux fois, l'entrepreneur Camerounais a été classé parmi les 100 plus jeunes leaders économiques de demain par l'institut Choiseul. Par son parcours et ses nombreux accomplissements, il est assurément un financier sur qui l'Afrique peut véritablement compter.

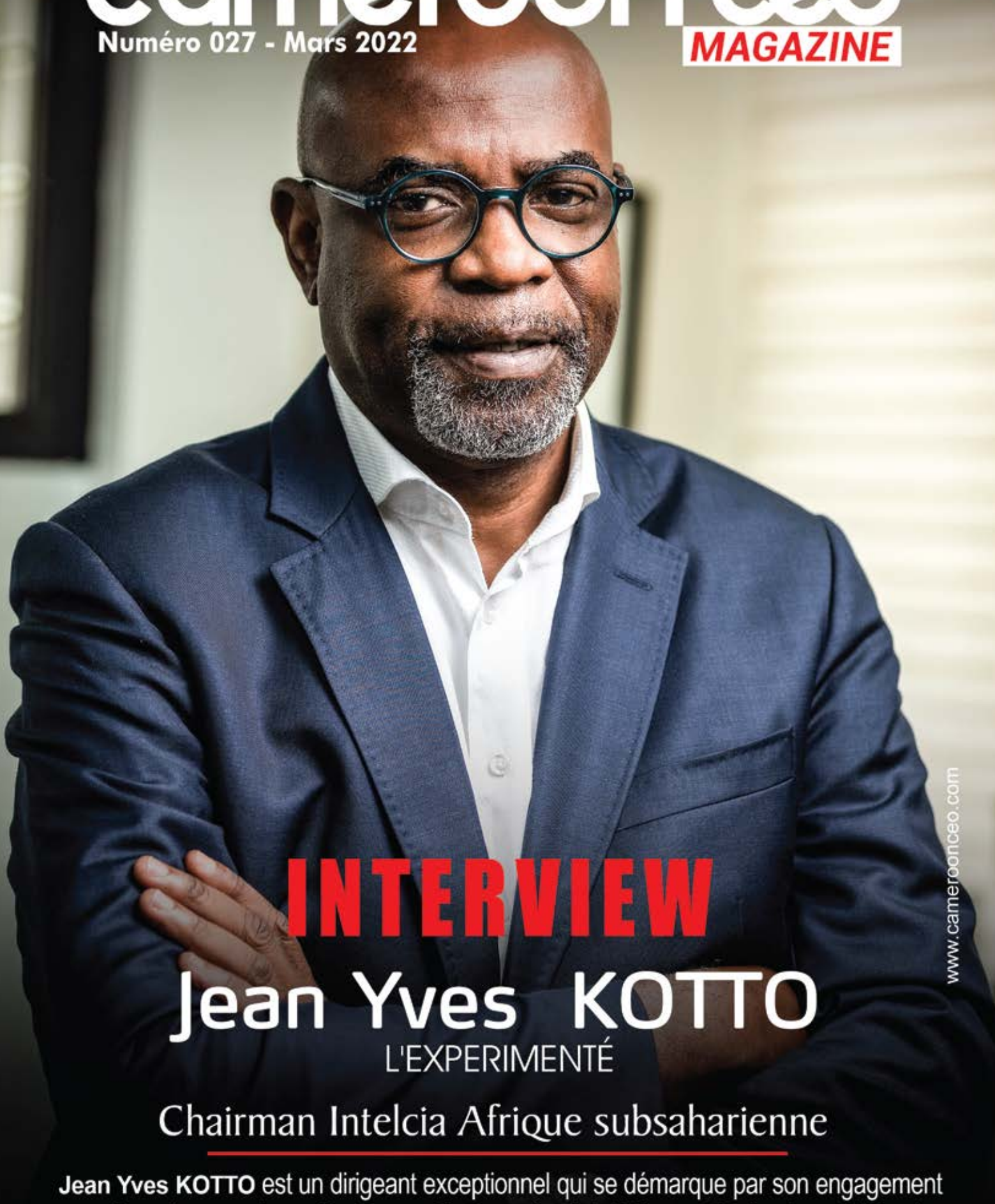
À 45 ans, le financier et entrepreneur camerounais est détenteur d'un CV est long et impressionnant. Jean-Paul Melaga Tsague est l'exemple même de la diaspora africaine qui a fait de l'excellence un élément majeur de démarcation. Diplômé de Sciences Po et de l'École supérieure de commerce de Paris (ESCP EAP) le manager camerounais avant de se lancer dans l'entrepreneuriat a eu un parcours

exceptionnel dans les structures financières d'envergures. C'est chez Lehman Brothers en 2000 que Jean-Paul Melaga commence sa riche carrière comme analyste financier. Ensuite, il sera consultant pour IQ recherche avant d'être enrôlé par la Standard Chartered Bank comme Associate Director ceci entre 2003 et 2007. Il prend la tête de Renaissance Capital pour l'Afrique Francophone entre 2007 et 2008 avant d'être nommé en 2009 comme directeur Afrique de l'une des plus puissantes banques au monde, la Banque de Tokyo Mitsubishi. L'année 2014 marquera ses débuts dans l'entrepreneuriat, Jean-Paul fonde à Londres Whitestone Finance, un cabinet spécialisé dans la levée des fonds pour les PME africaine. La même année, il est le cofondateur et CEO de

Smartphorce une entreprise spécialisée dans les études de marché toujours basée à Londres. Depuis 2016, il est aussi Board advisor pour l'entreprise ATBN (Africa Technology business Network).

Jean-Paul Melaga est un professionnel qui impressionne non pas seulement par son parcours extraordinaire, mais aussi par sa créativité, sa vitalité et son amour pour le travail bien fait. Il représente assurément une chance pour l'Afrique en général, mais surtout pour le Cameroun. Autre élément important et non les moindres est que Jean-Paul Melaga est un amoureux du Cameroun qui voue un véritablement attachement pour son pays et qui n'oublie pas ses origines. Incontestablement le fils de Bafou dans le département de la Menoua région de l'Ouest Cameroun est une valeur sûre avec laquelle il faudra composer pour bâtir le grand Cameroun de demain. ■

*Par La Rédaction*



www.cameroonceo.com

## INTERVIEW

# Jean Yves KOTTO

L'EXPERIMENTÉ

Chairman Intelcia Afrique subsaharienne

Jean Yves KOTTO est un dirigeant exceptionnel qui se démarque par son engagement pour l'excellence et la performance. Chairman Intelcia Afrique subsaharienne, le leader camerounais est notre invité de ce mois.



# Comment se porte INTELClIA en Afrique Subsaharienne ?



Mr Jean Yves KOTTO  
Chairman Intelcia Afrique subsaharienne

L'installation d'Intelcia en Afrique Subsaharienne remonte à 2015. Durant ces 7 ans de présence dans la région, le Groupe a connu une véritable évolution tant en termes d'effectifs qu'en termes d'implantation géographique. Une croissance qui s'est faite de paire avec la croissance du Groupe, puisqu'un an après l'ouverture d'un premier site à Douala, Intelcia s'est installé au Sénégal, suivi d'une implantation en Côte d'Ivoire en 2017. A ce jour, l'Afrique Subsaharienne compte 5 sites, 1 au Cameroun, 1 en Côte d'Ivoire et 3 au Sénégal.

S'agissant des effectifs, nous comptons près de 3470 collaborateurs, répartis sur ces 3 pays avec 1102 au Cameroun, 1200 en Côte d'Ivoire et 1168 au Sénégal.

Une expansion et des chiffres qui témoignent de l'excellente santé du Groupe en Afrique Subsaharienne.

Une ambition qui démontre notre confiance dans le potentiel de développement de notre présence, notamment à travers la montée en charge des sites qui est loin d'avoir atteint son plein régime, d'autant plus que nous sommes dans un bassin d'emplois dynamique, abondant en ressources humaines jeunes, qualifiées et maîtrisant plusieurs langues.

***Après du grand public, INTELClIA à la réputation d'être un géant du Call – center, mais le groupe va au-delà du Call Center, acteur majeur de l'outsourcing, parlez-nous de vos autres activités.***

Effectivement, aujourd'hui Intelcia se positionne en tant qu'acteur global de l'outsourcing. Si nos métiers traditionnels sont ceux de la relation client (CRM), du BPO (business process outsourcing) et du back office, nous proposons également des services

dans les domaines des services digitaux et des solutions IT. A ce titre, nous employons à peu près 300 personnes dans le développement informatique et la supervision des infrastructures informatiques. Notre objectif dans les trois prochaines années est d'atteindre un effectif de 2000 ingénieurs qui serviront tous nos clients sur les différentes géographies. Plus récemment, et à travers l'acquisition, par le Groupe, d'un opérateur espagnol, nous souhaitons renforcer nos services dans le conseil et l'accompagnement en transformation digitale notamment à travers une filiale dédiée à l'innovation.



# INTERVIEW

*L'entreprise que vous dirigez en Afrique subsaharienne est une référence en matière de création d'emplois pour les jeunes, pourquoi ce choix ? Partagez avec nous quelques chiffres dans ce sens ?*



L'installation d'Intelcia en Afrique subsaharienne suit une logique d'investissements responsables créateurs d'emplois et de valeur ajoutée pour tout son écosystème. Nous avons investi de manière importante dans l'aménagement de nos sites pour offrir un environnement de travail agréable à nos collaborateurs. Nous avons décliné la politique globale du Groupe en matière de développement des talents et en matière de bien-être des collaborateurs tout en tenant compte des spécificités de chaque pays de la sous-région et de l'impact souhaité localement.

Notre région, et en particulier pour notre secteur, dispose d'une population jeune, motivée et qui maîtrise les langues clés pour nos marchés cibles. D'ailleurs, nos effectifs ont connu une croissance exponentielle comparativement

au début de notre installation. A titre d'exemple, nous avons démarré avec une cinquantaine de collaborateurs au Cameroun pour atteindre aujourd'hui les 1200. Une tendance qu'ont également connu les autres pays dans lesquels nous sommes présents en Afrique Sub-saharienne. Et pour poursuivre dans ce trend haussier, le nombre de collaborateurs dans la région passera de 3470 à 5000 d'ici la fin de l'année 2022.

***On a vu INTELICIA très actif auprès des entreprises et autres organisations pendant le pic du COVID-19 pour permettre la continuité des activités, comment vous avez vécu ce moment ?***

La crise inédite qu'a engendré la pandémie de Covid19, a poussé tout le monde à se réinventer et a poussé le Groupe à trouver des solutions.

L'une de ces solutions a été d'opter de manière intelligente pour le télétravail, en mettant en place toute la plateforme, la logistique et les mesures de sécurité sanitaires, informatiques nécessaires. Ainsi, les collaborateurs d'Intelcia présentant des fragilités majeures et des maladies chroniques ainsi que les femmes enceintes ont été mis en télétravail ; de même pour les collaborateurs dont la fonction le permet. Un déploiement progressif du télétravail a été mis en place pour le reste des collaborateurs, à travers la mobilisation d'outils technologiques et la mise en place de solutions aux enjeux des données des clients qui doivent être préservées.

Outre ces protocoles propres à Intelcia, nous avons mis en œuvre toutes les mesures édictées par l'OMS et nos gouvernements

# INTERVIEW

respectifs pour assurer la sécurité sanitaire de l'ensemble de nos collaborateurs. Nous avons préservé tous les emplois pendant cette période de crise.

## **Quel est l'impact du Covid-19 dans le développement de vos activités ?**

Contrairement à ce que d'autres secteurs ont vécu, le marché de l'outsourcing s'est développé au cours de ces 2 ans. Sous l'effet de la crise, les entreprises n'ont pas eu d'autre choix que de digitaliser leurs process ; ce qui nécessite de l'accompagnement, notamment en matière de service client et de solutions de dématérialisation. Et cela a largement contribué à faire croître notre activité, et l'ensemble des grands acteurs de l'outsourcing se sont plutôt inscrits sur un trend haussier. Aussi, ayant fait force de vigilance, et surtout de maîtrise de notre environnement de travail, et fort de l'engagement de nos collaborateurs, étant OIV (Opérateur d'Importance Vitale), nous avons été hautement sollicités : nous avons continué à délivrer des services de qualité à nos clients tout en réussissant la transformation d'Intelcia.

## **Diplômé d'une prestigieuse université américaine, vous êtes un entrepreneur au parcours exceptionnel, avec un peu de recul, quels sont les secrets de votre succès ?**

Il n'y a pas de secret. Votre question appelle une réponse qui se résume à deux mots " le travail " et " l'humain ". D'ailleurs, il s'agit là de 2 valeurs fondamentales qui sont chères à notre Groupe que sont « We Care » et « We do », aux côtés du « We dream ». Plus concrètement, chez Intelcia, nous misons sur une culture à la fois focalisée sur l'humain, la proximité avec nos clients et collaborateurs, en même temps orientée performance,

et c'est ce qui fait que je me retrouve pleinement dans cette entreprise que je contribue à bâtir au Cameroun et en Afrique Subsaharienne de manière plus globale.

## **Il y a 7 ans, vous avez rejoint INTELCIA en qualité de Directeur Général pour le Cameroun, qu'est ce qui a motivé votre choix ? Et s'il fallait faire un bilan à mi-parcours ?**



C'est une opportunité qui est venue à moi et je l'ai saisie, après avoir rencontré deux personnes Karim Bernoussi (PDG du groupe) et Youssef El Aoufir (Directeur Général du Groupe) dont les valeurs rejoignent les miennes. Je n'ai eu aucune hésitation à les suivre dans cette belle aventure. Et aujourd'hui on peut en conclure que c'est une véritable success story.

## **Depuis 2019, vous êtes le Chairman d'INTELCIA pour l'Afrique Subsaharienne, quels sont vos ambitions sur le marché à court et moyen terme ?**

La vision et l'ambition sont claires aujourd'hui pour notre Groupe : hisser Intelcia au plus haut et devenir numéro un dans notre métier en Afrique.

## **Le mois de mars est consacré à la femme, quel est la place de la gente féminine chez INTELCIA Afrique subsaharienne ?**

Intelcia promeut l'égalité des chances et la diversité des genres. La gente féminine représente en moyenne 50% de nos effectifs, la parité n'est pas une vue de l'esprit mais bien quelque chose de réel chez Intelcia.

Cette parité ne se reflète pas uniquement au niveau des effectifs des conseillers clients, mais à tous les niveaux hiérarchiques, puisqu'un grand nombre de managers, de directeurs et de membres du Codir sont des femmes, et ce, à travers l'ensemble de nos implantations dans le monde. ■

Par La Rédaction



# Ubuntu Business Trip Cape Town 2022

Des opportunités pour booster vos affaires

Du 11 au 15 Juillet 2022 au Krystal  
Beach Hotel de Cape Town

Enregistrez vous maintenant:

[ubuntubusinesstrip@cameroonceo.com](mailto:ubuntubusinesstrip@cameroonceo.com)  
[project@growthservicesltd.com](mailto:project@growthservicesltd.com)

## Nouvelles pratiques du management : Tour d'horizon



Elle est toutefois plutôt adaptée aux entreprises de taille modeste où il est plus facile de la mettre en place.

### Le télétravail et le management à distance

D'autres entreprises optent pour le télétravail des salariés et n'exigent une présence au sein de l'entreprise qu'une à deux fois par semaine. Au cours de la semaine, le manager partage les informations importantes et les décisions clés qui ont été prises auprès de l'ensemble des collaborateurs par le biais d'un ou plusieurs e-mails détaillés.

Le télétravail et le management à distance offrent une grande flexibilité, un gain de temps au quotidien (pas de retard, pas de temps de trajet), et influe de manière positive sur la motivation des collaborateurs.

La mise en place d'une telle méthode de management n'est cependant pas adaptée à tous les types d'activité. Le travail doit en effet pouvoir être réalisable à distance grâce à des outils dédiés et sécurisés. Les collaborateurs doivent également pouvoir disposer de bonnes conditions pour travailler et communiquer avec les interlocuteurs nécessaires, que cela soit chez eux ou dans un espace de coworking.



**L**es pratiques managériales ne sont pas figées et chaque période apporte son lot d'évolutions. Quelles sont les principales nouveautés à noter dans l'univers du management en 2019? Quelles sont leurs plus forts atouts? Focus sur les principales pratiques managériales qui peuvent contribuer à la progression des performances globales de l'entreprise.

### Quelques pratiques managériales innovantes à connaître

Certaines pratiques managériales permettent de favoriser la motivation et la productivité des salariés, et de faire progresser les performances de l'entreprise.

### La démocratie s'invite dans la gestion de l'entreprise



Certaines entreprises ont fait le choix d'horizontaliser les rapports entre collaborateurs en intégrant les salariés au processus décisionnel. C'est ainsi que les salariés peuvent se retrouver conviés à des réunions stratégiques où ils peuvent prendre la parole s'ils le souhaitent. Cette pratique managériale valorise les individus, leur permet de se faire entendre et d'être des moteurs d'amélioration de la performance de l'entreprise.

## Le fail management ou la valorisation de l'échec

Les salariés d'une entreprise n'osent parfois pas faire de propositions par peur de l'échec et par peur de ternir leur image au sein de l'entreprise. Cette crainte représente un frein pour l'entreprise qui peut passer à côté



Même s'ils ne font pas du management leur priorité, 63 % des chefs d'entreprise considèrent leurs pratiques managériales comme innovantes. Un point de vue qui est loin d'être partagé par les salariés puisqu'ils sont seulement 29 % à être d'accord.

En cause, une certaine difficulté à appréhender les facteurs de motivation des salariés et des « millenials » en particulier (travailleurs nés entre les années 1980 et 1990). À cela s'ajouteraient :

- une problématique « d'innovation washing », qui fait que les entreprises pensent innover alors qu'elles mettent en place des pratiques managériales traditionnelles ;
- une méconnaissance des nouvelles pratiques managériales.

La marge de progression semble donc être importante au sein des entreprises...

### Bon à savoir

La mise en place de nouvelles pratiques managériales ne s'improvise pas et ne peut pas avoir lieu du jour au lendemain. Les salariés doivent être impliqués dans le processus de changement et les managers doivent tous être formés. Il peut être intéressant pour les entreprises de se faire accompagner dans leur projet d'évolution. ■

Source : cpmerhone



d'idées novatrices, sur le plan organisationnel ou par rapport à l'évolution de ses produits ou services. Certaines entreprises ont donc décidé d'encourager les salariés à essayer d'entreprendre des projets et à voir leurs échecs comme autant de sources d'apprentissage plutôt que comme des ratés inintéressants. Ce droit à l'erreur favorise la créativité, la performance et parfois l'émergence de talents et de compétences non identifiés auparavant. Il faudra toutefois avoir les moyens de pouvoir dégager du temps pour les personnes afin qu'elles puissent créer et s'investir dans des projets.

## L'innovation managériale boudée par les entreprises ?



Selon une enquête d'Audencia (avec l'institut BVA), seulement 15 % des dirigeants considèrent l'innovation managériale comme une priorité à l'heure actuelle. C'est l'innovation produits et services ainsi que l'innovation technologique qui priment, à hauteur de 44 % et 35 %.

## Thierry NGOGANG, du journalisme à la communication corporate : un talent polyvalent



**P**ossédant de solides compétences en journalisme, relations publiques et communication de crise, Thierry NGOGANG est un communicateur avertis. Cumulant plus de vingt années

d'expérience dans la presse écrite, audiovisuelle et en communication corporate, ses compétences et ses réalisations bénéficient d'une reconnaissance significative dans le milieu de la presse camerounaise. Polyvalent, doté d'une forte capacité d'adaptations, il est aujourd'hui le directeur de communication de l'entreprise Bolloré Transport & Logistics - Région Golfe de Guinée. Une belle évolution pour ce présentateur mythique, aujourd'hui axé sur la communication institutionnelle. S'imposant par de vraies valeurs telles l'éthique, le professionnalisme et l'amour du travail bien fait, Thierry NGOGANG construit avec habileté un beau parcours prônant effort et dépassement de soi.

À l'École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales (Cameroun), il obtient un MBA en Marketing. En 1994, il est accueilli à l'université catholique de l'Afrique centrale.

Trois ans plus tard, il décroche une licence en sciences sociales. Au Sénégal, en 2000, à l'institut supérieur des sciences de l'information et de la communication, il est diplômé en journalisme.

C'est en presse écrite dans les années 2000, au quotidien Mutations, qu'il commence sa belle trajectoire en tant que Chef Service politique. Quatre ans plus tard, son passage à la chaîne Spectrum Television (Stv) va fortement influencer sa carrière. Au poste de Rédacteur en chef, il garantit le respect de la ligne éditoriale de la chaîne. Pendant plus de 11 années, il dirige les conférences de rédaction et choisit les sujets à traiter. Brillant présentateur, Thierry NGOGANG a dirigé de main de maître les émissions « Carte sur table » et « Entretiens ».

Animé par le besoin de nouveaux challenges et le souci de laisser la place à la jeune génération, le journaliste rejoint Africa 24 en juillet 2015. Fait chef de l'information et directeur Afrique centrale par la suite, l'aventure avec la chaîne panafricaine n'aura duré que deux ans.

Il rebondit comme responsable des relations publiques de Douala International Terminal (DIT), une filiale du Groupe BOLLORÉ au Cameroun. Professionnel, il s'assure de convaincre, séduire et fidéliser les publics ciblés (prescripteurs, administrations, fournisseurs, clients). Il est en relation constante avec les médias et rédige à leur intention des communiqués de presse, des dossiers ou des bulletins d'information.

En janvier 2020, Thierry NGOGANG est promu Directeur de Communication de la firme Bolloré Transport & Logistics - Région Golfe de Guinée. Il a pour rôle de piloter la stratégie interne et externe de l'entreprise. Rattaché à la direction générale, le communicateur construit le plan annuel et garde une visibilité à court, moyen et long terme sur les actions déployées. Perspicace, il a pour mission de définir les objectifs, concevoir les messages et les actions en veillant à trouver les supports les plus appropriés. Garant de la cohérence du discours et de l'identité de marque, aujourd'hui converti dans la communication institutionnelle, Thierry NGOGANG s'illustre par des actions et prises de paroles responsables et professionnelles. ■

*Par La Rédaction*



WWW.CAMEROONCEO.COM

---

# DEPUIS 5 ANS AU SERVICE DES BÂTISSEURS

Ils ont choisi de bâtir l'avenir !

---

info@cameroonceo.com  
+237 695869141



## Nkwa, quand la caisse artisanale d'épargne se digitalise



Innovante et séduisante, en quelques mois Nkwa, enregistre plus de 5 000 utilisateurs actifs avec un volume de plus de 300 millions de FCFA épargnés à la date de janvier 2022. Portée par une équipe jeune et dynamique, la start-up continue son déploiement et a pour ambition de devenir une solution de référence sur le marché camerounais. A l'occasion de la compétition sur l'innovation la Tech Innovation Entrepreneurship (TIE) Champion organisée par l'association KMER TECH avec l'appui de l'Union européenne, la start-up a remporté haut la main au début du mois de mars 2022 la première place dans la catégorie business.



**N**ous sommes aujourd'hui en plein dans la 4e révolution qui est sans aucun doute la révolution numérique. Dans un monde de plus en plus globalisé, la jeunesse africaine est plus que jamais engagée à dire son mot et à participer activement à

la construction du monde de demain. Sur le continent, il ne se passe pas un jour sans qu'on entende parler des innovations des jeunes start-uppers qui se développent de jour en jour. Loin d'avoir les moyens colossaux, les jeunes ne cessent d'entreprendre parfois juste avec un ordinateur et une connexion internet instable. Résiliente et déterminée, la jeunesse africaine est sur une lancée exceptionnelle et ne demande qu'à être soutenue pour davantage impacter positivement. Au Cameroun, les start-ups dans la fintech se distinguent par les solutions qu'elles mettent en place pour favoriser l'inclusion financière. Une des dernières start-ups qui fait l'actualité, c'est NKWA, une solution développée par les jeunes entrepreneurs pour faciliter l'épargne chez les personnes physiques.

Chez les jeunes de plusieurs générations au Cameroun, la meilleure manière d'épargner de l'argent pour la réalisation d'un objectif était de glisser quotidiennement les pièces d'argent dans une boîte fabriquée en bois. C'est ce concept qui a marqué les générations que la Start-Up Nkwa a décidé d'implémenter à travers le digital. Ainsi donc, la start up basée à la silicon Mountain de Buéa permet à ses utilisateurs d'épargner au quotidien dans leurs caisses virtuelles de l'argent grâce au mobile money pour l'atteinte d'un objectif décidé au début de l'épargne.

Dans un contexte de plus en plus favorable à l'innovation, la start-up Nkwa est une solution qui au-delà de l'innovation prend en compte l'aspect culturel à travers la modernisation des usages traditionnels. Dans un contexte de plus en plus favorable à l'innovation, la start-up Nkwa est une solution qui au-delà de l'innovation prend en compte l'aspect culturel à travers la modernisation des usages traditionnels. ■

*La rédaction*



**IVOIRE CEO  
VOTRE  
MEDIA!**



**ILS ONT CHOISI DE BÂTIR  
L'AVENIR !**

**+ 237 695869141  
WWW.IVOIRECEO.COM**



# kamart



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

**Contacts:**

+237 675 680 333 / [kamart.cm@gmail.com](mailto:kamart.cm@gmail.com)

[facebook.com/KamartCorp](https://facebook.com/KamartCorp)

# Les solutions pour réaménager son espace de travail



**P**our améliorer la vie au bureau, il vaut mieux optimiser l'environnement de travail. Cet élément représente le premier facteur de bien-être pour de nombreux salariés. Ainsi, aménager les espaces de travail est d'une importance capitale si l'on souhaite inciter ses collaborateurs à venir au travail avec le sourire.

Les chefs d'entreprise qui souhaitent motiver leurs employés doivent améliorer la décoration de leur espace de travail. Ces aménagements permettent d'embellir l'espace professionnel. Ils apportent également d'autres avantages ; une décoration chaleureuse fidélise les salariés, séduit les futurs employés et permet de se différencier de la concurrence.

Les salariés qui travaillent dans un bureau à la décoration cosy seront plus performants et motivés. Selon les spécialistes de l'aménagement professionnel, certaines couleurs ont un impact plus favorable au travail. Si le rouge stimule la productivité, le jaune booste la concentration tandis que le bleu améliore la créativité.



## Pour s'asseoir

Améliorez le confort de vos collaborateurs en investissant dans l'achat de fauteuils de bureau ergonomiques. Ceux qui veulent se procurer des chaises de bureau design devront acheter des modèles de mobiliers présents dans le catalogue de sièges de bureaux contemporains.



## Pour se réunir



# LIFESTYLE

Les tables de réunion sont des mobiliers conçus spécialement pour l'organisation d'une réunion d'affaires. Les nombreux types de mobiliers peuvent servir pour aménager des espaces de travail confinés ou de grands espaces.



Pour faire une pause, il est recommandé d'investir dans l'achat de canapé et autres mobiliers confortables comme des fauteuils longs. Il existe plusieurs gammes de fauteuils adaptés pour la salle de détente.



## Pour accueillir



Il existe plusieurs catégories de banquettes d'accueil. Ces mobiliers conçus pour accueillir sont à la fois esthétiques, pratiques et modulables. On peut choisir des banques d'accueil très tendance, au design épuré et ergonomique idéal pour aménager un bureau professionnel.



## Pour ranger



Pour travailler plus efficacement, il est conseillé d'opérer dans un espace de travail bien rangé. L'aménagement de bureaux professionnels procure aux salariés un gain de productivité tout en renvoyant une image valorisante de la société.



## Pour travailler



Pour travailler plus efficacement, il est conseillé d'opérer dans un espace de travail bien rangé. L'aménagement de bureaux professionnels procure aux salariés un gain de productivité tout en renvoyant une image valorisante de la société. ■

*La rédaction*

NKUNDA AFRICA

partagez le bilan de  
votre année avec une  
audience qualifiée...



**Nous vous accompagnons**

[WWW.CAMEROONCEO.COM](http://WWW.CAMEROONCEO.COM)

[info@cameroonceo.com](mailto:info@cameroonceo.com) 00237 695869141



**5 ANS  
ENSEMBLE!**

**2016 - 2021**



**CAMEROON CEO**  
[www.cameroonceo.com](http://www.cameroonceo.com)

**[info@cameroonceo.com](mailto:info@cameroonceo.com) / +237 695869141**

---

[WWW.CAMEROONCEO.COM](http://WWW.CAMEROONCEO.COM)