

**HOTEL LE MERIDIEN DE DOUALA, 04 DECEMBRE 2014**

**RAPPORT DE LA DEUXIEME EDITION DU**

**KILIMANDJARO TOP MANAGERS (KTM)**

**PARCOURS ET PAROLES DE PATRONS TO PEOPLE, PROFIT AND PLANET (3 P TO 3 P)**

**Amener les dirigeants africains au sommet de la performance financière et sociétale  
avec le Label RSE Afrique.**

**M. TENE Thierry**, Directeur Général, Institut Afrique RSE

**M. GUINSOM Roméo Clovis**, Chargé de missions

CIARSE  
Institut Afrique RSE

## **NOTE DE SYNTHÈSE**

Le 04 décembre 2014 à l'hôtel Le Méridien de Douala s'est tenue la deuxième édition du Kilimandjaro Top Managers (KTM), en présence de représentants de ministères, d'institutions internationales, d'universitaires, d'ONG, d'entreprises et de médias.

Cette rencontre quadrimestrielle s'inscrit dans le cadre de l'application des décisions contenues dans *Le manifeste de Accra*, issu de la troisième édition du **Kilimandjaro Annual CSR Meeting** (Forum annuel des Pionniers de la RSE en Afrique).

A l'issue de ce forum organisé par l'Association Ghanéenne des Employeurs (GEA), le réseau KILIMANDJARO des acteurs de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et du Développement Durable en Afrique et l'Institut Afrique RSE (IA-RSE) à Accra au Ghana les 27 et 28 novembre 2013, les participants ont mandaté le réseau KILIMANDJARO et l'IA-RSE pour la mobilisation des parties prenantes autour de la co-construction par l'Afrique et pour l'Afrique du **Label RSE Afrique**, adapté au contexte africain.



**I- PROGRAMME DE LA RENCONTRE (Voir annexe I)**

**II- LES INTERVENANTS INVITES :**

**Martin ABEGA**, Président, Investissements pour le Développement (IDEV S.A)

**Peggy DIBY**, Head of corporate Communications and Public Affairs, NESTLE Central and West Africa Region

**Lyna-Laure AMANA PRISO**, Directrice des Ressources Humaines, Société Anonyme des Brasseries du Cameroun (SABC)

**Marème MALONG**, Porteuse du projet MARHA FARM

**Claude Lacordaire MBIMI**, Conseiller technique principal du programme d'inclusion économique et sociale, PNUD

**Moustapha FALL**, Administrateur Directeur Général, ECOBANK Cameroun

**Pierre ESSINDI MINKOULOU**, Président de la Confédération des Travailleurs Unis du Cameroun (CTUC)

**Françoise BAYEMI**, Directrice Générale, de FRUITSCAM Sarl

**Sally NYOLO**, Marraine du Kilimandjaro Top Managers

**Modérateurs :**

- **Omer MBADI**, Journaliste, Jeune Afrique
- **Achille MBOG PIBASSO**, Journaliste, Les Afriques

Maître de cérémonie :

- **Mathieu ASSIENE**, Business Development Manager, Millenium Management SA

❖ **ONT REPONDU PRESENT :**

**Tous, sans exception.**

❖ **ALLOCUTIONS D'OUVERTURE :**

**Thierry TENE**, Directeur, Institut Afrique RSE (IA-RSE)

Dans son propos d'ouverture, le Directeur de l'IA-RSE a tenu à remercier l'ensemble des participants à cette rencontre, plus particulièrement les intervenants et les délégués régionaux des Ministères de l'Agriculture et du Développement Rural (MINADER), de l'Economie, de la Planification et de l'Aménagement du Territoire (MINEPAT), des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et Artisanale (MINPMEESA), du Commerce (MINCOMMERCE), de la Santé (MINSANTE), de l'Habitat et du Développement Urbain (MINHDU), ainsi que le représentant du délégué régional du ministère de l'Environnement, de la Protection de la nature et du Développement Durable (MINEPDED).

Après une brève présentation des thèmes prévus à l'ordre du jour, M. TENE a rappelé que les travaux du **Kilimandjaro Top Managers** s'inscrivaient dans la continuité du **Kilimandjaro Annual CSR Meeting**, organisé par l'IA-RSE depuis trois ans dans un pays différent et en partenariat avec une organisation patronale locale.

Cette deuxième édition a connu le lancement de la phase pilote du « **LABEL RSE AFRIQUE** », sur lequel M. TENE a entretenu les participants dans son propos de clôture.

➤ **Thème I : LOCAL CONTENT, BUSINESS DU BAS DE LA PYRAMIDE ET VALEUR PARTAGEE**

Modéré par **Omer MBADI**, Journaliste, Jeune Afrique

✚ **Martin ABEGA**, Président, Investissements pour le Développement (IDEV S.A)

Prévue dès l'entame et au titre du cadrage du panel, l'exposé de M. ABEGA a été centré sur la compréhension, l'appréhension et le développement du concept de RSE dans le contexte africain. D'où la nécessité d'une indigénisation déclinée autour de quatre (04) axes principaux, à savoir :

- **Indigénisation et matérialité de la RSE**

Il s'agissait précisément de la démarche et des défis à relever dans le cadre de la mise en place de la RSE en Afrique.

- **Tronc commun de la RSE**

Autour des sept questions centrales de la norme ISO 26 000, les problématiques telles que le réchauffement climatique, la transparence, le respect des droits humains, l'éthique dans les affaires et bien d'autres faits, sont autant de réalités contemporaines et globales soulevées par la RSE. Ces différents challenges se posent aux entreprises où qu'elles se trouvent.

- **Préoccupations locales**

Au-delà des problématiques globales, la RSE doit s'attaquer, en Afrique, aux réalités telles que : l'environnement global des affaires, l'inertie et les lenteurs administratives, la corruption, les délais de

paiement, les contraintes tribales, sociales et familiales, le niveau de la fiscalité, les problèmes d'énergie, la question des infrastructures, le poids du secteur informel, etc.

- **Perspective de la RSE**

Au regard de ces différents facteurs, M. ABEGA a plaidé pour une indigénisation de la RSE. Dans cette perspective, il a formulé quelques suggestions :

- L'orientation du reporting vers des enjeux pertinents et proches des réalités locales.
- La prise en compte des réalités d'Afrique dans la fixation des référentiels internationaux de la RSE.

Pour que la RSE soit prise en compte -en Afrique- à la fois par les consommateurs et par les investisseurs, il doit être une valeur réellement partagée et partant, un concept qui puisse répondre aux attentes de toutes les parties.

 **Peggy DIBY**, Head of corporate Communications and Public Affairs, NESTLÉ Central and West Africa Region

Multinationale spécialisée dans la Nutrition, Santé et Bien-être, NESTLÉ a bâti sa stratégie d'affaires sur la « création de valeur partagée », reposant sur trois piliers à savoir :

- **La nutrition**

C'est l'essence même de l'entreprise avec un accent mis sur la fortification des aliments, le goût, et l'éducation nutritionnelle.

Des programmes de formation tels que « *Healthy kids* », destinés à sensibiliser les enfants en âge scolaires sur les bases de la bonne nutrition et « *cooking caravan* » pour l'éducation nutritionnelle et culinaire des femmes, sont depuis peu implémentés par l'entreprise dans la région.

- **L'eau**

L'eau demeure une ressource naturelle critique. L'entreprise s'est engagée à accroître sa production tout en gérant de façon responsable sa consommation en eau. Démarche rendue possible à travers la formation des agriculteurs à l'utilisation optimale des ressources en eau, la création des plateformes de traitement des eaux issues de son process, et la mise à disposition du grand public d'eau grâce aux travaux d'assainissement dans les zones rurales et aux alentours de quelques sites de production.

- **Le développement durable**

Sur ce troisième aspect de sa démarche de création de valeur partagée, NESTLÉ a engagé une réflexion permanente pour répondre aux défis tels que :

- Comment s'assurer un approvisionnement durable ? et,
- Comment avoir des produits sécurisés ?

Pour pallier ces différentes préoccupations, l'entreprise forme ses fournisseurs (agriculteurs) sur les bonnes pratiques culturales. Par exemple dans le programme d'amélioration des grains implémentés au Ghana et au Nigeria, grâce à la formation sur la qualité des matières premières, le taux de rejection à l'entrée de l'usine est passé de 50% en 2007 à 2% en 2012, assurant ainsi la qualité des

produits. L'entreprise contribue à l'éducation des enfants (construction des écoles dans les zones cacaoyères) et la promotion de l'entrepreneuriat.

✚ **Marème MALONG**, Porteuse du projet MOF (MARHA ORGANIC FARM)

Initialement lancé pour satisfaire un challenge personnel, le projet agricole bio « MARHA ORGANIC FARM » s'est développé sur une courte période de temps, les terres cultivées étant passées de 2 hectares à 30 hectares (2011-2014).

Le marché bio est naissant au Cameroun, mais pour autant il dispose d'atouts certains à savoir :

- Un climat (pluviométrie) propice
- D'importantes surfaces arables disponibles
- Une main d'œuvre bon marché
- Un marché bio en plein essor à l'export

Mais, les écueils ne manquent pas :

- Pas d'accompagnement de la filière bio au Cameroun par les pouvoirs publics
- Le coût élevé de la production bio (utilisation de plus de main d'œuvre ...)
- Le manque de ressources humaines qualifiées
- Le déficit énergétique etc.

Pour Marème MALONG, promotrice du projet, l'ambition est de passer d'une approche classique à une approche RSE, en respectant l'environnement et l'humain.

S'agissant des perspectives, la promotrice de MARHA FARM a émis le souhait de voir exister une certification « Bio-Afrique » qui prendrait en compte les spécificités africaines.

✚ **Lyna-Laure AMANA PRISO**, Directrice des Ressources Humaines, Société Anonyme des Brasseries du Cameroun (SABC)

Il a été question de la démarche de création de la valeur partagée pour un développement durable par la SABC, avec en toile de fond :

- **Une vision** : "Devenir l'entreprise performante de référence en Afrique noire " et,
- **Des valeurs** : Performance-Responsabilité-Intégrité.

De cette intervention, on pourra retenir deux grandes articulations : les caractéristiques de l'entreprise et sa démarche de création de valeur partagée.

**1- Principales caractéristiques de l'entreprise:**

- **Avec plus de 65 ans de leadership**, le groupe a, dans sa politique de diversification créé deux filiales :
- La Société Camerounaise de Verrerie (SOCAVER)
- La Société des Eaux Minérales du Cameroun (SEMC)

Quelques chiffres sur l'entreprise :

- **Capital:** 57,3 milliards de FCFA
- **Chiffre d'affaires:** 329 milliards FCFA en 2013
- **Effectifs:** 3 000 employés / 3 000 employés prestataires
- **Production:** 8,4 millions d'hl (Bières, BG, Alcomix)
- **Parts de marché:**
  - o Bières: 84 %
  - o Boissons gazeuses: 64 %
  - o Eaux: 71 %

S'agissant de la démarche de création de valeur partagée de la SABC, Mme. AMANA a tenu à préciser qu'elle date de plusieurs décennies.

## **2- Volet RSE et création de valeur partagée de l'entreprise :**

Quelques initiatives pionnières :

- Une politique privilégiant l'emploi des locaux (jeunes diplômés des universités locales)
- Un soutien appréciable à l'éducation, par l'encouragement des meilleurs élèves sur l'étendu du territoire national
- Un programme de formation des jeunes sportifs à travers l'Ecole de Football des Brasseries du Cameroun
- La valorisation des sous-traitants locaux, par le développement de partenariats gagnant-gagnant
- Le développement du Business de la « base de la pyramide » (Bottom of the pyramide), par la diversification de l'offre/pratiques tarifaires (dans le souci d'atteindre et satisfaire les consommateurs de toutes les couches sociales)
- La mise en œuvre de sa politique d'autonomisation des femmes.

### ➤ **FOCUS DU PNUD : Plaidoyer auprès des chefs d'entreprise sur l'importance de l'intégration des pauvres dans la chaîne des valeurs**

✚ **M. Claude Lacordaire MBIMI**, Conseiller technique principal du programme d'inclusion économique et sociale au PNUD

Cette intervention qui avait une visée sensibilisatrice avait pour objet le *plaidoyer auprès des chefs d'entreprise sur l'importance de l'intégration des pauvres dans la chaîne des valeurs*. Elle a été ponctuée par deux moments forts :

- une introduction au sujet, par **M. Claude Lacordière MBIMI**, CTP au Programme d'Inclusion Economique et Sociale/PNUD et
- un développement du contenu par **M. Urbain B. TSALA**, Consultant.

## Introduction

En guise d'introduction, M. MBIMI a rappelé la genèse du concept de *l'économie inclusive* avec notamment le Président Franklin D. Roosevelt dans son fameux discours *the forgotten man* (1932) qui en son temps, encourageait déjà les entreprises américaines à *se construire à partir de la base et non du sommet et de mettre leur confiance une fois de plus dans l'homme oublié, tout en bas de la pyramide économique*. Cette approche a l'avantage de prendre en compte les concepts tels que la **croissance inclusive, la croissance pro-pauvres, la croissance intégrant la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)**. L'engouement et l'intérêt pour ce concept d'économie inclusive et participative est de plus en plus croissant et n'épargne pas le Cameroun puisqu'elle s'inscrit en bonne place dans les priorités du DSCE. C'est ainsi que dans le cadre de la mise en œuvre du Programme d'Inclusion Economiques et Sociale (PRINCES) du Cadre de coopération Cameroun – PNUD sur la période 2013-2017, la nécessité s'est imposée de commencer à implémenter cette nouvelle approche à travers la réalisation d'un plaidoyer y relatif auprès des Chefs d'entreprises privées, comme contribution non seulement à la mise en œuvre du DSCE, mais surtout à la réduction de la pauvreté tout en stimulant une croissance forte. Pour terminer son propos liminaire, M. MBIMI a précisé l'objectif de l'intervention du PNUD au présent forum comme étant la démonstration qu'une contribution des entreprises du secteur privé à la lutte contre la pauvreté au Cameroun est possible et souhaitée, et qu'elle n'est nullement incompatible avec leurs objectifs de rentabilité économique et financière. Investir dans la lutte contre la pauvreté, dans l'amélioration des conditions de vie des populations vulnérables, dans le citoyen camerounais pauvre, peut représenter, pour ces entreprises, non seulement, une source d'opportunités d'affaires, mais également un moyen de contribuer au développement durable du Cameroun.

## Contenu/Développement

Après une brève présentation du contexte socioéconomique au Cameroun, **M. Urbain B. TSALA** a apporté quelques clarifications sur le concept de RSE dans les termes suivants:

- intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes ;
- contribution des entreprises aux enjeux du développement durable ;
- démarche permettant d'atteindre le succès commercial en faisant honneur aux valeurs éthiques, au respect des personnes, des communautés et de l'environnement.

M. TSALA a ensuite dressé une typologie des formes de RSE que l'on retrouve communément dans la littérature en la matière aujourd'hui. Il s'agit notamment de:

- la **RSE cosmétique** qui se résume à une pratique légère faite d'actions ponctuelles par l'entreprise.
- la **RSE périphérique** qui renvoie à des actions de l'entreprise qui n'ont pas de lien direct avec les compétences de métiers ou les activités de l'entreprise focale (mécénat);

- la **RSE intégrée** qui concerne les actions de l'entreprise en relation avec ses activités, c'est-à-dire proches du cœur de métier ; et enfin
- la **RSE BOP** qui renvoie à des actions de l'entreprise qui visent la population située au bas de la pyramide (Bottom of Pyramid), c'est-à-dire les pauvres qui n'ont pas ou ont peu accès aux biens et services proposés par le marché, du fait de la faiblesse de leurs revenus.

L'intérêt suscité par cette forme de RSE, a précisé M. TSALA, est à la mesure du marché qu'il pourrait représenter : « 4 milliards de personnes jusqu'ici mal servies par les marchés, représentant un chiffre d'affaire potentiel de 5 000 milliards de dollars us » (*Source: The Next 4 Billion : Market Size and Business Strategy at the Base of the Pyramid – World Resource Institute, 2007*). Et c'est justement sur cette forme de RSE que s'appuie le plaidoyer du PNUD à travers le Programme PRINCES. A ce sujet, M. TSALA a rappelé quelques principes et caractéristiques majeurs qui fondent la RSE BOP.

- ↳ En termes de *principes*, il faut retenir qu'elle repose : (i) sur l'existence d'un marché sous-estimé constitué de pauvres aux revenus modestes qui ne leur permettent pas d'accéder aux biens et services produits par les entreprises de types capitaliste ; (ii) la construction d'une offre adaptée à cette clientèle, censée permettre la croissance de la demande et la rentabilité à terme du marché et (iii) la rentabilité économique de ces démarches qui est considérée comme l'une des conditions de leur succès, tant sur le plan de l'implication des entreprises que sur celui de l'inclusion sociale des personnes pauvres.
- ↳ En termes de caractéristiques de la RSE BOP, il faut retenir que : (i) elle est développée par des entreprises de type capitaliste, c'est-à-dire par des entreprises qui ont pour finalité la recherche du profit; (ii) elle est une stratégie de RSE qui vise les populations démunies; (iii) elle n'a pas une vocation d'aide d'urgence, et s'inscrit dans la durée au sein des communautés locales ; (iv) elle repose sur une implication des communautés locales aux process de conception et de distribution de l'entreprise; (v) l'intégration de ces communautés locales aux process ne peut se réaliser sans un exercice anthropologique de l'entreprise.

Pour ce qui est des modalités d'élaboration et de mise en œuvre des projets BOP, M. TSALA a tout simplement rappelé qu'elles obéissent aux normes classiques d'élaboration et d'exécution des projets.

Les marchés du bas de la pyramide offrent aux entreprises de nombreuses opportunités sur les plans : (i) stratégiques avec l'ouverture à de nouveaux marchés ; (ii) technique (innovation) ; (iii) social (contribution au développement social) et (iv) enfin économique, avec l'élargissement des possibilités de profit pour l'entreprise.

*Les projets BOP peuvent être générateurs pour les entreprises de divers avantages sur les plans économique, social et environnemental. Ils s'accompagnent aussi d'avantages pour les personnes pauvres, ainsi que pour le Gouvernement.*

Tout ceci ne se fait pas sans contraintes, et à ce sujet, M. TSALA en a évoqué quelques uns qu'il importe de braver pour avoir de projets BOP viables. Il s'agit notamment de :

- l'absence d'études de marché approfondies dans les communautés défavorisées quand il s'agit d'identifier un créneau rentable ;

- le manque d'infrastructure desservant les communautés défavorisées;
- la conception des produits selon les besoins, les options et les valeurs des clients pauvres;
- les frais de recherche et de développement (R&D) élevés pour développer de nouveaux produits adaptés aux pauvres ;
- la garantie de biens de haute qualité, fiables et de services réguliers de la part des fournisseurs ;
- la compréhension des marchés (informels), leurs processus et les demandes existantes ;
- un retour sur investissement à moyen terme, voire à long terme ;
- la difficile détermination des prix des produits ;
- la distribution et la commercialisation de produits de manière durable, etc.

Après avoir présenté quelques cas pratiques de RSE, lesquels ont fait l'objet d'intérêt au cours des échanges qui ont succédé à la présentation, M. TSALA a formulé quelques recommandations.

👉 ***D'abord à l'endroit des entreprises***, il importe de :

- identifier et hiérarchiser les interventions favorables aux pauvres dans leurs chaînes de valeur;
- s'investir durablement dans des projets de lutte contre la pauvreté, en créant en leur sein des départements dédiés à cette question;
- s'ouvrir à la faculté d'aborder les marchés locaux de manière innovante ;
- s'approprier leur transformation en entreprise inclusive sur la base des évaluations de performance et des meilleures pratiques ;
- reconfigurer leurs activités pour qu'elles s'adaptent aux politiques favorables aux pauvres;
- provoquer un changement de mentalités de leurs actionnaires ou dirigeants dans le but de les convaincre sur les avantages qu'ils tireront de leur investissement dans des projets de lutte contre la pauvreté.

👉 ***Ensuite et enfin à l'endroit des pouvoirs publics***, il faudrait :

- Fournir un environnement réglementaire favorable au développement d'initiatives privées intégrant les pauvres ;
- Soutenir des programmes visant à établir des initiatives de croissance économique durable et inclusive, pour les personnes se trouvant à la base de la pyramide ;
- Répondre au besoin urgent en offrant des incitations aux grandes entreprises qui manifestent un engagement vis-à-vis des initiatives en faveur des pauvres ;
- Créer de nouveaux mécanismes de financement qui permettraient aux sociétés et aux organisations opérant au niveau local de débloquer plus facilement des sources essentielles de soutien financier et technique ;
- Promouvoir des partenariats souples et la formation de réseaux entre les entreprises, les agences de développement et les organisations gouvernementales, en vue d'offrir de meilleures possibilités d'affaires et de faciliter l'accès à la technologie, au financement et à l'information.

**Au total, la mise en place réussie des projets BOP repose sur la recherche permanente d'un équilibre entre rentabilité économique et résolution de problèmes sociaux. Ce principe cardinal est considéré comme l'une des conditions de succès de cette démarche. Pour asseoir définitivement ce concept dans la culture entrepreneuriale au Cameroun, il est important que l'Etat s'y investisse en mettant en place des mécanismes incitatifs.**

➤ **Thème II : CO-CONSTRUCTION PAR L'AFRIQUE ET POUR L'AFRIQUE DU LABEL RSE AFRIQUE**

Modéré par **Achille MBOG PIBASSO**, journaliste, Les Afriques

🇨🇲 **Pierre ESSINDI MINKOULOU**, Président de la Confédération des Travailleurs Unis du Cameroun (CTUC)

Après l'appréciation du thème de ce deuxième panel et la corrélation faite avec les attentes des travailleurs, **le Président MINKOULOU** a rappelé que la revendication demeure le moteur du travail et la RSE devrait en ce sens y puiser ses fondements. Pour lui, le respect des normes suivantes permettrait la prospérité de l'entreprise :

- La culture de la justice et de la paix sociale, conditions préalables du développement
- La nécessité de promouvoir pour les salariés, la santé et la sécurité, primordiales au rendement.

Parlant du **Label** et des conditions de sa réussite, le leader syndical a suggéré quelques préalables du point de vu des salariés :

- Les conditions de travail et le respect des droits des travailleurs

La qualité de l'environnement du travailleur au sein de l'entreprise, et le respect des termes des juridiques.

- Le développement durable

- Le respect des droits en vigueur
- la nécessité d'un arrimage aux normes internationales par les entreprises locales

- Le respect des droits de l'Homme

- En plus des contraintes légales, les entreprises doivent agir de façon volontaire dans le respect des principes directeurs (respecter les conditions de travail des employés).

En conclusion de ses propos, M. Pierre ESSINDI MINKOULOU a invité les entreprises à s'interroger sur les leviers de leur propre développement à travers la RSE, vue comme une opportunité et non une menace pour la croissance.

✚ **Françoise BAYEMI**, Directrice Générale de FRUITSCAM Sarl

### **Présentation de l'entreprise FRUITSCAM**

Très Petite Entreprise (TPE), aux procédés de fabrication alliant artisanat et modernité, sa main d'œuvre est essentiellement féminine (femmes cadre et ouvrières).

FRUITSCAM est spécialisée dans la commercialisation des jus naturels sous le nom de « Bio-Dream ».

Ses principaux points de vente sont basés à Yaoundé et à Douala.

La démarche RSE de FRUITSCAM peut être résumée sur :

- Son processus de recrutement

A l'origine, le processus de recrutement privilégiait exclusivement les femmes. Ce n'est qu'avec l'évidence de certains postes adaptés aux hommes (agent de sécurité, chauffeurs livreurs) que la promotrice a diversifié les genres au sein de l'entreprise. Par ailleurs, les femmes représentent environ 80 % de l'effectif total de l'entreprise.

Dans un contexte de précarité de l'emploi et précisément pour les femmes, une préférence a été faite dès les premiers recrutements, pour celles ayant été victimes de toutes formes de violence (en dehors ou au sein de leur vie de couple).

Après le recrutement s'en suit une série de formations qui pour certaines s'étalent jusqu'à deux ans. Durant cette période, les salariés de l'entreprise perçoivent tout de même une rémunération.

Au terme de cette période, les salariés sont effectivement embauchés, avec un contrat en bonne et dû forme, incluant une inscription à la CNPS.

- Ses objectifs
  - Faire du profit tout en offrant la possibilité aux salariés d'être des partenaires (accès au capital) de l'entreprise

Pour cette TPE, la RSE est d'abord un mode de vie.

En vue de mener à bien ses activités et demeurer compétitive, FRUITSCAM ambitionne :

- Innover pour faire face à la concurrence
- Etablir des partenariats Sud-Sud

✚ **M. Moustapha FALL**, Administrateur Directeur Général (ADG), ECOBANK Cameroun

La RSE compte parmi les valeurs historiques du groupe depuis sa création. Elle se caractérise par le respect et la contribution à la protection de l'environnement, ainsi que d'autres projets sociaux.

Au regard des défis contemporains, Ecobank a mis sur pied en 1999, une Procédure du Risque environnemental et social (E&S), renforcée en mai 2014 par l'accord du conseil d'administration du groupe. Outre les indicateurs de la SFI, cette démarche prend également en compte les critères de plusieurs autres institutions financières de référence.

Dans le même sillage, Ecobank est signataire du Pacte Mondial des Nations Unies (UNGC), et de l'Initiative de Financement du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (UNEPFI).

La banque panafricaine a également adopté les normes de performance IFC sur le développement durable Environnemental et Social (IFC PS).

Au sein d'Ecobank, la démarche Développement Durable s'appuie sur 04 piliers :

- Finance socialement responsable

En cohérence avec ses engagements globaux (membre de l'Association Financière des Principes de l'Équateur et de l'UNEPFI) c'est tout naturellement que la banque contribue au développement durable à travers quelques projets menés à ce jour :

- Investissement dans les domaines clés de la finance responsable (Micro finances-EB ACCION-, soutien aux femmes d'affaires-les Nana Benz d'Afrique de l'Ouest en sont une référence-, la création d'une fondation Ecobank, l'engagement communautaire-journée Ecobank-)
- Protection des ressources naturelles  
Elle s'articule autour de :
  - La gestion de risque
  - L'activité Vert
  - L'initiative mondiale et,
  - La Gestion d'empreinte de Carbone.
- Développement du capital humain :

Cette démarche d'attraction et de fidélisation des salariés repose sur trois éléments fondamentaux à savoir :

- La valorisation de la diversité culturelle. Au Cameroun, la banque emploie 400 personnes, toutes ethnies confondues. Avec un effectif féminin de 56 %, Ecobank a fait de la promotion du genre une réalité.
- Outre les formations ponctuelles, le groupe dispose à son siège d'une académie pour le renforcement des compétences des salariés.
- L'Esprit Panafricain traduite dans sa couverture continentale (36 pays africains sur 54 soit un taux de couverture de 66 % en 25 ans d'existence) et valorisé dans son slogan « THE PANAFRICAN BANK »
- Contribution à la transformation économique

Dans tous les pays d'accueil, le groupe soutient les projets de développement.

Dans l'optique de soutenir une croissance durable l'ADG a promis que le Label RSE Afrique constituera pour les porteurs de projets, un atout dans le cadre du financement de leurs initiatives. Pour l'ADG, « Les entreprises labellisées RSE bénéficient à coup sûr d'un à priori favorable auprès d'Ecobank »

## ❖ **PRESENTATION DU PROJET PILOTE DU LABEL RSE AFRIQUE Par le Directeur Général de l'IA RSE**

### **Projet du Label**

Dans le cadre du lancement du Label RSE Afrique, **M. TENE**, Directeur de l'Institut Afrique RSE a incité les entreprises à rejoindre cette démarche qui vise à valoriser la création responsable de richesses, indépendamment du secteur et du niveau d'activité. Pour les y encourager, le Label (co-construit par l'ensemble des acteurs autour de l'entreprise) servira d'outil phare.

Valable pour trois ans, le Label RSE Afrique peut être obtenu à trois niveaux (selon la note enregistrée par l'organisation) :

- **RSE Afrique MALAWI** (troisième plus haut sommet d'Afrique) :

Décerné aux entreprises ayant respecté 50 à 70 % du cahier de charge

- **RSE-Afrique KENYA** (deuxième plus haut sommet d'Afrique) :

Décerné aux entreprises ayant respecté entre 70 et 90 %

- **RSE-Afrique Kilimandjaro** (plus haut sommet d'Afrique) :

Décerné aux entreprises ayant respecté plus de 90 % du cahier de charge

L'un des principaux avantages du **Label** est la création du réseau d'entreprises RSE-Afrique.

## ❖ **PLAIDOYER DE LA MARRAINE Sally NYOLO**

La marraine de Kilimandjaro a réitéré son appui à l'élaboration du **Label RSE Afrique**, gage de la croissance inclusive sur le continent. Interpellant ainsi les parties prenantes, elle s'est adressée à chacun par ces propos : « aidons nous à grandir, je suis avec vous ».

Pour Sally, ce n'est que par les africains que le continent surmontera ses difficultés pour arpenter les entiers de sa croissance ; une croissance que nous voulons tous durable. D'où la nécessité pour tous les chefs d'entreprises à adhérer au **Label RSE Afrique**.

La contribution de la marraine à ce chantier d'envergure s'est matérialisée à travers la chanson "*Kilimandjaro*" (une dédicace aux créateurs d'une richesse durable en Afrique) contenu dans son dernier album **Tiger Run**, présenté aux participants pour la circonstance. Mieux encore, 1 % des ventes de cet album sera reversé à un projet de préservation de l'environnement.

## ANNEXE I : PROGRAMME

### KILIMANDJARO TOP MANAGERS (KTM)

Parcours et Paroles de Patrons to People, Profit and Planet (3P to 3P)

### LOCAL CONTENT, VALEUR PARTAGEE ET PHASE PILOTE DU LABEL RSE AFRIQUE

#### PROGRAMME :

Sous la coordination de **Mathieu ASSIENE**, Maître de cérémonie

#### 09H00-09H30 : CEREMONIE D'OUVERTURE

- **Mot de bienvenue**
- **Thierry TENE**, Directeur Général, Institut Afrique RSE

#### 09H30-11H00 : LOCAL CONTENT, BUSINESS DU BAS DE LA PYRAMIDE ET VALEUR PARTAGEE

- **Martin ABEGA**, Président, Investissements pour le Développement (IDEV S.A)
- **Peggy DIBY**, *Head of Corporate Communications and Public Affairs, NESTLE Central and West Africa Region*
- **Lyna-Laure AMANA PRISO**, Directrice des Ressources Humaines, Société Anonyme des Brasseries du Cameroun
- **Marème MALONG**, Porteuse du projet MARHA FARM
- **Echange avec les participants**
- **Modérateur : Omer MBADI**, Journaliste, Jeune Afrique

#### 11h00-12H00 : FOCUS DU PNUD : PLAIDOYER AUPRES DES CHEFS D'ENTREPRISE SUR L'IMPORTANCE DE L'INTEGRATION DES PAUVRES DANS LA CHAINE DES VALEURS

- **Claude Lacordaire MBIMI**, Conseiller technique principal du programme d'inclusion économique et sociale, PNUD

#### 12H00-13H00 : DEJEUNER ET NETWORKING

#### 13H00-14H30 : CO-CONSTRUCTION PAR L'AFRIQUE ET POUR L'AFRIQUE DU LABEL RSE AFRIQUE

- **Moustapha FALL**, Administrateur Directeur Général, ECOBANK Cameroun
- **Pierre ESSINDI MINKOULOU**, Président, Confédération des Travailleurs Unis du Cameroun (CTUC)
- **Françoise BAYEMI**, Directrice Générale, FRUITSCAM Sarl
- **Idris NGUEPNANG**, Directeur Général, N. Sarl Tchop & Yamo
- **Echange avec les participants**
- **Modérateur : Achille MBOG PIBASSO**, Journaliste, Les Afriques

#### 14H30 – 15H00 :

- **Présentation du projet pilote du Label RSE Afrique**, **Thierry TENE**, Directeur Général, Institut Afrique RSE
- **Plaidoyer de la marraine**, **Sally NYOLO**
- **Remise des attestations aux intervenants**
- **Dédicace de l'album *Tiger Run*** par la marraine **Sally NYOLO**



**Paule Marcelle N. ETO**

Responsable Administratif et Financier

Tél. : + 237 6 50 35 27 32 / 6 96 17 56 61

[pme@institut-afrique-rse.com](mailto:pme@institut-afrique-rse.com)

**Roméo Clovis GUINSOM**

Chargé de missions, Institut Afrique RSE

Tél. : + 237 243 20 79 99

[rcguinsom@institut-afrique-rse.com](mailto:rcguinsom@institut-afrique-rse.com)



**ANNEXE II: BULLETIN D'INSCRIPTION**



**KILIMANDJARO TOP MANAGERS (KTM)**

**Parcours et Paroles de Patrons to People, Profit and Planet (3P to 3P)**

**Amener les dirigeants africains au sommet de la performance financière et sociétale avec le Label RSE Afrique**

**BULLETIN D'INSCRIPTION**

A remplir et retourner par courriel à [pme@institut-afrique-rse.com](mailto:pme@institut-afrique-rse.com) avant le 1<sup>er</sup> décembre 2014 <sup>1</sup>

**Date : 04 décembre 2014**

**Lieu : Hôtel Méridien, Douala Cameroun**

Nous, soussignés : .....

Représentant l'Entreprise : .....

Adresse (localisation) ..... Fonction : .....

**E-mail :** ..... **Tél. :** .....

**Fax :** ..... **Portable :** .....

Inscrivons <sup>2</sup> au **Kilimandjaro Top Managers:**

N°	NOMS et Prénoms	Fonctions	Contacts E-mail / Portable	Ville
1				
2				

<sup>1</sup> Nombre de places limité

<sup>2</sup> L'inscription est gratuite et valide après confirmation par l'**Institut Afrique RSE**.

Pour tout renseignement ou information complémentaire, contacter : **Mlle. Paule Marcelle Nadine ETO**

**E-mail :** [pme@institut-afrique-rse.com](mailto:pme@institut-afrique-rse.com)

**Tél :** (237) 6 96 17 56 61 / 243 20 79 9

Fait à ....., le .....

**Signature**

**Douala, le 04 décembre 2014.**