

LION NEWS

Une Publication de Boissons du Cameroun - N° 17 - 2^{ème} Semestre 2025

www.boissonsducameroun.com



SCANNEZ ET VIVEZ
L'ÉVÉNEMENT.



Au rythme des passions

Le 4 décembre 2025, **Boissons du Cameroun** a lancé FESTI 237, un événement inédit qui a permis à l'entreprise citoyenne leader de se rapprocher des communautés. Lire notre dossier en page 27, 28 et 29.



Eugène Djery KAMGHO

Le Meilleur des meilleurs travailleurs
de Boissons du Cameroun et Filiales



Boissons du Cameroun
prévoit d'investir dans un projet
d'agriculture irriguée



Boissons
du Cameroun

VISION

**Créer un monde auquel
nous serons fiers d'appartenir**

MISSION

**Procurer du bien-être et promouvoir
le développement du Cameroun**

VALEURS

**Performance / Responsabilité
Éthique / Passion
Innovation**



Boissons du Cameroun



www.boissonsducameroun.com



4|Edito

Nous le faisons ensemble.
Chères Lionnes, chers Lions,

7|Nos Produits

Boissons du Cameroun célèbre les 150 ans de 33 Export
Une marque intemporelle

12|Acti Gouvernance

Direction des Affaires Générales
Au cœur de la confiance et de la performance

14|Trajectoire

Yves Christian DIKONGO
De la passion à l'impact, quand l'exigence
du terrain forge les stratégies durables

Jules DIBABO TCHOUKKEU
Superviseur Senior QHSE SEMC

Cécile TCHUIENCHE DJOKO
La force tranquille des achats

17|La Vie du Groupe

Manyan Celebrates 7 Years of Success
To mark the occasion, the brand offered a festive immersion
into the heart of Cameroonian culture

Compliance
Conformité et éthique pour l'engagement collectif
Journée Santé
Une mobilisation forte contre le VIH et les cancers

Annual medical visit
The Responsibility of Each and Every One
Mutzig Bold Cabaret
Quand nos virtuoses rivalisent de doigté
Oktoberfest
Quand la tradition allemande nous parle

Direction du Matériel Roulant
Renforcer la responsabilité et accroître la performance

Team Building SEMC
Ensemble, toujours plus performants

Lancement Officiel de la Nouvelle Bouteille Chivas 18 Ans
Un Événement d'Excellence à Douala

Catherine Ndingo Edjenguele
Ambassadrice Octobre rose chez Boissons du Cameroun

Rénovation
Après 4 mois de travaux, le four 2 reprend vie

Transformation digitale de Boissons du Cameroun
Quatre webinaires sur l'Intelligence Artificielle
pour booster la productivité

La Direction Process et Qualité (DPQ) innove
"Le Challenge Qualité" pour stimuler l'excellence

Christmas Week

Une célébration inoubliable au siège de Boissons du Cameroun !

27|Évènement

FESTI 237

Au rythme de nos passions !

27 milliards de FCFA pour renforcer les chaînes de valeur agricoles

32|Nos Métiers

Les métiers de l'Intelligence Artificielle
Des rôles clés en vitrine

Attaché de Direction (SEMC)
Le bras droit des dirigeants

Le magasinier des pièces de rechange (SOCAVER)
le gardien invisible de la performance du service "Maintenance"

Eugène Djery KAMGHO
Meilleur des meilleurs travailleurs de Boissons du Cameroun et Filiales

38|Performances et Innovations

Nomination de Rebecca
MFONDJA-ESSOMBA à la Bourse Nationale des Déchets
« Je me considère comme une Ambassadrice de Boissons du Cameroun en
mission »

Agence des Normes et de la Qualité (ANOR)
Louis Ambombo et SEMC portés à la présidence du Comité Technique 21
(CT 21)

41|Actions RSE

Soutien à l'éducation
Boissons du Cameroun a investi 135 millions Fcfa pour 2025
Accès à l'eau potable
Boissons du Cameroun renforce son engagement en faveur des populations

45|Chez nos Clients et Partenaires

Hendrick WIELINGA
Warsteiner's Export Director visits Cameroon
Boissons du Cameroun et
les Associations de Consommateurs
Une rencontre pour consolider la confiance

47|Actualités VMV

Emmanuel WANKOUE
« Nous avons fait la déclinaison des valeurs et
de la mission par entité et par processus »

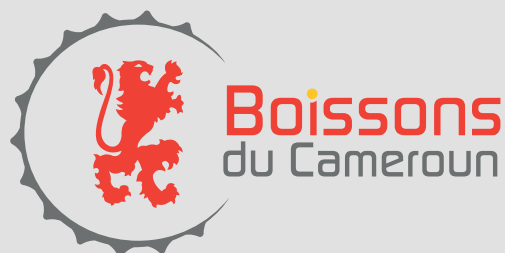
48|Ça Bouge

Les mouvements du 2^{ème} semestre 2025
Retraites Heureuses

49|Le saviez-Vous?

Le cancer du sein
Un cancer détecté tôt guéri dans 9 cas sur 10

50|L'image du Semestre



Chères Lionnes, chers Lions,

Chaque numéro de **Lion News** marque une étape. Le 17e ne fait pas exception. Mais plus qu'un regard dans le rétroviseur, il est une invitation à lever les yeux et à regarder plus loin.

Au fil de ces pages, se dessine le portrait d'une entreprise en mouvement constant. Une entreprise qui investit, qui transforme et qui assume pleinement son rôle au cœur de l'économie camerounaise. Derrière nos marques, nos sites industriels modernisés, nos projets agricoles structurants et nos engagements sociétaux, une même énergie est à l'œuvre : **celle d'un collectif qui choisit d'agir sur le long terme.**

L'année qui s'achève aura été dense et exigeante. Elle a vu la montée en puissance de projets emblématiques, l'extension de nos actions dans les bassins agricoles, le renforcement de nos standards de qualité et de sécurité, ainsi que l'accélération de la transformation digitale au service de la performance et de la fiabilité de nos opérations. Elle a aussi été rythmée par de grands moments de rassemblement autour de nos marques, à l'image du FESTI 237, devenu bien plus qu'un événement : un espace de création de lien avec les communautés.

Mais au-delà des réalisations, une conviction s'est renforcée : **notre première richesse reste l'humain.** Les parcours inspirants de collaborateurs, l'expertise de nos équipes de production, la résilience sur le terrain, la rigueur des fonctions support et l'engagement quotidien de chacun témoignent d'une entreprise

portée par des femmes et des hommes compétents, responsables et profondément attachés à leur mission.

À l'horizon, de nouveaux chapitres se dessinent. Ils parlent de transformation des modes de travail, d'exigence accrue en matière de performance et de responsabilité, d'innovations qui viendront, le moment venu, renforcer notre impact et notre compétitivité. Ce numéro en laisse volontairement entrevoir les contours.

“ **Nous le faisons ensemble** ”

Car l'avenir ne se décrète pas. Il se construit, pas à pas. Il se prépare dans les investissements engagés aujourd'hui, dans la déclinaison concrète de notre Vision, de notre

Mission et de nos Valeurs au plus près des métiers, et dans la capacité de chacun à relier son action quotidienne à une ambition collective plus large.

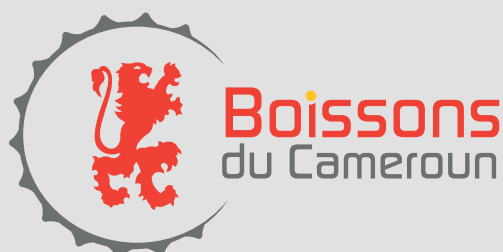
Lion News est le reflet de ce chemin. Une vitrine de nos réalisations, mais surtout un espace de sens, de reconnaissance et de projection. Que ce 17e numéro soit pour chacun une source de fierté, d'inspiration et d'élan pour ce qui s'écrit déjà.

La suite commence maintenant. Et elle se construira, comme toujours, Ensemble.

Très bonne lecture à toutes et à tous.

Stéphane DESCAZEAUD
Directeur Général





Dear Lionesses, dear Lions,

Each publication of Lion News marks a milestone. The 17th is no exception. But more than a look back, it's an invitation to look ahead and see what lies beyond.

Throughout these pages, the portrait emerges of a company in constant motion. A company that invests, transforms, and fully embraces its role at the heart of the Cameroonian economy. Behind our brands, our modernized industrial sites, our structuring agricultural projects, and our social commitments, the same energy is at work: that of a team that chooses to act for the long term.

The past year has been busy and demanding. It has seen the ramp-up of flagship projects, the expansion of our activities in agricultural regions, the strengthening of our quality and safety standards, and the acceleration of our digital transformation to enhance the performance and reliability of our operations. It has also been punctuated by great moments of unity around our brands throughout the FESTI 237 which has become much more than an event: a space for building connections with communities.

“Our greatest asset remains our people”

But beyond achievements, one conviction has been reinforced: our greatest asset remains our people. The inspiring career paths of our employees, the expertise of our production teams, the resilience on the ground, the rigor of our support functions, and the daily commitment of each individual testify to a company

driven by competent, responsible women and men deeply committed to their mission.

On the horizon, new chapters are taking shape. They speak of transforming ways of working, of increased demands for performance and responsibility, and of innovations that will, in due course, strengthen our impact and competitiveness. This issue intentionally offers a glimpse of what lies ahead.

“ **Together we deliver** ”

The next chapter begins now

Because the future cannot be decreed. It is built, step by step. It is being prepared through the investments made today, through the concrete implementation of our Vision, Mission, and Values at the local level, and through everyone's ability to connect their daily actions to a broader collective ambition.

Lion News reflects this journey. A showcase of our achievements, but above all, a space for meaning, recognition, and future planning. May this 17th issue be a source of pride, inspiration, and momentum for everyone involved.

The next chapter begins now. And it will be built, as always, together. Enjoy your reading!

Stéphane DESCAZEUD
Managing Director



GIFT AN ICON OF FLAVOUR



Boissons du Cameroun célèbre les 150 ans de 33 Export

Une marque intemporelle



En 2025, Boissons du Cameroun a célébré un anniversaire exceptionnel : les 150 ans de 33 Export, une bière emblématique qui traverse les générations et continue de rassembler les amateurs de qualité et de partage.

Depuis sa création en 1875, 33 Export incarne bien plus qu'une boisson : un symbole de tradition, d'authenticité et d'innovation. Une marque qui a su évoluer sans jamais perdre son identité, restant proche des consommateurs dans les moments qui comptent.

Une année de célébrations mémorables

Pour marquer cet événement historique, Boissons du Cameroun a déployé des initiatives fortes :

- Accompagnement des Lions Indomptables
- Animations dans les points de vente
- Championnats de quartier
- Voyages offerts à des fans pour la Coupe d'Afrique des Nations au Maroc
- Des milliers de lots et des maillots originaux des Lions Indomptables, à gagner

FESTI 237 : Temps fort de la célébration

A l'occasion du FESTI 237 célébré à Yaoundé, Douala et Bafoussam, 33 Export a offert à ses partenaires et consommateurs des moments encore plus exceptionnels. Le mini-tournoi de football organisé pour les vétérans a ainsi permis de récompenser à hauteur d'1 500 mille FCFA chaque vainqueur ; Ce tournoi fut relevé par la présence des anciennes gloires du football camerounais : Lucien Mettomo, Bernard Tchoutang, Jean II Makoun, Isaac Sinkot, Didier Angibeaud-Nguidjol, François Ndombe Lea, Annette Ngo Ndom et bien d'autres, qui ont livré des matchs de gala devant un public venu nombreux. C'est dans cette ambiance et dans un esprit de parfaite communion que le gâteau d'anniversaire géant a été partagé à chaque étape.

Ces 150 ans 33 Export célébré avec grandeur ont permis à Boissons du Cameroun de réaffirmer que sa marque reste le symbole de la passion et de l'émotion, piliers du football camerounais, véritable facteur d'unité nationale.



Eric VOUFO





TOP en fusion avec les Camerounais pour son cinquantenaire

À l'occasion de son 50e anniversaire, la marque TOP a déployé une célébration exceptionnelle à la hauteur de son héritage

Depuis cinq décennies, TOP accompagne les moments simples, joyeux, familiaux et festifs de générations de Camerounais. En 2025, cette célébration s'est voulue populaire, immersive et inoubliable, touchant chaque segment de son vaste public.

Une campagne nationale visible et impactante

La célébration des 50 ans de TOP a démarré par une campagne médiatique d'envergure : spots TV et radio diffusés sur les grandes chaînes du pays, affiches grand format dans les principales artères des villes ... Deux slogans forts ont marqué cette phase : "TOP depuis 50 ans" et "TOP à chaque moment de notre histoire", rappelant le lien intime entre la marque et la mémoire collective camerounaise. La marque a également accompagné avec fierté le concert de son égérie l'artiste Vanister, réaffirmant ainsi son engagement auprès de la jeunesse qu'elle encourage à poursuivre ses rêves.

Une présence forte sur le terrain

TOP a ensuite célébré directement avec ses consommateurs dans les points de vente à travers l'opération TOP Back to School. Cette activation nationale a permis aux familles de remporter des kits scolaires, allégeant la rentrée des classes pour de nombreux foyers. En clôture de cette action, TOP a offert une expérience immersive et ludique baptisée : « qui veut être roi ? », une animation grandeur nature dans plusieurs grandes surfaces de Douala et Yaoundé. Les participants devaient relever des défis autour des saveurs TOP pour espérer remporter des bourses scolaires. Une manière originale et ludique de soutenir les efforts de la communauté éducative.

Une campagne d'héritage :

"TOP, le goût de nos histoires"

En fin d'année, la marque a lancé "TOP, le goût de nos histoires", une campagne émotionnelle valorisant les récits de ceux qui ont grandi avec la marque. Elle a rappelé que derrière chaque bouteille de TOP, il y a une mémoire, une anecdote, un lien.

TOP, partenaire de l'éducation et de l'excellence La marque a poursuivi son engagement citoyen en récompensant l'excellence scolaire dans plusieurs établissements d'élite, à travers des primes aux meilleurs élèves au terme du premier trimestre 2025 et des actions d'impact durable dans les écoles. Une preuve que la marque continue d'investir dans l'avenir du Cameroun.

Un programme de fidélité pour les partenaires commerçants

Les clients détaillants, piliers du succès de TOP, ont également été mis à l'honneur via



le programme de reconnaissance TOP, avec des récompenses valorisant leur fidélité et leur engagement. Avant eux, la marque TOP avait tenu à récompenser la fidélité et la performance de ses meilleurs clients et distributeurs du premier semestre 2025. Ces partenaires privilégiés ont eu le plaisir de vivre un voyage d'exception à Zanzibar, entièrement offert par la marque. Ce moment unique alliant détente, découverte et reconnaissance reflète l'esprit de TOP : valoriser ceux qui bâtissent son succès au quotidien.

Un concert historique en guise d'apothéose En point d'orgue des célébrations, TOP a offert

au public camerounais un concert géant avec la star française Gazo, rassemblant des milliers de fans euphoriques. Un moment gravé dans les mémoires, à l'image de la marque.

En 2025, TOP n'a pas seulement célébré son anniversaire. La marque a surtout réaffirmé son ancrage dans le quotidien des Camerounais et son engagement envers les jeunes. Plus qu'une boisson, TOP nous rappelle nos histoires. Et fait partie de notre histoire.

Yves-Marcellin DJOKO

TOP

FAIS PÉTILLER TES RÊVES

McCANN

50 ANS
TOP
PAMPLEMOUSSE

50 ANS
TOP
PAMPLEMOUSSE

50 ANS
TOP
ORANGE

50 ANS
TOP
ANANAS

50 ANS
TOP
GRENADINE

 Boissons
du Cameroun



Direction des Affaires Générales :

Au cœur de la confiance et de la performance

Au centre de l'action managériale du Groupe SABC, la Direction des Affaires Générales (DAG) joue un rôle stratégique : garantir la conformité, sécuriser juridiquement les activités et fluidifier les relations avec les institutions. Plus qu'un service, la DAG est un partenaire de confiance, engagé à anticiper les risques et à soutenir les projets de toutes les directions.

Une organisation pensée pour l'efficacité

La DAG s'articule autour de trois pôles complémentaires :

- Département Conformité : veille réglementaire, éthique, gestion des risques, assurances et archives.
- Département Juridique & Contentieux : bouclier juridique, gouvernance et sérénité des opérations.
- Pool Relations Institutionnelles : accompagnement des démarches stratégiques et suivi des dossiers fonciers.

À cela s'ajoute une juriste polyvalente, garantissant un appui transversal et le suivi de la performance.

Notre mission : anticiper, sécuriser, accompagner

Chaque jour, la DAG œuvre pour offrir un cadre sûr et respectueux des règles et des valeurs de l'entreprise. La conformité n'est pas une contrainte, mais un investissement stratégique dans la stabilité et la pérennité. Une valeur ajoutée discrète mais essentielle. Souvent en coulisses, la DAG contribue à la sérénité des équipes, à la confiance des partenaires et à la bonne marche de l'entreprise. Chaque décision éclairée, chaque pas sécurisé, c'est notre engagement.

Eva KINGUE ELIMBI



LA MÊME PASSION

DEPUIS 150 ANS



EDITION
LIMITÉE



8563

• L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION. •



21+



ZERO ALCOOL
AU VOLANT

Il est parti du bas de l'échelle. Et c'est précisément ce qui fait sa force aujourd'hui. Avant les stratégies, avant les concepts primés, avant les chiffres, il y a eu le terrain. Celui qui enseigne l'endurance, l'humilité, la rigueur et donne de la valeur aux œuvres. Yves-Christian DIKONGO commence donc sa carrière là où peu de cadres supérieurs ont commencé : en tant qu'animateur terrain, micro en main, de bars en événements, de foires en concerts, sillonnant le Cameroun pour aller à la rencontre des consommateurs, comprendre leurs codes, leurs attentes et leurs émotions.



Formé au journalisme à l'École Supérieure de Gestion, grand passionné de médias, il est un habitué des studios de CRTV Littoral. Aux côtés de Moïse BANGTEKE, célèbre animateur radio décédé le 10 mai 2013, le jeune Yves-Christian affine une compétence qui deviendra centrale dans toute sa carrière : "VENDRE". Pendant 7 ans, il vit au rythme des micros, studios et événements privés qu'il anime en tant Maître de cérémonie. Ses modèles : Moïse BANGTEKE, Amobé MEVEGUE et Claudy SIAR. Sa détermination : Sans limite !

Le destin

Après l'obtention de son Brevet de Technicien Supérieur en tant que Journaliste, Yves-Christian DIKONGO décide de poursuivre ses études à l'ESSEC. Pour payer ses études, il accepte le poste de Responsable Commercial chez GTS Alarms. Pendant 2 ans, il s'occupe de la commercialisation des systèmes d'alarmes incendies, de contrôle d'accès et de vidéo surveillance. C'est à ce moment, en 2004, que survient une opportunité, contre toute attente ! SIAC BRASSERIES recrute des animateurs pour relancer sa politique marketing. Yves-Christian postule. Sur une centaine de candidats, il fait partie des 2 retenus, après six mois de tests.

Le 10 août 2005, il signe son contrat professionnel avec SIAC. Pour lui, c'est plus qu'un emploi : c'est un miracle. Il passe ainsi du statut d'étudiant débrouillard à celui de professionnel avec sécurité sociale et responsabilités. Il est appelé à couvrir tout le Cameroun, animant dans des bars, des foires et des concerts. Il deviendra

plus tard superviseur d'animation. Cette immersion précoce dans le réel, forge chez lui une conviction durable : "Seul l'effort paye". C'est déjà bien, mais le destin lui réserve une autre surprise.

La fusion SIAC/Les Brasseries du Cameroun

En juin 2009, SIAC fusionne avec la Société Anonyme des Brasseries du Cameroun (SABC). Yves-Christian DIKONGO voit cette transition comme une nouvelle visitation divine. Anatole EBWENGUE et Michel MVONDO respectivement Responsable Publicité et Directeur National des Ventes le proposent au test de Chef de produits Marques Premium chez SABC.

Après un entretien intense d'une journée avec Patricia BERTHELOT alors Directrice Marketing, il intègre la Direction Commerciale et Marketing comme Chef de marques Bières Premium Isenbeck et Tuborg. Le défi est immense, mais il va gravir étape après étape, les fonctions de gestionnaire stratégique de chacune des catégories de l'ensemble de nos portefeuilles, des moins importants aux plus rentables, sans jamais brûler une étape. Il passera tour à tour comme :

- Chef de Produit Bières Marques Premium,
- Chef de Produit Bières Blondes,
- Chef de Produits Jus Plats et Pulpés,
- Chef de Produits Eaux,
- Chef de Segment BG et Sodas,
- Chef Segment Bières et Alcools Mix...

Restera toutefois gravé dans sa mémoire, la date du 1er avril 2013 !

Ce jour-là, Monsieur DIKONGO devient à la suite d'un test, le tout premier Country Manager Orangina pour le Cameroun. En y accédant il devient employé cadre, relevant ainsi un pari lancé par Guillaume SARRA au moment de la transition, il était alors en 7ème catégorie :

« Yves-Christian, si tu es un vrai bosseur, je ne te donne pas plus de quatre ans pour devenir cadre ». Monsieur DIKONGO devient le premier ex employé de SIAC à franchir ce cap dans les équipes commerciales de SABC. C'est encore là, « une grâce divine » commente-t-il.

La révolution à SEMC

Vient donc le challenge le plus audacieux de sa carrière, celui de rejoindre SEMC et Tangui : « L'eau est un produit d'appel, un marché très difficile, et surtout la concurrence est féroce. Guillaume SARRA que j'appellerai toute ma vie le visionnaire, décide de m'envoyer à Mbanga comme Chef de Produit

Tangui. Une sorte de responsable de marché chez SEMC. Mon travail est celui de négocier les partenariats et d'analyser la rentabilité de la structure. Je découvre à Mbanga, le métier de commercial au-delà du simple Marketing ». Malgré la concurrence féroce et la tentation de baisser les prix de Tangui pour rester compétitif, Yves-Christian propose à sa hiérarchie une idée révolutionnaire : « créer une nouvelle marque d'eau minérale sur le site de Momba et la positionner en dessous de Tangui pour faire face à la concurrence et ainsi sauver SEMC ». La proposition est acceptée. Elle est même saluée. La SABC retrouve des couleurs avec la naissance de VITALE. C'est une victoire, scellée sur l'autel du challenge et de la persévérance.

20 ans d'impact...

Durant ses 20 ans de carrière chez Boissons du Cameroun, Monsieur DIKONGO et les équipes qui l'ont entouré, ont initié et animé de puissants concepts.

Plusieurs distinctions vont couronner ce dur labeur : Meilleurs lancements Racines et Chill primés par le Groupe BGI en 2022, et tout récemment la reconnaissance de Wasreiner partenaire ISENBECK avec les attentions particulières de Mme Catharina CRAMER Présidente du Conseil d'Administration de Warteiner, pour les 20 ans de loyaux services.

Mais Yves-Christian aime à rappeler : « je n'ai pas travaillé seul. Personne ne peut d'ailleurs travailler tout seul. Mon parcours est aussi celui des équipes valeureuses que j'ai formées, structurées et qui mon accompagnées ».

Un nouveau chapitre s'ouvre

Depuis décembre 2025, Yves-Christian DIKONGO a été nommé au poste de Chef Service Senior Stratégies et Innovations : « une fonction transversale où je mettrai encore plus mon savoir-faire au service de la projection dans le futur et le Leadership de Boissons du Cameroun » explique-t-il.

En effet après vingt années d'expérience terrain, de marketing et de management, ce nouveau rôle représente un espace de réflexion, d'anticipation et de structuration pour les défis avenir.

Nous lui souhaitons plein succès dans l'exercice de ses nouvelles fonctions.

Hervé MENOM



JULES DIBABO TCHOUMKEU

Superviseur Senior QHSE SEMC



« La sécurité des personnes et des biens est notre priorité »

Après avoir fait ses études primaires au Camp Bertaud à New-Bell Douala, et obtenu son Baccalauréat D au lycée de Loum, le jeune Jules va poursuivre ses études supérieures à l'université de Douala où il obtient en 2009 sa licence en chimie organique, puis en 2010 une maîtrise dans la même filière. Pour s'aménager une insertion professionnelle réussie, il va se réorienter vers la filière Qualité-Hygiène-Sécurité-Environnement (QHSE) toujours à l'Université de Douala. Il obtient en 2013 un Master II en QHSE. Deux mois plus tard, à l'issue d'un test de recrutement national, il est embauché à Boissons du Cameroun au poste de Chef d'Equipe Traitement des Eaux Usées et Gestion des Déchets en 6ème catégorie professionnelle à l'Usine de Douala Koumassi. Il est alors chargé du pilotage et du contrôle de cette nouvelle station d'épuration des eaux usées. Son abnégation et son désir de se perfectionner au quotidien ont conduit à son affectation en juin 2021 comme Chargé Sureté-Sécurité-environnement aux silos à la Direction Logistique et Achats (DLA). Il est classé en 7ème catégorie.

Août 2022 : un transfert à la SEMC

Août 2022 marque un tournant décisif dans la carrière de Jules DIBABO TCHOUMKEU avec un transfert à la Société des Eaux Minérales du Cameroun (SEMC). Il a pour principale mission de mettre SEMC aux standards Sureté-Sécurité-Environnement de Boissons du Cameroun. Entre autres, ses réalisations sont :

- Sureté : maîtrises des contrôles d'accès du site, installation tourniquet, extension de la vidéo surveillance, pose des BIMS et herse ;
- Sécurité : pose des échelles à crinolines, extinction automatique à eau du magasin MPC, extinction automatique à gaz argogène des locaux baie, TGBT et onduleur, mise à disposition des nacelles pour travaux en hauteurs ;
- Environnement : acquisition des retentions pour pose et stockage des produits chimiques, construction d'un hangar pour tri des déchets, installation des déshuileurs à toutes les sorties d'eau de l'Usine.

Sous sa houlette, SEMC réussit avec brio son tout premier audit de certification SMI (ISO 9001, 14001, 27000 et 45001). Aujourd'hui, Monsieur DIBABO est un interlocuteur de premier ordre de la Direction. Avec sa hiérarchie, il entretient des relations d'échanges et de collaboration. « J'ai beaucoup appris de mes supérieures hiérarchiques et je profite de cette tribune pour remercier M. Alain NGOKO qui m'a donné l'opportunité de souvent le remplacer durant ses congés alors que je n'étais qu'un stagiaire à cette époque. Je remercie Monsieur NDI MBARGA qui m'a donné les outils afin de me transcender. Je remercie aussi Monsieur Armelle TCHOKONTE pour ses qualités humaines et son apport dans mon développement ».

Marié et père de cinq enfants, ce LEAD IMPLEMENTER en ISO 14001, 45001 et certifié NEBOSH, s'est fixé un nouvel objectif : celui de doter SEMC d'une bâche de stockage de réserve d'eau d'incendie d'une capacité de 250 m3, et de maintenir les certifications SMI obtenues.

Brice KOLONKOUO



CÉCILE TCHUIENCHE DJOKO

La force tranquille des achats

Cécile Tchuienche Djoko rentre dans l'univers de Socaver à la faveur d'un stage académique au secrétariat du Directeur Général Adjoint en 1997. Deux mois plus tard, son sérieux lui vaut d'être rappelée pour remplacer la standardiste en congé, puis le Secrétaire Technique. Ces premières expériences, modestes en apparence, forgent déjà une réputation de fiabilité. Sous contrat avec le soustraitant Euro Afrique Intérim, elle poursuit ses études et obtient un BTS en informatique de gestion à l'Institut Universitaire de Technologie en 1999. Cet engagement professionnel, entre travail et formation, révèle une détermination qui ne faiblira point.

L'ascension patiente

Elle poursuit son chemin au sein de Socaver et sera officiellement embauchée le 24 septembre 2001 comme Secrétaire Technique, en 6ème catégorie. Son sens des responsabilités, son dynamisme et son savoir-faire lui valent une promotion en 7ème catégorie en 2011. Quatre ans plus tard, elle est mutée au poste de chef de bureau achats, fonction qu'elle occupe avec constance et rigueur. En 2023, grâce au projet Phoenix, elle devient chef de bureau principal achats, en 8ème catégorie. Cette ascension, patiente et méthodique, illustre une carrière où chaque étape est conquise par le travail et une confiance en soi qui inspirent ses collègues.

« Margaret Thatcher »

Dans l'entreprise, certains la surnomment « Margaret Thatcher », d'autres « La Miss » ou « Le Mannequin ». Ces appellations, parfois teintées d'admiration, traduisent l'image d'une femme de poigne, mais aussi d'une personnalité charismatique qui séduit par son assurance, son intégrité et son dynamisme. Elle s'engage pleinement dans les activités qu'elle entreprend, qu'il s'agisse de son métier ou de ses passions pour la natation, le cinéma et le sport. Ses rapports avec la hiérarchie sont empreints de confiance et de reconnaissance : son travail est apprécié, sa rigueur saluée.

Une figure de continuité

Aujourd'hui, Cécile Tchuienche Djoko est plus qu'un agent de maîtrise de Socaver : elle est un repère. Son parcours raconte l'histoire d'une femme qui a su transformer les opportunités en tremplins, les défis en victoires. Elle incarne la continuité et la stabilité dans une entreprise en mouvement, et rappelle que la réussite n'est pas toujours affaire de fulgurances, mais de constance et de fidélité à ses valeurs.

Xavier MBEE MBEE

Pure et Saine !



L'eau de chez moi





Manyan Celebrates 7 Years of Success

To mark the occasion, the brand offered a festive immersion into the heart of Cameroonian culture

For its 7th anniversary, Manyan beer organized a memorable celebration at the Souari Shopping Center, transformed for the occasion into a veritable royal court.

Tradition and Modernity in Harmony

Under the theme of brotherhood and living together, the Babaladeys and Dadaladeys of the North gathered to (re)discover the authentic flavors of rural Cameroon in a festive and welcoming atmosphere.

The country's true beer, adorned with its new packaging (a green bottle symbolizing modernity), was unveiled as a reflection of a brand in full evolution. This visual transformation, from amber glass to green, embodies Manyan's desire to reconcile tradition and innovation, while reinforcing its image as a catalyst for conviviality.

A Powerful Cultural Design

The official launch was marked by a strong turnout, illustrating the emotional connection between the brand and its consumers.



The site design, the decoration of the points of sale, and the attire of the participants—brand ambassadors, warriors, riders, and horses—offered remarkable aesthetic coherence, praised by the guests. The elegance and authenticity of the event reinforced Manyan's visual identity while celebrating local cultural traditions.

An Immersive and Memorable Experience

The communication surrounding the event was effectively deployed, ensuring optimal visibility among the target audience. The surprise appearance of the Manyan Team at the points of sale added a powerful emotional dimension, creating an immersive experience that will be remembered for years to come.

A Reaffirmed Strategic Positioning

Through this celebration, Manyan reaffirms its strategic positioning: a brand close to its consumers, embodying the values of solidarity, sharing, and cultural pride. This event marks a strategic turning point in the brand's positioning, highlighting its cultural roots and its commitment to its consumers.

Barthélémy BOUNAI

Compliance

Conformité et éthique pour l'engagement collectif

La campagne annuelle d'affichage interne, inscrite dans le déploiement du Code de conduite, est un dispositif stratégique de communication visuelle déployé dans nos espaces de travail. L'objectif de cette initiative vise à informer, sensibiliser et mobiliser les collaborateurs autour de messages clés, afin de rendre nos valeurs et engagements visibles et concrets au quotidien.

Des messages simples, des outils pratiques

Les affiches traduisent le Code de conduite en messages percutants, accompagnés de visuels attractifs qui marquent les esprits et incitent à l'action.

Elles intègrent également des outils pratiques, comme un QR code permettant d'accéder au Code de conduite et de signaler en toute sécurité et confidentialité. Ces facteurs contribuent à une communication interne dynamique et à l'engagement des équipes.

En somme, cette initiative est un vecteur de responsabilité collective : l'éthique, c'est notre responsabilité à tous. Ensemble, faisons de nos valeurs une réalité visible et partagée.

Rosine Palmeira NGO NEMB
EPSE AHANDA

Pourquoi cette campagne ?

Accessibilité : certains collaborateurs en sites de production n'ont pas accès à la messagerie ;

- Renforcement du sentiment d'appartenance ;
- Circulation fluide de l'information, pour éviter les malentendus ;
- Accompagnement du changement et promotion des bonnes pratiques ;
- Création d'un climat de confiance grâce à des dispositifs simples et sécurisés.
- Ce que nous attendons

À travers cette campagne, nous visons une adhésion forte aux valeurs et règles internes, ainsi qu'une réduction des zones d'ombre.



AGIS POUR L'INTÉGRITÉ ! EN SIGNALANT EN TOUTE CONFIDENTIALITÉ

UN SCAN POUR ACCÉDER À LA PLATEFORME




OU VIA :

<https://groupe-castel.gan-compliance.com>

Journée Santé

Une mobilisation forte contre le VIH et les cancers

Vendredi 12 décembre 2025, le Castel Hall de Douala a vibré au rythme de la prévention et de la sensibilisation lors de la Journée Santé organisée par la Direction des Ressources Humaines de Boissons du Cameroun. L'événement inédit, a rassemblé les Lionnes et Lions des différents sites de Douala autour d'un objectif commun : informer, prévenir et agir contre le VIH/Sida et les cancers du sein et de la prostate.

Trois experts de la santé, ont marqué cette rencontre par des interventions riches et interactives.

Le Docteur en médecine Jerry Kuitche, spécialiste en urologie, a éclairé l'auditoire sur les causes, facteurs de risque et traitements du cancer de la prostate, le plus fréquent chez les hommes. David Epopa, psychologue, a livré des clés pour préserver son bien-être psychologique dans un contexte professionnel exigeant. Docteur Rachel Tayou, médecin-enseignante, a animé un atelier sans tabou

sur la ménopause, l'andropause et le cancer du sein, offrant des réponses claires et pédagogiques.

Un témoignage émouvant

La journée s'est conclue par un moment fort : le témoignage émouvant de Catherine Ndingo Edjenguele épouse Ngoule Essoh, Ambassadrice de la lutte contre le cancer du

sein chez Boissons du Cameroun, suivi d'un talk-show interactif où les participants ont pu poser leurs questions aux experts. Parce que la santé se conjugue aussi avec convivialité, des jeux ludiques ont permis à plusieurs collaborateurs de repartir avec des lots, ajoutant une touche festive à cette journée placée sous le signe de la prévention et du partage.

Anne Béatrice JENE MOTTO
EPSE MOUKOKO



Annual medical visit

The Responsibility of Each and Every One

From the moment they are hired and throughout their professional life, every employee, regardless of their socio-professional category, must undergo medical examinations organized by the Occupational Health Coordination. The objective is to verify their physical and mental fitness to perform their professional activities.

A Legal and Regulatory Obligation

Decree No. 15/MT/MTPS/IMT of October 11, 1979, stipulates in Article 20, paragraph 3a: "All employees are required to undergo a systematic medical examination with a chest X-ray at least once a year. Individuals under 18 years of age are examined every six months." This provision therefore makes systematic medical examinations mandatory in Cameroon for all employees of private companies, industrial and commercial establishments. Employees exposed to particular risks benefit from enhanced medical monitoring.

A Cornerstone of Safety

Systematic medical examinations are a cornerstone of occupational medicine. It allows us to: limit occupational health risks; ensure the employee's fitness to perform their duties; and adapt the workstation or offer a position compatible with their health condition if necessary.

A partner for a high-performing company

Beyond medical check-ups, occupational health plays a preventative and advisory role:

- Improving working conditions;
- Preventing occupational risks;
- Combating alcohol and drug use;
- Preventing psychological and sexual harassment;
- Maintaining employment and combating job loss.

By conducting this visit annually, we guarantee our health, our well-being at work, and the performance of our company.
One team, one goal

Etienne Edmond MBE

Mutzig Bold Cabaret

Quand nos virtuoses rivalisent de doigté

La troisième édition du Mutzig Bold Cabaret s'est achevée en apothéose à Douala le 17 décembre 2025, consacrant l'orchestre Le Palais comme grand vainqueur. Une performance qui illustre parfaitement l'esprit audacieux et créatif que la marque Mutzig célèbre à travers cette compétition unique.

Après des finales palpitantes à Yaoundé le 3 décembre, où La Pergola a brillé au Boukarou Lounge, et à Bafoussam le 10 décembre, avec le sacre du cabaret Facebook sur la scène du FESTI 237, Douala a offert un dénouement spectaculaire à cette édition riche en émotions et en talents.

Créé pour révéler et valoriser les meilleurs orchestres de cabaret, le Mutzig Bold Cabaret s'impose désormais comme un rendez-vous incontournable pour les passionnés de musique live et de convivialité. Chaque vainqueur repart avec 1 000 000 FCFA et 50 casiers de Mutzig, une récompense qui témoigne de l'engagement de la marque à soutenir la culture et les artistes locaux.

Une édition audacieuse, une vision ambitieuse

Le succès de cette 3e édition confirme la mission de Mutzig : offrir des expériences uniques et fédératrices autour de la musique et du partage. Et ce n'est qu'un début ! La prochaine édition s'annonce grandiose, avec une finale nationale qui promet de repousser les limites dans un esprit Never Stop Starting.

Mutzig Bold Cabaret, plus qu'une compétition, c'est une célébration de la passion, du talent et de l'audace. Rendez-vous en 2026 pour écrire ensemble la prochaine page de cette aventure exceptionnelle.

Francis TINA MBALLA





Oktoberfest

Quand la tradition allemande nous parle

Du 20 au 27 septembre 2025, une délégation de Boissons du Cameroun a pris part en Allemagne à l'Oktoberfest, l'un des plus grands festivals de bière au monde. Pour cet événement, la délégation camerounaise était composée des meilleurs distributeurs Isenbeck, récompensés dans le cadre d'un jeu concours lancé en juillet 2025 pour la promotion de la marque, des meilleurs éléments de la force de vente et des usines à l'échelle nationale ainsi que les envoyés spéciaux de la Direction Commerciale.

La découverte de l'Oktoberfest a été une heureuse surprise pour le contingent camerounais. Dès les premières foulées dans les allées de cette fête emblématique, le charme opère. Des visiteurs vêtus de la tenue traditionnelle bavaroise incarnent l'esprit festif allemand.

La bière, star incontestée

Les hommes sont vêtus de culottes en peau de cerf et de chemises blanches ou à

carreaux.

Les femmes quant à elles arborent des robes à bretelles avec une large ceinture nouée à gauche (liberté) ou à droite (engagement). Des bottes en cuir robustes complètent la mise.

Les enfants ne sont pas en reste et profitent des manèges géants et des animations colorées.

Dans des tentes de plus de 5 000 m², des milliers de convives dégustent des chopes d'un litre à 6,5 % d'alcool, accompagnées de mets bavarois typiques, le tout rythmé par tambours et cymbales. Des chevaux majestueux livrant la bière défilent dans les couloirs, ajoutant une touche d'authenticité.

Le Cameroun à l'honneur

Sur les tables des Lions du Cameroun, l'ambiance est électrique. Il faut noter que la délégation de Boissons du Cameroun a été accueillie quelques jours plus tôt, dans la localité allemande de Warstein par Madame Catharina CRAMER Présidente du Comité d'Administration du groupe Warsteiner partenaire d'ISENBECK. Elle a eu des mots de reconnaissance à l'endroit

de ses hôtes, pour le développement de la marque au Cameroun. De son côté, Monsieur Jean Marc MEKA, Directeur Commercial de Boissons du Cameroun a remis à Madame CRAMER un cheval géant, offert par le Directeur Général de Boissons du Cameroun, symbolisant l'amitié et le partenariat durable entre les deux institutions. Mme CRAMER a également tenu à saluer les 20 années de service de Monsieur Yves-Christian DIKONGO, dans la promotion de la marque ISENBECK au Cameroun. Elle lui a décerné le prestigieux titre d'Ambassadeur ISENBECK dans le monde.

Proust-Proust-Proust !

Nos distributeurs étaient les stars de Munich. Une première inoubliable pour eux :

« Le séjour en Europe a été merveilleux. Même avec 10 millions de mes propres poches, je n'aurais pas vécu ce parcours. Merci à Boissons du Cameroun et à Isenbeck », s'extasie Djoufack Martin, distributeur dans l'Ouest. Pour Alain Patrice Mbida, Chef du Service Commercial Nord : « l'Oktoberfest restera un moment inédit, gravé à vie ».



Après Munich, l'Oktoberfest s'est invité au Cameroun avec éclat !

Le mythique festival allemand de la bière, Oktoberfest, a franchi les frontières pour s'installer au Cameroun avec une authenticité remarquable.

Les 27 septembre à Douala et 4 octobre à Yaoundé, les amateurs de bière et de culture ont vécu une expérience unique, mêlant tradition bavaroise et convivialité camerounaise.

Entre tenues typiques, rythmes entraînant des deux cultures et un voyage culinaire inédit aux saveurs munichoises, l'événement a célébré la diversité et l'art de vivre autour de la bière. Au cœur de cette fête, la bière premium ISENBECK a brillé dans son nouvel habillage doré, symbole de prestige et de pureté. Oktoberfest au Cameroun, c'est bien plus qu'une fête : c'est une rencontre culturelle, une immersion dans l'authenticité allemande, et une ode à la qualité qui fait la renommée d'ISENBECK.

Aubin BETKEU

Direction du Matériel Roulant

Renforcer la responsabilité et accroître la performance



Du mercredi 24 au dimanche 28 septembre 2025, la Direction du Matériel Roulant (DMR) a tenu sa retraite stratégique dans la région de l'Ouest. Objectif : réfléchir aux leviers de performance et préparer les équipes aux défis de fin d'année. Parmi les phrases fortes qui ont marqué cette rencontre, une, ressort avec

puissance : « Renforcer la Responsabilité en vue d'accroître la performance ».

Sous la conduite de Monsieur Yann LEGAL, les équipes se sont engagées à faire preuve de résilience et d'anticipation pour relever les défis à venir, notamment ceux liés à la période de fin d'année, cruciale pour l'activité.

Une dynamique collective

Cette retraite a permis de consolider la cohésion et de définir des axes stratégiques clairs pour améliorer la disponibilité et la fiabilité du matériel roulant, tout en optimisant les processus internes.

Donald KANKO

Team Building SEMC

Ensemble, toujours plus performants



Du 12 au 14 septembre 2025, la Société des Eaux Minérales du Cameroun (SEMC), experte en eaux minérales naturelles, a organisé sa retraite stratégique dans la région de l'Ouest. Objectif : faire le bilan des huit premiers mois de l'année et fixer le cap.

Des valeurs partagées, une ambition commune

Sous la direction de Monsieur Blaise EBENE EBENE, Directeur d'usine, les équipes ont

revisité les valeurs fondamentales qui guident Boissons du Cameroun, SOCAVER et SEMC :

Performance, Responsabilité, Éthique, Passion et Innovation.

Ces idéaux constituent le socle de l'engagement collectif pour aller toujours plus loin, ensemble.

Focus sur la stratégie commerciale

Parmi les temps forts, un exposé sur les stratégies de vente a permis aux experts de revisiter leurs notions de marketing, avec un

objectif clair : susciter davantage d'intérêt pour le segment Eaux et booster les ventes.

Un Team Building porteur d'avenir

Cette retraite a renforcé la cohésion et la motivation des équipes, prêtes à relever les défis des derniers mois de l'année avec énergie et ambition.

Boris KOLONKOUO



Lancement Officiel de la Nouvelle Bouteille Chivas 18 Ans

Un Événement d'Excellence à Douala

Le 12 décembre, Pernod Ricard Cameroun a dévoilé avec fierté la nouvelle bouteille de Chivas 18 ans lors d'un événement exclusif organisé au One Rooftop Douala. Cette soirée d'exception a réuni 50 invités prestigieux, parmi lesquels : influenceurs ontrade de premier plan, trendsetters, redistributeurs stratégiques, clients VIP, personnalités médiatiques et gérants des plus grands établissements premium.

Une expérience haut de gamme pensée pour sublimer Chivas 18. Les invités ont été accueillis avec une sélection raffinée de cocktails signatures, suivie d'une expérience culinaire d'exception mêlant recettes locales revisitées et dégustation de Chivas 18.

Cette harmonie gustative a été imaginée grâce à la collaboration entre le Brand Ambassador Chivas et le Chef Exécutif du One Rooftop.

Un voyage dans l'héritage et l'univers Chivas

La présentation, assurée par PierrePhilippe Kikhouna, Country Commercial Manager Cameroun, accompagné de Cyrille Choupo Wabo, Key Account Manager, a permis aux invités de plonger dans



l'histoire et la légende Chivas, à travers un storytelling riche et immersif. Les convives ont eu par la suite, le privilège de découvrir en avantpremière la nouvelle bouteille Chivas 18 ans, présentée dans un packaging entièrement revisité :

une boîte élégante, finement travaillée, qui met en lumière le caractère premium et la sophistication de la marque.

Aubin KENMENI

Catherine Ndingo Edjenguele

Ambassadrice Octobre rose chez Boissons du Cameroun

Son histoire a bouleversé et inspiré toute l'assistance réunie au siège de Boissons du Cameroun, le vendredi 10 octobre 2025, lors de la cérémonie de remise du Prix de la Reconnaissance Féminine.

Après plusieurs années de combat acharné contre le cancer du sein, Catherine Ndingo Edjenguele, épouse Ngoule Essoh, en service à la Direction Commerciale, a remporté la plus belle des victoires : celle de la vie.

Une victoire personnelle, un symbole collectif

Avant de lui remettre le trophée, Monsieur Stéphane DESCAZEAUD, Directeur Général de Boissons du Cameroun, a salué son courage : « ce combat est certes une victoire personnelle, mais aussi une source d'inspiration pour toute l'entreprise. » Catherine est désormais Ambassadrice Octobre Rose chez Boissons du Cameroun. Un titre qu'elle porte avec fierté et responsabilité.



Un message d'espoir et de prévention

Véritable héroïne, Catherine a profité de cette occasion pour sensibiliser ses collègues : « Il est vital de se faire dépister. Le cancer du sein se combat mieux quand il est détecté tôt ».

Elle promet d'aller au-delà du symbole pour devenir un message vivant d'espoir, de force et d'éveil à la responsabilité.

Cette initiative s'inscrit dans le cadre des actions de responsabilité sociétale de

l'entreprise, qui soutient la lutte contre le cancer du sein et encourage la prévention auprès de ses collaboratrices.

Emmanuel WANKOUE

Rénovation

Après 4 mois de travaux, le Four 2 reprend vie

Mardi 7 octobre 2025 la Société Camerounaise de Verrerie (SOCAVER), filiale de Boissons du Cameroun, a procédé au rallumage du Four 2, une infrastructure stratégique pour la production de verre.

Une capacité de 35 000 tonnes par an

Arrivé en fin de cycle en juin dernier, le Four 2 a été entièrement reconstruit et réhabilité. Cette remise en service marque le retour à une production accélérée, comme l'explique Stéphane KAPING, Chef de Département Production : « avec une capacité de 110 tonnes par jour et 35 000 tonnes par an, la reconstruction de cette infrastructure nous permet de retrouver notre plein fonctionnement. Nous sommes également satisfaits que les travaux se soient déroulés sans heurt, avec zéro accident avec arrêt de travail. »

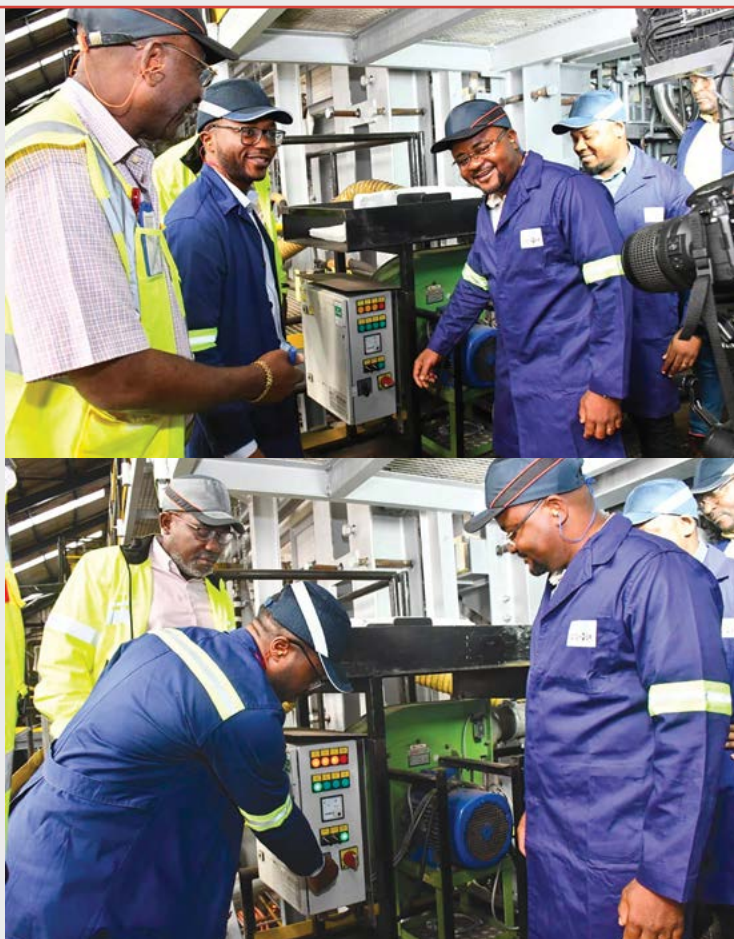
Un impact social et industriel

Le Four 2 est au cœur du processus qui transforme le verre brut en bouteilles de bière et de boissons gazeuses. Sa remise en service a permis à une quarantaine de personnes de retrouver leurs emplois, renforçant ainsi la dynamique industrielle et sociale de SOCAVER.

Un symbole de performance

Ce projet illustre la capacité de SOCAVER à investir dans la modernisation et à maintenir des standards élevés de sécurité et de qualité, tout en contribuant à la chaîne de valeur des emballages au Cameroun.

Hervé MENOM



Transformation digitale de Boissons du Cameroun

Quatre webinaires sur l'Intelligence Artificielle pour booster la productivité

La Direction des Système d'Information (DSI) de Boissons du Cameroun a organisé une série de webinaires dédiés à l'Intelligence Artificielle (IA) les 28, 29, 30 septembre et le 30 octobre 2025. Ces rendez-vous qui ont marqué une étape importante dans la transformation digitale de l'entreprise avait un objectif clair : intégrer la pratique et la culture de l'IA dans les méthodes de travail du personnel.

L'IA, un levier stratégique pour l'entreprise

Dans un contexte où la compétitivité repose sur l'innovation, Boissons du Cameroun a choisi de faire de l'IA un outil stratégique pour améliorer les compétences et la productivité. Ces sessions ont permis de démystifier



l'IA générative et de présenter Copilot, solution intégrée à l'écosystème Microsoft 365, désormais homologuée par la Direction des Systèmes d'Information (DSI).

Des gains de temps spectaculaires

Les participants ont découvert les avantages concrets de l'IA dans leur quotidien : rédaction rapide des mails, comptes rendus et documents professionnels. « Le gain de temps est extraordinaire », ont témoigné plusieurs collaborateurs, séduits par la simplicité et l'efficacité de Copilot.

Une approche responsable

Si l'IA ouvre des perspectives prometteuses, elle comporte aussi des risques : hallucinations (erreurs factuelles) ; problèmes d'éthique ; impact environnemental (consommation énergétique) ; désinformation. Pour prévenir ces dérives, Boissons du Cameroun a partagé une charte d'utilisation responsable de l'IA, garantissant un usage éthique et sécurisé.

Et après ?

Ces webinaires ne sont qu'un début. Des sessions approfondies animées par des experts en data sont prévues dans les prochaines semaines pour aller plus loin dans la maîtrise des outils IA et leur intégration dans les processus métiers.

Yolande NYEMBA
épouse NGAYIHI



La Direction Process et Qualité (DPQ) innove "Le Challenge Qualité" pour stimuler l'excellence



Dans le cadre de son engagement à faire de la qualité des produits notre priorité absolue, la Direction Process Qualité a initié le Challenge Qualité, un concours ambitieux qui met en compétition l'ensemble de nos sites de production. Ce prix s'inscrit dans la vision exprimée par le Directeur Général : « La Qualité est au Produit ce que la Sécurité est aux Personnes ».

Dans un contexte marqué par une forte vigilance des associations de consommateurs et une amplification des réclamations sur les réseaux sociaux, il est essentiel de renforcer notre culture qualité et de garantir la satisfaction de nos clients et partenaires.

Objectifs du Prix Qualité

- Améliorer la présentation et la qualité (physico-chimique, microbiologique et sensorielle) de nos produits.
- Renforcer la satisfaction des consommateurs et de nos partenaires stratégiques.

- Optimiser l'hygiène des environnements de production et de stockage.
- Développer la culture Food Safety et Qualité auprès de tous les employés.
- Accroître l'engagement des directions opérationnelles et fonctionnelles.

Pourquoi ce challenge est important ?

Au-delà de la compétition, ce prix vise à préserver l'image de marque, améliorer la productivité, réduire les coûts liés à la non-qualité et stimuler les ventes. Il s'agit d'un levier stratégique pour consolider notre position sur le marché et répondre aux attentes croissantes des consommateurs.

Qui est concerné ?

Tous les acteurs de la chaîne de valeur : Directeurs, cadres, employés, ouvriers et prestataires. Chacun a un rôle à jouer pour atteindre l'excellence.

Comment sera évaluée la performance ?

Les sites seront évalués sur des KPI précis, tels que :

- Nombre et taux de traitement des anomalies process et qualité.
- Score des visites de marché.
- Taux de propreté des environnements de production.
- Respect des fréquences des CIP.
- Taux de clôture des plans d'action correctifs (PAC).

Le challenge Qualité est plus qu'un concours ; il s'agit d'une démarche collective pour faire de la qualité notre signature. Ensemble, relevons ce défi et faisons de chaque produit une référence d'excellence.

Marie Gèneviève MBASSI BIDZOGO
épouse SIANGUE

Christmas Week

Une célébration inoubliable au siège de Boissons du Cameroun !



Portés par un esprit d'équipe, de convivialité et de partage, nous avons célébré Noël le 24 décembre, d'une manière exceptionnelle. Notre festival de Noël intitulé "Christmas Week" qui a animé le siège de Boissons du Cameroun pendant une semaine, s'est clôturé en beauté avec la remise des lots étoiles : cuisinières, machines à laver, climatiseurs, réfrigérateurs, téléviseurs...

Une première édition du Christmas Week, une initiative audacieuse de la Direction des Ressources Humaines, a offert une semaine riche en jeux concours, animations et émotions, procurant un bonheur immense à nos collaborateurs

Elise Saphyr NDJIGUI OBATTEBA



VISION

**Créer un monde
auquel nous
serons fiers
d'appartenir**



MISSION

**Procurer
du bien-être
et promouvoir
le développement
du Cameroun**



VALEURS

**Performance
Responsabilité
Éthique
Passion
Innovation**

FESTI 237

Au rythme de nos passions !

Le 4 décembre 2025, Boissons du Cameroun a lancé FESTI 237, un événement inédit qui a permis à l'entreprise citoyenne leader de se rapprocher des communautés, en promouvant la diversité culturelle et en soutenant l'économie locale. LION NEWS vous fait revivre les temps forts de cet événement qui restera gravé dans les mémoires.

Pendant 4 jours, le festival a créé un impact durable et offert aux participants une expérience unique dans trois des plus grandes villes du Cameroun, Yaoundé, Bafoussam et Douala. Le programme était riche et fédérateur : Musique live, activation des marques Boissons du Cameroun, gastronomies locales, animations populaires, spectacles avec des artistes de renom, masterclass inspirantes.



Yaoundé donne le ton

Du 4 au 7 décembre 2025, l'esplanade du stade Omnisport de Yaoundé a accueilli la première étape du FESTI 237, marquée par une affluence remarquable et une ambiance résolument festive. Autorités administratives et traditionnelles, associations de consommateurs et grand public ont salué la pertinence de ce concept culturel novateur. La présence de M. Stéphane DESCAZEAUD, Directeur Général de Boissons du Cameroun, a donné un éclat particulier à l'événement. Après une visite des stands et des échanges avec les équipes, il a réaffirmé l'ambition du FESTI 237 : fédérer toutes les générations autour d'une expérience inclusive célébrant la diversité culturelle du Cameroun. Fidèle à son engagement citoyen, Boissons du Cameroun a profité de cette première étape pour offrir de belles fêtes à des personnes vulnérables. Plus de 200 enfants et personnes âgées de Yaoundé ont ainsi reçu des cadeaux et des denrées alimentaires, témoignant du rôle social fort de l'entreprise.





De l'extase à Bafoussam

Après un premier acte réussi à Yaoundé, le FESTI 237 a illuminé Bafoussam du 11 au 14 décembre avec une édition vibrante, fidèle à l'esprit festif de l'Ouest. Cette étape a offert un programme riche : activités sportives animées par VITALE, Masterclass de style avec Jobajo, animations participatives... et un hommage remarquable aux 150 ans de 33 Export. Moment fort de l'événement, la grande finale du MUTZIG BOLD CABARET a captivé le public avec des performances créatives et audacieuses, laissant une empreinte durable dans les mémoires. Bien plus qu'une simple étape régionale, cette escale du FESTI 237 s'est distinguée par une programmation riche et diversifiée, pensée pour rassembler toutes les générations.



Douala : des légendes en apothéose

Dimanche 21 décembre 2025, s'est achevée à Douala, la première édition du FESTI 237. Après Yaoundé et Bafoussam, Douala su a relevé le défi, et quel défi ! Les légendes, PETIT-PAYS et Ben DECCA piliers de la culture camerounaise étaient présents au FESTI 237 étape de Douala tout comme les grands médias qui ont tenu à relayer en direct l'évènement qui a fait vibrer la ville du show-biz. Que dire du public ? Des milliers de personnes ont pris d'assaut le stade annexe de Bepanda pour démontrer que le FESTI 237 était bien plus qu'un festival ; il s'agissait du véritable rendez-vous des passions camerounaises.

Hervé MENOM



Boissons du Cameroun prévoit d'investir dans un projet d'agriculture irriguée

Face aux défis climatiques et à la dépendance persistante aux importations, Boissons du Cameroun engage un tournant historique avec un investissement ambitieux prévu dans le cadre d'un programme d'agriculture irriguée couvrant près de 2 500 hectares répartis entre la région du Centre et la région du Nord. En effet, malgré ses 20 millions d'hectares de terres arables, le Cameroun n'irrigue que 3% de ses surfaces agricoles. Dans cette veine, l'objectif de Boissons du Cameroun est de transformer durablement la filière maïs du Cameroun à travers un ambitieux projet visant à réduire drastiquement les importations de maïs et à augmenter la part d'approvisionnement local à l'horizon 2030. «

Ce projet incarne la vision de produire ce que nous consommons.

Notre objectif est d'accroître significativement la production locale de maïs, afin de sécuriser nos chaînes d'approvisionnement tout en créant de la valeur au Cameroun », a expliqué, Monsieur Stéphane DESCAZEAUD, Directeur Général de Boissons du Cameroun. Le projet d'agriculture irriguée s'appuiera sur des équipements modernes qui permettront de produire toute l'année grâce à des stations de pompes motorisées, des canalisations enterrées et des pivots centraux automatisés qui assureront une irrigation précise et régulière. De plus, le projet inclura un parc de matériel agricole performant avec des

tracteurs, des semoirs de précision, des pulvérisateurs et des moissonneuses, le tout permettant de mécaniser toutes les étapes de la culture, du labour à la récolte. Cette combinaison d'irrigation de pointe et de mécanisation complète marquera un tournant technologique majeur pour l'agriculture camerounaise, garantissant productivité, durabilité et indépendance face aux aléas climatiques. Les bénéfices de ce projet sont nombreux : la création d'emplois, la valorisation des ressources locales, l'autonomisation des producteurs, la stimulation de l'économie circulaire et la contribution active à la souveraineté alimentaire au Cameroun.

Brice MONTHE



JGL

• INGREDIENTS

- 30ML JAMESON ORIGINAL
- 90ML GINGER ALE
- 1 WEDGE LIME

• STEP-BY-STEP

- FILL A HIGH BALL GLASS WITH ICE AND
- ADD YOUR JAMESON. TOP UP THE GLASS
- WITH A GOOD QUALITY GINGER ALE
- AND STIR BRIEFLY TO MIX.
-
- TAKE A LARGE WEDGE OF LIME, GIVE IT
- A SQUEEZE AND DROP IT INTO YOUR
- WHISKEY GLASS.





NOS METIERS



Les métiers de l'Intelligence Artificielle

Des rôles clés en vitrine

L'Intelligence Artificielle (IA) est aujourd'hui au cœur des transformations technologiques et économiques. Derrière les algorithmes et les modèles qui façonnent notre quotidien, se cachent des métiers complémentaires qui assurent la conception, la mise en œuvre et l'exploitation des solutions basées sur la donnée.

1. Le Data Engineer : l'architecte des données

Le Data Engineer est le bâtisseur des infrastructures. Son rôle consiste à :

- Concevoir et maintenir les pipelines de données (collecte, stockage, transformation).
- Garantir la qualité, la fiabilité et la disponibilité des données pour les autres équipes.
- Maîtriser des technologies comme SQL, Spark, Hadoop, et les plateformes Cloud.

Sans lui, aucune donnée ne circule correctement : il est la fondation sur laquelle repose tout projet IA.

2. Le Data Analyst : l'explorateur du passé

Le Data Analyst transforme les données en insights utiles pour la prise de décision. Ses missions :

- Analyser les données historiques pour comprendre les tendances.
- Créer des rapports et tableaux de bord pour éclairer les managers.
- Utiliser des outils comme Excel, Power BI, Tableau, Python (pandas).

Il répond à la question : « Que s'est-il passé et pourquoi ? »

3. Le Data Scientist : l'architecte de l'avenir

Le Data Scientist est au cœur de l'innovation. Il :

- Conçoit des modèles prédictifs et prescriptifs.
- Développe des algorithmes d'apprentissage automatique et d'IA générative.
- Maîtrise des langages comme Python, R, et des frameworks tels que TensorFlow, PyTorch.

Il répond à la question : « Que va-t-il se passer et comment agir ? »

4. Une vision commune : l'IA comme amplificateur de l'humain

Contrairement aux idées reçues, l'IA ne remplace pas l'humain : elle renforce ses capacités. Elle permet d'analyser plus vite, de créer plus efficacement et de décider avec plus de précision. Comme le dit l'adage : « L'IA ne remplacera pas les humains. Mais les humains qui utilisent l'IA remplaceront ceux qui ne l'utilisent pas. »

Conclusion

Les métiers de l'IA ne sont pas isolés : ils forment un écosystème interdépendant. Le Data Engineer prépare le terrain, le Data Analyst éclaire le présent, et le Data Scientist construit l'avenir. Ensemble, ils donnent vie à des solutions innovantes, éthiques et durables, au service des organisations et de la société.

Daniel Armel ZOULLA BILO'O



Attaché de Direction (SEMC)

Le bras droit des dirigeants

En tant que bras droit d'un ou de plusieurs dirigeants, l'attaché de direction joue un rôle clé dans la prise de décision et la mise en œuvre des stratégies de l'entreprise. Toutefois, il est essentiel de comprendre les différences entre le rôle d'attaché de direction et d'autres postes similaires, tels que celui d'assistant administratif ou de secrétaire.

Impliqué dans des décisions stratégiques

Alors qu'un assistant administratif peut se concentrer sur des tâches plus routinières, l'attaché de Direction est souvent impliqué dans des décisions stratégiques et possède une vision plus large de l'entreprise. Les responsabilités de l'attaché de Direction varient selon la taille et le secteur de l'entreprise, mais incluent généralement la gestion des agendas, la préparation de réunions, la rédaction de comptes rendus et la coordination des activités entre les différents départements.

Antoinette NGOAH : elle tient le poste à SEMC

A la Société des Eaux Minérales du Cameroun (SEMC), l'expert en Eaux Minérales Naturelles, c'est Madame Antoinette NGOAH qui assume cette responsabilité avec brio depuis plus de 12 ans. Elle a pour principale mission d'assister administrativement le Directeur en optimisant la gestion des activités de la Direction en vue de garantir la fiabilité, la fluidité des informations pour l'atteinte des objectifs. Spécifiquement, il s'agit pour elle au quotidien :

- D'accueillir et orienter les visiteurs (physique et téléphone) ;
- De tenir à jour, organiser et gérer l'agenda du Directeur ;
- De préparer les réunions initiées par la Direction ;
- De transmettre les informations fiables et régulières dans la communication ascendante, descendante et transversale ;
- De traiter les ordres de paiements et les bons de commande de la Direction.

Les compétences d'un attaché de direction sont variées et essentielles pour assurer le bon déroulement de ses missions. Elles peuvent être regroupées en deux catégories principales : les compétences techniques (maîtrise des outils bureautiques, compétences en gestion de projet, analyse de données) et les compétences interpersonnelles (communication, écoute active, gestion du stress).

Ce métier présente plusieurs avantages parmi lesquels l'opportunité de croissance, la variété des missions, le réseautage. Cependant, le métier comporte aussi certains inconvénients. Les horaires peuvent être irréguliers, surtout en période de forte charge de travail, et le stress peut s'accumuler lors de la gestion de projets cruciaux ou de situations de crise.

Boris KOLONKOUO



Le magasinier des pièces de rechange (SOCAVER)

le gardien invisible de la performance du service "Maintenance"

Dans l'univers industriel, certains métiers œuvrent dans l'ombre mais jouent un rôle déterminant dans la performance globale. À SOCAVER, le Magasinier PR fait partie de ces acteurs indispensables. Véritable gardien du temple de la maintenance, il garantit la disponibilité des pièces de rechange et des matières essentielles, permettant à la production de tourner sans rupture ni retard.

Un maillon stratégique de la Division Maintenance

Au cœur du Magasin Général, le Magasinier PR occupe une fonction à haute responsabilité. Il est le garant de la fluidité entre les besoins des équipes de maintenance et la réalité des stocks. Sa mission : assurer en tout temps que chaque pièce, chaque matière première et chaque outil soit disponible au moment exact où il est requis.

Un rôle crucial dans une industrie où la moindre rupture peut stopper l'activité.

Des missions qui structurent la fiabilité opérationnelle

Le quotidien du Magasinier PR est rythmé par un ensemble de tâches techniques et rigoureuses, qui conditionnent l'efficacité globale de la maintenance.

1. Réception et contrôle des pièces

Il réceptionne les pièces de rechange, vérifie leur conformité avec les commandes, contrôle leur qualité et s'assure qu'aucun écart ne subsiste. Chaque anomalie est immédiatement signalée : la fiabilité du processus dépend de sa vigilance.

2. Gestion rigoureuse des ordres d'achat

Chaque ordre d'achat est passé au crible pour garantir sa conformité. Le Magasinier PR met ensuite à jour le système de gestion des stocks, assurant une traçabilité parfaite des flux.

3. Inventaires continus

Quotidiennement, mensuellement et annuellement, il effectue des inventaires exhaustifs. La moindre variation est analysée, corrigée et enregistrée pour maintenir une visibilité optimale sur l'ensemble du stock.

4. Stockage intelligent et sécurisé

Il organise le rangement des pièces dans les zones dédiées, selon une logique facilitant l'identification et l'accès rapide.

Son rôle inclut aussi la sécurité : protéger les stocks, préserver leur intégrité et assurer la conformité des zones de stockage.

5. Un métier exigeant, au cœur de la performance industrielle

La fonction de Magasinier PR nécessite une combinaison rare de qualités :

- Organisation et rigueur, pour gérer une grande diversité de pièces ;
- Attention au détail, pour éviter toute erreur de référence ou de quantité ;
- Résistance à la pression, car les urgences de maintenance n'attendent pas ;
- Maîtrise des systèmes de gestion, clé d'une traçabilité fiable ;
- Communication fluide, notamment avec les équipes techniques et les services d'approvisionnement.

Un pilier discret mais essentiel

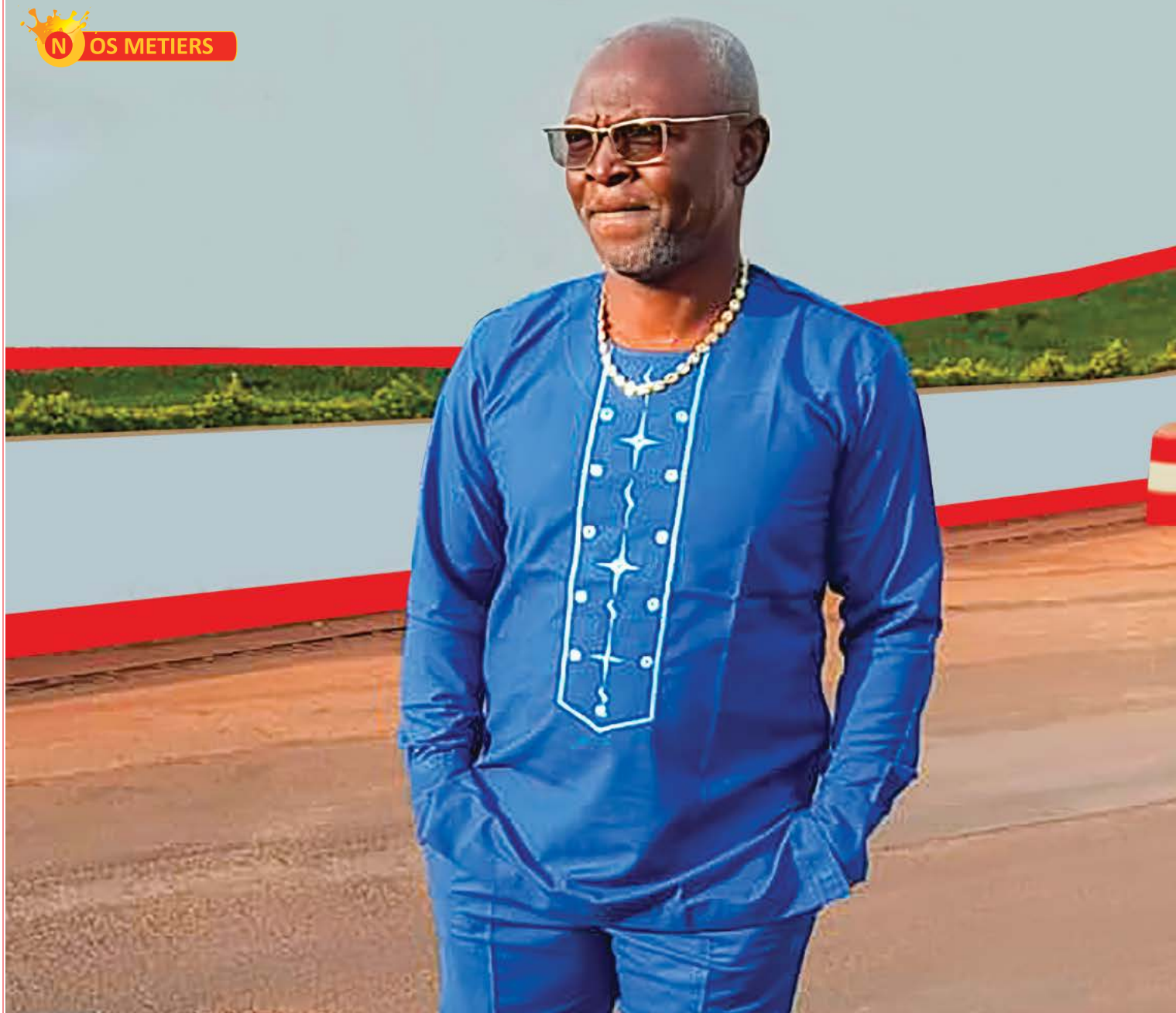
Au-delà des procédures, le Magasinier PR est un véritable pilier de la continuité industrielle. Sans lui, pas de maintenance efficace. Sans maintenance, pas de productivité.

À SOCAVER, son expertise conditionne la réactivité des interventions et contribue directement à la qualité, à la sécurité et à la performance de l'ensemble de la chaîne de production.

Invisible pour beaucoup, essentiel pour tous, le Magasinier PR s'impose ainsi comme un acteur déterminant de la fiabilité opérationnelle et un maillon stratégique de la réussite industrielle de SOCAVER.

Xavier MBEE MBEE





Eugène Djery KAMGHO

Meilleur des meilleurs travailleurs de Boissons du Cameroun et Filiales

Conformément à la note de service N°18060 du 26 janvier 2009, le meilleur des meilleurs travailleurs 2025 du Groupe Boissons du Cameroun et Filiales se nomme Eugène Djery KAMGHO, Superviseur régional Distribution de la Région de l'Ouest. Nous vous proposons de revivifier le parcours de ce professionnel polyvalent.

Fort de plus de trente ans d'expérience, Monsieur KAMGHO est un homme dont le parcours se distingue par une progression constante et la maîtrise de plusieurs métiers. Titulaire d'une formation en Comptabilité complétée par des études de Droit, il intègre l'entreprise le 18 décembre 1995 comme Magasinier emballages au Centre de Distribution de Mbouda, fonction qu'il occupe jusqu'en 2001.

Il évolue ensuite vers l'administratif et le commercial, successivement comme Opérateur de saisie, puis Responsable Merchandising et Promotion. En 2002, il devient Chef de Bureau Administration Commerciale à la Région de Bafoussam, un poste stratégique qu'il assumera pendant six ans.

Dès 2008, il renforce son expertise analytique en tant qu'Agent Statistiques à la Région du Littoral et au Siège avant d'accéder en 2012 au poste d'AOD Senior, où il contribue activement à l'analyse, à l'organisation et au déploiement des processus commerciaux.

De 2021 à 2023, Monsieur KAMGHO de retour à L'Ouest, va piloter la performance terrain en qualité de Chef Section Gestion et Pilotage des Zones Commerciales au service commercial Bafoussam/Foumban.

Depuis 2024, il occupe la fonction de Superviseur Régional de Distribution. A son actif également plusieurs intérimés assurés en tant que Chef service commercial à Bafia et à Bafoussam notamment.

Professionnel engagé, méthodique et reconnu pour son leadership, Monsieur KAMGHO s'est imposé comme un acteur clé de la performance commerciale régionale grâce à son expérience étendue et son sens du devoir.

Mathilde SIMO





Nomination de Rebecca MFONDJA-ESSOMBA à la Bourse Nationale des Déchets

« Je me considère comme une Ambassadrice de Boissons du Cameroun en mission »

Jusqu'ici en charge des Affaires Institutionnelles à la Direction des Affaires Générales de Boissons du Cameroun, Rebecca Mfondja-Essomba a été nommée le 17 juillet 2025 Directrice Générale de la Bourse Nationale des Déchets (BND). Une nomination qui marque une étape importante dans la mise en œuvre de la stratégie nationale de valorisation des déchets. Pour sa première interview officielle, l'heureuse élue a choisi de s'adresser aux lecteurs de Lion News, un magazine qu'elle porte particulièrement à cœur. Elle y dévoile sa vision pour la Bourse Nationale des Déchets (BND), ses priorités et son engagement à faire de cette structure un acteur clé de l'économie circulaire au Cameroun.

Depuis le 17 juillet 2025, vous êtes la nouvelle Directrice Générale de la Bourse Nationale des Déchets. Pouvez-vous nous présenter cette structure placée sous la tutelle du ministère de l'Environnement, de la Protection de la Nature et du Développement Durable ?

Je vous remercie pour cette question. La Bourse Nationale des Déchets (BND) est une initiative stratégique placée sous la tutelle du ministère de l'Environnement, de la Protection de la Nature et du Développement Durable. Elle a été créée pour répondre à un besoin crucial : structurer et dynamiser la filière de valorisation des déchets au Cameroun et contribuer à l'assainissement de l'environnement.

Notre rôle est de mettre en relation les producteurs de déchets et les acteurs capables de les transformer en ressources utiles, dans une logique d'économie circulaire au travers d'une plateforme électronique. C'est un organisme né de la ferme volonté de l'État du Cameroun de s'engager pleinement dans la transition écologique et de faire des déchets une véritable opportunité économique. La BND, une première en Afrique subsaharienne, sera donc un catalyseur, un « marketplace » où l'offre et la demande de déchets se rencontrent, pour créer de la valeur et des emplois durables.

Boissons du Cameroun fait partie des entreprises privées actionnaires de la BND, aux côtés de l'État et des Collectivités Territoriales Décentralisées. Est-ce cette position stratégique qui a conduit à votre nomination comme Directrice Générale ?

C'est une question intéressante ! Je dirais que ma nomination est le fruit d'une convergence entre mon parcours professionnel et la vision des administrateurs. Je pense avoir eu de la chance et je saurai mériter cette confiance. Boissons du Cameroun, en tant qu'actionnaire privé de la BND, a toujours été un acteur engagé dans la responsabilité sociétale et la gestion durable des déchets. J'ai eu l'opportunité de travailler pendant plusieurs années sur des projets liés à la communication et à la valorisation des initiatives environnementales. Cette expérience, combinée à la confiance des administrateurs- et surtout du Directeur Général de Boissons du Cameroun, M. Descazeaud, a certainement pesé dans la balance. Ce choix illustre aussi non seulement la reconnaissance du rôle majeur de Boissons du Cameroun dans la promotion de l'économie circulaire au Cameroun mais aussi du





leadership transformationnel insufflé par M. Descazeaud. C'est une belle histoire dans le cadre du dialogue public-privé qui montre que l'engagement et la vision partagée peuvent ouvrir des portes vers des projets nationaux ambitieux.

Les lecteurs du Lion News et particulièrement le personnel de Boissons du Cameroun qui vous connaît aimeraient savoir en quoi consistera votre travail de façon concrète. Êtes-vous toujours une Lionne ou désormais une ambassadrice en mission ?

Mon travail consistera à piloter la mise en place et le développement de la BND. Concrètement, cela veut dire définir la stratégie globale, structurer les opérations, créer des partenariats et assurer la visibilité de la plateforme.

Concernant mon statut, je reste profondément attachée à Boissons du Cameroun, où j'ai passé plus de 10 années à contribuer à des projets passionnants. Aujourd'hui, je me considère comme une ambassadrice en mission : porter haut les

valeurs que nous défendons, mais dans un cadre élargi qui touche l'ensemble du Cameroun. J'espère que mon parcours inspirera d'autres collègues à croire en la force des opportunités et en l'impact que nous pouvons avoir au-delà de notre entreprise.

Ce projet de valorisation des déchets est une vraie révolution au Cameroun et en Afrique centrale. Par quoi allez-vous commencer dans un secteur si vaste et encore peu connu ?

En effet, le secteur est vaste et peu structuré en Afrique, ce qui représente à la fois un défi et une opportunité. Nos premiers chantiers seront orientés vers la communication et la sensibilisation : il faut expliquer le rôle et les missions de la BND, faire connaître ses services, les avantages à y être, et surtout convaincre les acteurs économiques et ceux encore dans l'informel que les déchets ont une valeur et peuvent améliorer leur statut. Avec toutes les parties prenantes, nous allons coconstruire un cercle vertueux où les déchets des uns constituent de la matière première pour les autres.

Ensuite, nous allons travailler à la mise en place et à l'animation d'une plateforme digitale performante, inscrire la BND dans le corpus juridique national, nouer des partenariats gagnants avec les collectivités territoriales décentralisées, les collecteurs, les entreprises, les organisations faïtières et les associations, et créer un cadre attractif pour les investisseurs du recyclage. L'objectif est clair : positionner la BND comme le hub incontournable de l'économie circulaire au Cameroun et en Afrique centrale.

Un dernier mot ?

Je voudrais remercier en premier l'ensemble des actionnaires et tous ceux qui croient en ce projet et qui nous accompagnent dans cette aventure. La BND est une opportunité pour chacun de nous de contribuer de manière significative à un Cameroun plus propre, plus responsable et plus prospère. Ensemble, faisons des déchets une richesse et bâtissons un avenir durable. Faisons de la BND un véhicule performant au Cœur de l'économie circulaire. Merci !

Propos recueillis par Hervé MENOM

Agence des Normes et de la Qualité (ANOR)

Louis Ambombo et SEMC portés à la présidence du Comité Technique 21 (CT 21)

Le CT 21, est une instance stratégique de l'Agence des Normes et de la Qualité (ANOR), qui joue le rôle de coordination au niveau national, régional et international, des travaux d'élaboration, d'examen, d'adoption ou d'annulation des normes dans les domaines de l'emballage et de l'emouteillage. Cette mission est cruciale pour la protection des consommateurs et la compétitivité de l'industrie locale.

Elu le 30 juillet 2025 sous la bannière de la Société des Eaux Minérales du Cameroun (SEMC), Monsieur Louis Ambombo Awoua, Directeur Process et Qualité chez Boissons du Cameroun, a affirmé vouloir réaliser sa mission avec excellence « en moins de deux ans ». En pratique, le nouveau Président reconnu pour son professionnalisme et son expertise devra : piloter les programmes de travail du CT 21 ; identifier les enjeux et objectifs liés au recyclage et à l'emouteillage ; faire adopter des normes de qualité pour protéger la santé des consommateurs et stimuler l'industrie ; sélectionner



les experts techniques issus du secteur public et privé.

Un bureau d'une dizaine de membres

Installé en août 2025, le bureau du Comité Technique 21 de l'ANOR qui accompagne Monsieur Louis AMBOMBO AWOUA est composé d'une dizaine de membres ; ledit bureau a été élu à la suite d'une Assemblée Générale à laquelle ont pris part des acteurs clés : entreprises du secteur brassicole, associations de défense des droits consommateurs, laboratoires (dont Louis Pasteur), ainsi que des représentants du Gouvernement (Ministères de l'Environnement, Santé publique, Commerce, Mines, Industrie et Développement technologique).

Pour rappel, l'ANOR, créée en 2009 par décret présidentiel, a pour mission d'élaborer et de mettre en œuvre la politique nationale en matière de qualité et de normalisation.

Marie Gèneviève MBASSI BIDZOGO
épouse SIANGUE



Happiness in Family is *Vitale!*



Water is life,
water is *Vitale.*



Boissons
du Cameroun



Soutien à l'éducation

Boissons du Cameroun a investi 135 millions Fcfa pour 2025

Première entreprise citoyenne du Cameroun selon le récent classement ASCOMT/Malaria sur les entreprises socialement responsables au Cameroun, Boissons du Cameroun conforte son engagement à soutenir les familles dans les zones les plus vulnérables. Cent trente-cinq (135) millions FCFA ont ainsi été mobilisés pour faciliter l'accès à l'éducation et stimuler la performance académique des jeunes talents à l'aube de l'année scolaire en cours.



Un appui aux plus vulnérables

En effet, à l'occasion de la rentrée scolaire 2025, Boissons du Cameroun a renouvelé son Programme de Bourses Scolaires, destiné à récompenser l'excellence académique et soutenir les familles dans les zones les plus vulnérables. Ce sont ainsi 1 000 bourses et kits scolaires qui ont été attribués aux meilleurs élèves des quatre départements de la région du Nord, une

zone classée prioritaire selon le rapport du SND30 Cameroun. Pour rappel, le taux d'alphabétisation dans le Grand Nord du Cameroun (Nord, Adamaoua, Extrême-Nord) est parmi les plus bas du pays, avec l'Extrême-Nord affichant des taux d'alphabétisation très faibles (environ 42,7 % en 2022) et un faible taux de réussite au bac, en raison des crises sécuritaires, de la pauvreté et de défis éducatifs importants. Les bénéficiaires de cette édition sont

les élèves ayant obtenu les meilleures moyennes aux examens nationaux du Certificat d'Études Primaires (CEP) et du First School Leaving Certificate (FSLC). En valorisant les efforts et les performances scolaires, Boissons du Cameroun entend encourager la persévérance, réduire les inégalités et favoriser l'accès équitable à l'éducation.



Garoua : la prime à l'excellence

Baptisée Excellence scolaire, la cérémonie de remise de 1000 kits aux élèves les plus méritants de la région du Nord s'est déroulée mercredi 10 septembre 2025, à l'Ecole Publique Primaire d'Application de Laindé, dans l'arrondissement de Garoua 2e. Au total, 1000 kits scolaires comprenant tous les livres au programme et des sacs à dos ont été remis à 800 enfants lauréats du Certificat d'Etudes Primaires (CEP) et à 200 enfants lauréats du First School Leaving Certificate (FSLC). Une action saluée par les autorités administratives en tête desquelles se trouvait Joseph DENSOU, Secrétaire Général de la Région du Nord, représentant du gouverneur Jean Abate Edji'i. « L'éducation est un levier puissant pour transformer les communautés. En soutenant les élèves brillants du Nord, nous investissons dans les talents de demain et contribuons à bâtir un avenir plus juste et plus prometteur pour tous », a plaidé Sandrine KAMDEM, Directeur Régional Grand Nord de Boissons du Cameroun. Cette initiative s'inscrit dans une dynamique continue de l'entreprise, qui multiplie chaque année les actions concrètes pour accompagner les jeunes Camerounais sur le chemin de la réussite.

L'engagement des marques

Au-delà de ses actions de Responsabilité Sociétale, les marques affirment également leur engagement citoyen. À travers sa marque TOP, Boissons du Cameroun récompense les meilleurs élèves dans plusieurs établissements scolaires sur l'ensemble du territoire national, valorisant ainsi l'excellence scolaire et l'avenir de la jeunesse camerounaise. Une série d'activations ludiques et éducatives est déployée dans dix grandes surfaces des villes de Douala et Yaoundé : achats récompensés en nature ; roues de la fortune pour gagner des kits scolaires TOP ; chasse au trésor interactive.

Jeanne Sandrine IKANGA



Commitment to Health

Boissons du Cameroun Strengthens Access to Healthcare in Kribi

December 17, 2025, will be a day etched in the annals of Saint Francis Hospital in Kribi. Boissons du Cameroun, the country's leading corporate citizen, donated a state-of-the-art radiology scanner to enhance the quality of care and expedite diagnoses.

The handover ceremony, held in the presence of administrative, religious, and traditional authorities from the Ocean Division, as well as Ms. Aline Ngo Tjesngui, representing the Managing Director, was welcomed by Bishop Damase Zinga Atangana of Kribi. "Your financial support gives hope to the many families in our diocese. You are helping to help everyone. We sincerely thank you," the prelate stated. Through this gesture, Boissons du Cameroun reaffirms its role as a partner in social development by investing in the health and well-being of communities.

Brice MONTHÉ



Accès à l'eau potable

Boissons du Cameroun renforce son engagement en faveur des populations



Fidèle à son engagement citoyen et conscient des défis liés à l'accès à l'eau potable, Boissons du Cameroun œuvre depuis 1948 pour améliorer les conditions de vie des populations notamment en leur d'apporter de l'eau potable. L'eau c'est la vie. Ce dicton fort évocateur constitue le leitmotiv de l'action de la première entreprise citoyenne du Cameroun dans son programme de construction des forages d'eau potable sur l'ensemble du territoire national.

Depuis 2017, 47 forages ont été construits par le leader agro industriel, avec un chiffre record de 20 forages en 2025. Ces ouvrages ont été implantés dans plusieurs localités : Batcham, Bamendjou et Bafang (Ouest),

Garoua et Ngong (Nord), Bogo et Maroua (Extrême-Nord), Ngaoundéré et Meiganga (Adamaoua), Bertoua et Abong-Mbang (Est), Edéa et Japoma (Littoral), Mokindi (Sud-Ouest), Bambili et Mbatu (Nord-Ouest), Sangmélima et Ebolowa (Sud), Bafia et Yaoundé (Centre).

Avec un investissement global de plus de 130 000 000 FCFA, ces 20 nouveaux forages, construits selon les normes de l'Organisation Mondiale de la Santé, permettront à près de 5 millions de Camerounais d'accéder à une eau potable de qualité.

Chaque année, des milliers de vies sont menacées par les maladies hydriques. Cette initiative vise à donc :

- Garantir l'accès à l'eau potable pour des millions de personnes ;
- Lutter contre les maladies liées à l'eau, comme le choléra ;
- Apporter une solution durable à un problème de santé publique ;
- Améliorer les conditions de vie et épanouissement des communautés.

Boissons du Cameroun renforce ainsi son engagement social en améliorant les conditions de vie des populations, en accord avec sa mission de « Procurer le bien-être en contribuant au développement du Cameroun. »

Jeanne NJI NFUT MBAIMOUN

MAISON
CASTEL
• FRANCE •



Savourez chaque instant avec des vins de qualité



PUBLICIS - AG Partners



Douala - Troi foi rien
Face salle des Fêtes Akwa - 696 206 379
Bonamoussadi en face Yapaki 2 - 695 159 756



Yaoundé - La Chope Sarl,
Carrefour Cami Toyota - 699 124 021

Hendrick WIELINGA

Warsteiner's Export Director visits Cameroon

From September 13 to 15, 2025, Mr. Hendrick WIELINGA, Export Director of Warsteiner, a strategic partner of ISENBECK, visited Cameroon for a working visit.

Welcomed by Mr. Stéphane DESCAZEAUD, Managing Director of Boissons du Cameroun (Cameroon Beverages), he came to see firsthand the activities carried out as part of the ISENBECK premium brand rebranding.

An innovation praised by all

This rebranding, which modernizes the brand image without altering its premium taste, highly appreciated by consumers, was the focus of discussions. Mr. WIELINGA also met with consumers at several popular spots in Douala, accompanied by Ms. Aline NGO TJESNGUI, Marketing and Communications Director of Boissons du Cameroun. This visit illustrates the strength of the partnership between Warsteiner and ISENBECK and confirms their shared commitment to offering consumers an authentic and premium experience.

Ernest LOBE



Boissons du Cameroun et les Associations de Consommateurs

Une rencontre pour consolider la confiance

Boissons du Cameroun a réuni jeudi 11 décembre 2025 à Douala, la Commission Nationale de la Consommation (CONACO) et les Associations de Défense des Droits et Intérêts des Consommateurs (ADDICS) à Douala, dans le cadre d'une plateforme d'échanges stratégique. L'objectif était de renforcer le partenariat et améliorer la satisfaction des consommateurs.

La journée a débuté par une visite guidée de l'usine ultra-moderne de Ndokoti, véritable vitrine technologique qui illustre les investissements massifs consentis par Boissons du Cameroun pour garantir qualité, sécurité et disponibilité des produits. Les participants ont pu constater l'intégration des technologies de pointe, gage de performance et de conformité aux standards internationaux.

Une charte de collaboration en gestation

À l'Hôtel SAWA, la session d'échanges prévue entre Boissons du Cameroun et ses hôtes, s'est ouverte par une allocution de Monsieur Jean Marc Meka. Le Directeur Commercial a rappelé d'entrée l'importance de ce dialogue pour « consolider la confiance et anticiper les besoins du marché ». Six exposés ont par la suite marqué les discussions : Investissements, Innovations, Qualité et sécurité des produits, Point d'attention sur l'Autorisation de Mise en Consommation (AMC) des Produits Alimentaires au Cameroun, Responsabilité Sociétale, Suivi des



réclamations et amélioration continue. Les associations ont salué les efforts déployés par Boissons du Cameroun ces deux dernières années, encourageant l'entreprise citoyenne leader à poursuivre ses actions, notamment pour une parfaite maîtrise des prix et une bonne sensibilisation de ses prestataires. La rencontre s'est conclue par une décision forte : l'idée de la mise en place d'une charte formalisant les relations avec les associations, un instrument qui réaffirme l'engagement de Boissons du Cameroun à placer le consommateur au cœur de ses priorités. Sa finalisation sera faite au premier trimestre 2026.

Nathalie NJIKAM



BOOSTEZ VOS sensations



BOOSTER
ALCOOL MIX



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.   21+

Emmanuel WANKOUE

« Nous avons fait la déclinaison des valeurs et de la mission par entité et par processus »

En charge de la communication et de la Responsabilité Sociétale chez Boissons du Cameroun, il explique la nouvelle dynamique d'appropriation de la VMV (Vision, Mission et Valeur) de l'entreprise.

En quoi est-ce important pour une entreprise comme Boissons du Cameroun d'avoir une politique VMV ?

Parce qu'à travers sa vision, elle fixe le cap de ses actions, fixe le cap en termes de durée, mais aussi en termes de largeur. Alors que la mission qui en découle naturellement, mais qui la précède aussi, est la raison d'être de l'entreprise, qui indique très souvent en une seule phrase, en une seule expression, ce pour quoi l'entreprise a été créée, pour quoi elle vit. Et tout cela est encadré par un ensemble de valeurs communes et partagées. Nous en avons six chez Boissons du Cameroun, qui encadrent la vision et la mission de l'entreprise. Ces six valeurs sont, entre autres, la performance, responsabilité, éthique, la loyauté, la passion, l'innovation. La mission, c'est procurer du bien-être et contribuer au développement du Cameroun.

Alors jusqu'ici, comment cette VMV a contribué à améliorer les performances de l'entreprise et son ancrage citoyen ?

Il faut dire que la vision de Boissons du Cameroun n'est pas quelque chose de nouveau dans la culture de l'entreprise. C'est depuis le milieu des années 2000 que nous essayons d'avoir au minimum une vision et une mission. C'est véritablement ce qui fixe le cap pour tout le monde. Une fois qu'on l'a bien dit, on décline la stratégie de l'entreprise, qui elle-même à son tour est déclinée en objectifs opérationnels.

Et pour le cas particulier de la dernière version qu'on a, c'est-à-dire créer un monde auquel nous serons fiers d'appartenir, procurer du bien-être et promouvoir le développement du Cameroun, ou encore pour les valeurs performance, responsabilité, éthique, innovation, passion, il y a comme, comme une espèce d'effervescence pour les employés, une espèce de renaissance, qui voient en leur vision davantage leur mission prise ici comme objectif opérationnel. Pourquoi je me lève le matin ? Pourquoi je me lève tôt ? Et cette vision n'est pas tombée du ciel. Elle est peut-être l'inspiration d'un management, d'une gouvernance très forte qui a pris en compte notre environnement. On le disait déjà, dans nos bars, nous-mêmes, « tout le bonheur se trouve dans la bouteille ».

« Tout le bonheur se trouve dans la bouteille », ce n'est pas autre chose que « créer un monde auquel nous serons fiers d'appartenir ». Même si, véritablement, nous avons une gamme de produits, et là je reviens à nos missions, une gamme de produits qui font qu'on ne se résume pas à la bouteille. Nous avons plusieurs entités, nous produisons des boissons, mais nous produisons aussi des emballages, des bouteilles, des casiers. Du coup, ça ne se réduit peut-être pas simplement à la bouteille, mais ça trouve toute son essence là-dedans. Et les gens sont contents d'avoir au moins l'impression, la sensation qu'ils ont été entendus.

Avez-vous l'impression que cette VMV est suffisamment assimilée, domestiquée par le personnel ?

Non, le travail est colossal. On ne peut pas, surtout si on a changé ou on a fait des mises

à jour sur une vision, sur une mission, sur des valeurs, on ne peut pas de manière réaliste, pour une boîte comme celle-ci, qui a autour de 6000 personnes, envisager qu'en un éclair, tout le monde va comprendre, tout le monde va se l'approprier, tout le monde va la vivre, tout le monde va la partager. Non, ce n'est pas réaliste. Il avait été, au moment où on faisait les plans, prévu qu'il y ait une à deux années de communication, parce que c'était vraiment un changement majeur. Cette communication est passée par toutes nos plateformes de communication, à travers des rencontres, des sessions de formation. Mais ça, c'était la première phase. On peut appeler ça la phase de communication intensive, surtout pour qu'il y ait awareness. Maintenant, il y a la phase de l'appropriation, dans laquelle on est en train d'entrer. Je peux dire deux millions de fois la vision, la mission, les valeurs, comme une récitation. Mais ce n'est pas de ça non plus qu'il s'agit. Il s'agit véritablement que les gens se l'approprient. Mais les gens vont se l'approprier parce qu'ils sentent que c'est près d'eux. C'est pour ça que nous avons fait, à la deuxième moitié de 2025, un autre travail. C'est la déclinaison des valeurs et de la mission par entité et par processus, parce que nous fonctionnons dans un système de management intégré.

Aujourd'hui, quand on prend la performance pour le processus 1, la gouvernance, ça signifie quoi ? La responsabilité pour la gouvernance, c'est-à-dire la direction générale, le comité de direction, le comité d'exploitation, ça signifie exactement quoi ? Pour le processus en charge des questions de clients consommateurs, l'éthique signifie exactement quoi ? Pour le processus en charge des questions de conditions de travail et des droits de l'homme, ça signifie exactement quoi l'innovation ou la performance ? Pour un processus comme gérer la finance, ça signifie quoi être éthique ou bien être performant ? C'est ce travail que nous avons fait, nous l'avons terminé, il vient d'être validé. Nos équipes de volontaires, on a une grosse équipe de 100 volontaires sur le terrain, répartie sur l'ensemble de nos sites, vont davantage être formées pour mieux décliner les valeurs et utiliser les éléments de langage appropriés.

Notre intime devoir, c'est de faire en sorte que chacun comprenne la VMV, avec les mots les plus simples, en relation avec son travail au quotidien.

Cette espèce d'éclatement de votre VMV a le don de la proximité et de l'enracinement. Mais est-ce que vous ne redoutez par une certaine dispersion et même une certaine dilution du message fondamental ?

On n'a pas changé la VMV. On a cherché les explications les plus simples, ramenées au niveau des emplois, pour mieux les comprendre et surtout mieux les vivre. Changer la VMV relève d'une autre compétence, et ce n'est pas notre droit. Par contre, notre devoir, notre intime devoir, c'est de faire en sorte que chacun comprenne, avec les mots les plus simples, en relation avec son travail au quotidien. Et c'est ce travail-là qui a été fait. Parce que rappelons-nous, pour ne prendre que le cas des valeurs, on est parti d'un ensemble d'éléments partagés, vécus, et qui peuvent



encadrer, telles des garde-fous, notre vision et notre mission.

Comment est-ce que cette nouvelle dynamique, cette nouvelle mutation pourrait impacter ou vos fournisseurs et partenaires ?

C'est l'étape 3. L'année 2026 est prévue pour être l'année où on ramène la VMV au niveau du plus petit employé. Généralement quand nos équipes de volontaires font leurs sessions de coaching ou de counseling, c'est avec les fournisseurs. Mais de manière plus formelle, il est prévu qu'en 2027, on aborde les fournisseurs pour qu'on partage la même chose. Parce que c'est des gens qui vivent notre vie au quotidien.

Est-ce qu'il y aura d'autres méthodes, d'autres moyens pour toucher votre cible ? Et à la fin, comment vous comptez évaluer tout ça ?

Tout à fait. Les volontaires qu'on appelle chez nous les ambassadeurs VMV, ils n'ont pas commencé aujourd'hui, ça fait exactement un an qu'ils ont été installés et qu'ils travaillent. Ils travaillent, on suit leur travail au quotidien. Nous avons procédé par des méthodes simples. Tu fais, tu dis. Je dis ce que je vais faire et je fais ce que je dis. Et je parle de ce que j'ai fait. Voilà. Donc, c'est cette méthodologie simple, ce triptyque-là qui fait qu'aujourd'hui, on a des outils, notamment des outils comme WhatsApp pour capitaliser tout ce qui est fait. On a des plateformes qui permettent qu'ils échangent déjà entre eux, mais qu'ils échangent aussi avec d'autres publics en dehors d'eux.

On a quand même fait une première mesure sur la base d'enquête qui montre que les gens accueillent avec beaucoup de joie les communications de terrain de ces ambassadeurs-là. Mais en plus, c'est l'occasion pour eux de poser des questions. Donc, on va poursuivre avec cette démarche-là. Et pour terminer, on va évaluer à travers au moins une ou deux choses, c'est les enquêtes. Mais comme les enquêtes ont toujours un côté subjectif, normalement, on s'attend à voir que les comportements des gens sont en lien avec notre vision, notre mission.

Propos recueillis par FHN

	MUTATIONS/AFFECTATIONS	PROMOTIONS
Siège	49	16
SOCAVER	2	4
Région du Centre	21	14
Région du Littoral	30	11
Région du Nord	4	5
Région de l'Ouest	12	7
SEMC	2	4
Usine de Bafoussam	6	36
Usine de Garoua	9	3
Usine de Yaoundé	36	26
Usine de Douala / Koumassi	5	16
Usine de Douala / Ndokoti	3	23
TOTAL	179	166

RETRAITES HEUREUSES

USINE DE NDOKOTI

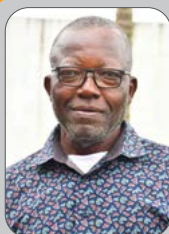


KAMENI GASTON



NKEMMOGNE
Berthine épouse
METCHOM

SOCAVER



Jean NKEGA



Jean Pierre
SOB WEMBE



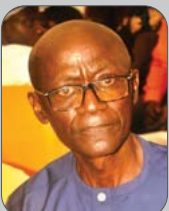
WANTO WANDJI

USINE DE KOUMASSI



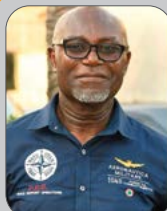
Aloys
MOUSSANGO

RÉGION DE L'OUEST



Michel TCHUENTE

RÉGION DU LITTORAL



PENDA KOUM
Henri



André Roger LOGA



NGOON NFON
Ellon

SIÈGE



Jean Marie
BOSSANGO

SEMC



Michel TCHUENTE



Israél Jento ENYA



Samuel Blaise
MANDENG

LE CANCER DU SEIN

Un cancer détecté tôt guéri dans 9 cas sur 10

Le cancer du sein est le cancer le plus fréquent et la première cause de décès par cancer chez la femme dans le monde. En 2026, la détection précoce reste le facteur clé : un cancer détecté tôt guérit dans 9 cas sur 10.

1. Symptômes et Signes d'Alerte

Le cancer du sein est souvent indolore à ses débuts. Les signes qui doivent amener à consulter incluent :

- Masse ou boule : Une grosseur ferme, souvent indolore, dans le sein ou sous l'aisselle.
- Modifications de la peau : Rougeurs, aspect "peau d'orange", épaissement ou rétraction.
- Changements du mamelon : Écoulement anormal (parfois sanglant), inversion du mamelon ou changement de forme.
- Modification de la forme : Changement soudain de la taille ou du contour du sein.

2. Dépistage et Prévention

En France, un programme de dépistage organisé cible les femmes de 50 à 74 ans.

- Examen : Une mammographie et un examen clinique tous les 2 ans.
- Prise en charge : Cet examen est gratuit et pris en charge à 100%.
- Prévention : Réduire la consommation d'alcool, le tabac et maintenir une activité physique régulière aide à limiter les risques.

3. Facteurs de Risque

- Âge et Sexe : Le risque augmente avec l'âge ; les hommes peuvent aussi être touchés (environ 1 % des cas).
- Génétique : Environ 5 à 10 % des cancers sont liés à des mutations héréditaires (gènes BRCA1/2).
- Mode de vie : Surcharge pondérale, manque d'exercice et traitements hormonaux substitutifs prolongés.

4. Traitements et Avancées en 2026

Le choix du traitement dépend du type de cancer (ex: triple négatif, HER2+) et de son stade.

- Chirurgie et Radiothérapie : Souvent utilisées pour retirer la tumeur. La radiothérapie moderne est désormais plus précise et plus courte (parfois 3 semaines au lieu de 5).
- Immunothérapie : De nouveaux traitements renforcent le système immunitaire pour attaquer les cellules cancéreuses, particulièrement pour les formes agressives.
- Thérapies ciblées : Utilisation d'anticorps conjugués (comme l'Inavolisib, récemment homologué) qui visent spécifiquement les cellules malades en épargnant les tissus sains.





BP : 4036 Douala - Tel : (237) 233.42.91.33 / (237) 233.43.03.02 - Fax : (237) 233.42.79.45 / (237) 233.42.80.00

Directeur de Publication : Stéphane DESCAZEAUD

Coordonnatrice : Aline NGO TJESNGUI

Coordonnateur adjoint : Emmanuel WANKOUE

Comité Editorial : Stéphane DESCAZEAUD - Jean Marc MEKA - Nelly BOWEN
Régis MPONDO MBOKA - Stéphane BAYAB - Jean Flaubert NONO - Emmanuel WANKOUE
ALINE NGO TJESNGUI

Comité de Rédaction et Relecture: Emmanuel WANKOUE / Brice MONTHE
Hervé MENOM / François HIONDI NKAM

Correspondants

Socaver : Didime Xavier MBEE MBEE
Semc : Boris KOLONKOUO
COE Centre : Aubin BETKEU

Les photos sont la propriété de Boissons du Cameroun

Montage : Tendances - Scenic

Distribution : Direction des Ressources Humaines

Tirage : 3 500 exemplaires / Imprimé par AJC

Boissons du Cameroun

Siège Social / B.P. 4036 Douala - Tel : 233.42.91.33 - Fax : 233.42.79.45
Littoral - B.P. 13623 Douala - Tel : 233.40.33.33 - Fax : 233.40.00.08
Centre - B.P. 496 Yaoundé - Tel : 232.30.33.42 - Fax : 233.30.26.45
Ouest - B.P. 931 Bafoussam - Tel : 233.44.19.28 - Fax : 233.44.58.16
Nord - B.P. 239 Garoua - Tel : 232.27.10.23 - Fax : 232.27.18.16
Sud-Ouest - B.P. 54 Ombé - Tel : 233.35.12.18 - Fax : 233.35.15.21
SOCAVER - B.P. 1456 Douala - Tel : 233.35.12.18 - Fax : 233.40.64.03
SEMC - B.P. 4036 Douala - Tel : 233.42.79.19 - Fax : 699.50.59.52
SIAC Brasseries Isenbeck S.A. - B.P. 12317 Douala
Tel : 233.39.50.00 - 233.39.26.46 - Fax : 233.39.50.01 / 233.39.26.47

www.boissonsducameroun.com





VISION

**Create a world to which
we shall be proud to belong**

MISSION

**Provide well-being and promote
the development of Cameroon**

VALUES

**Performance / Responsibility
Ethics / Passion / innovation**

LA MÊME PASSION

DEPUIS

150 ANS

