

4 Économie

Sucrerie africaine du Gabon Sucaf-Gabon/Entretien avec le directeur général... ... Benoît Simon : " Il n'y a plus aucun commerce qui ne soit approvisionné en sucre "

Propos recueillis par Willy NDONG
Libreville/Gabon

L'union : Récemment, les marchés gabonais ont connu une pénurie de sucre, suivie d'une hausse des prix de cette denrée du fait de la spéculation. Après cette situation, comment se porte la Sucaf?

Benoît Simon : Il faut revenir un peu sur l'histoire de la société. Sucaf a plus de 46 ans d'activités et l'entreprise a eu plusieurs " vies ". Créée en 1973 dans le Haut-Ogooué, elle est située entre Moanda et Franceville. L'objectif de son implantation visait à créer des emplois dans un environnement rural, grâce à la culture de la canne à sucre, et à sa transformation en sucre, production locale destinée à alimenter le marché national. La Sosuho (Société sucrière du Haut-Ogooué, ndlr) a été sous l'autorité de l'État jusqu'en 1998, où elle fut cédée au groupe Castel qui, jusqu'en 2010-2011, a assuré son fonctionnement et sa modernisation. Puis, en 2010-2011, le Groupe Castel confie la société au groupe Somdiaa, bénéficiant d'une expertise spécifique au niveau de la filière sucrière, présent dans 6 pays francophones en Afrique centrale et en Afrique de l'ouest. Précisons aussi que le Groupe Somdiaa connaissait la société pour avoir apporté son assistance technique lors de sa création. Le sucre que nous produisons est commercialisé depuis 2013, sous la marque "Princesse Tatie". Il s'agit de la seule marque panafricaine de sucre. Une campagne vient d'ailleurs d'être lancée, afin de renforcer l'image de la marque auprès de nos consommateurs. Notre marque est non seulement porteuse d'une ambition, celle de devenir la remarque africaine de sucre, mais aussi de valeurs attachées à un produit du terroir (qualité, soucieuse de l'environnement...), à la jeunesse, au travail, à la citoyenneté, etc. Nous aurons l'occasion d'en parler de façon plus détaillée ultérieurement. Compte tenu des difficultés financières depuis 2012, la société a engagé une restructuration en 2017-2018, avec l'appui des autorités, qui permet de poursuivre ses activités et d'envisager l'avenir plus sereinement.

À trois mois de la fin de l'exercice 2019, quel est le bilan de la Sucaf?

- Dans un contexte de changements, d'améliorations, nous avons fait face à une contre-performance exceptionnelle. Alors que nous attendions 25 000 tonnes de sucre, la production a été de 20 000 tonnes, une " véritable douche froide " liée aux aléas climatiques. Du jamais vu en 15 ans, cela s'est ressenti au mois de mars sur le marché. D'autres freins extérieurs, notamment logistiques, nous ont pénalisés. Toutefois, les salariés, que je félicite, ont fait preuve de mobilisation, et dès le mois de juin, le marché était déjà régulièrement approvisionné. Aujourd'hui, il n'y a plus aucun commerce qui ne soit approvisionné en sucre, et les réformes engagées portent " leurs fruits ". La société se porte donc mieux. Nous attendons d'ici début novembre une production de 26 000 tonnes. Je m'en félicite, car cela permet résolument de tourner la page d'une période difficile. Un plan de développement est à l'étude, qui vise à passer d'une production de 25 000 tonnes de sucre à plus de 38 000 tonnes à l'horizon 2 025-2 026. Un volume qui correspond aux besoins du marché à cet horizon, et nous permettra de l'approvisionner à 100 % et d'être auto suffisante. Et, pourquoi pas ensuite, viser l'exportation.

Un tel projet nécessite tout de même des moyens financiers!

- Effectivement! C'est plus de 35 milliards de francs d'investissements de l'actionnaire,



Benoît Simon, directeur général de Sucaf.

Photo : D.R

et aussi la poursuite de l'accompagnement des autorités. La Sucaf c'est aujourd'hui plus de 1 000 emplois directs, en période de campagne. Ce projet permettra sans nul doute de créer de nouveaux emplois, et de contribuer à la lutte contre l'exode rural.

Serait-ce un défi d'approvisionner tout le Gabon, entendu que vous êtes en situation de monopole?

- Certes, nous sommes en situation de monopole, mais l'expérience et l'expertise sont bien là. Si un concurrent venait à s'implanter et à développer une industrie agro-industrielle, cela nous stimulerait probablement. Nous sommes ouverts à la concurrence, dès lors qu'il s'agit d'un autre producteur de sucre. Le marché reste limité quant au nombre de consommateurs. Cela explique quand même que nous sommes les mieux placés pour approvisionner rapidement et avec un produit du terroir, transformé localement, et de qualité.

N'avez-vous pas peur de la concurrence?

- Nous n'avons pas à avoir peur d'un concurrent producteur, compte tenu de l'expertise acquise par l'entreprise.

Vous avez parlé, tout à l'heure de renaissance. En quoi consiste-t-elle concrètement?

- Compte tenu de la date de création de l'entreprise, beaucoup d'agents vont partir à la retraite d'ici 2 021/2 022. Un plan de succession est en cours, visant le transfert de compétences, et des recrutements, notamment de jeunes diplômés avec pour ambition qu'ils puissent devenir l'expertise de demain. Et rendre plus dynamique la Sucaf au gré de ces départs, qui concernent plus de 100 salariés. Il s'agit d'un véritable challenge que de pouvoir intégrer autant de jeunes, alors que la production augmentera parallèlement, et progressivement à l'horizon 2 025. On peut donc vraiment parler de relance.

Lorsque nombre d'entreprises licencient, vous, vous recrutez?

- Tout à fait! Non seulement on fait appel à de la main-d'œuvre pour travailler dans nos activités agricoles, mais aussi à une main-d'œuvre d'expertise " technique ", notamment industrielle. Des investissements importants ont été consentis depuis les années 2000, en moyenne 2,5 à 3 milliards par an. Cela a contribué à moderniser l'outil industriel, qui requiert de plus en plus d'expertise. Nous réservons un budget important à la formation permanente et à des séminaires techniques, de façon à toujours améliorer le niveau de compétences de nos agents. La Sucaf, dans le département de la Passa, est le premier employeur. Nous permettons à de nombreux jeunes, y compris diplômés, de s'insérer dans le monde

professionnel, leur donnant la possibilité de construire leur vie, et faciliter leur intégration citoyenne. En effet, nos emplois directs en campagne avoisinent les 1 000 personnes, soit 300 permanents, et plus de 700 agents sous-traitants.

Du coup, jusqu'où va votre contribution auprès des populations du cru?

- Nous ne sommes pas implantés en milieu urbain. Cela implique des obligations à l'égard de l'environnement et des populations villageoises, que l'on se doit d'accompagner, compte tenu de l'impact de nos activités sur l'environnement. Pendant la période de campagne, nous sommes autosuffisants en énergie, nous utilisons la biomasse (bagasse), que génère la transformation de la canne à sucre, aussi utilisée dans les champs comme fertilisants (mélasse). Au niveau social, grâce aux emplois créés, nous limitons l'exode rural, et contribuons à la sédentarisation des jeunes. Il existe aussi une Fondation Sucaf, qui consolide nos actions, et contribue à développer des activités génératrices de revenus. Une étude est aussi en cours, soutenue par le ministre de l'Agriculture et vise à développer la production villageoise au cours des prochaines années.

Vous lancez de nouveaux emballages. Est-ce une nouvelle stratégie marketing de l'entreprise?

- Non, elle n'est pas nouvelle. En fin de compte, il s'agit de la marque Princesse Tatie. Elle a été créée par le Groupe Somdiaa. Au Gabon, elle a été lancée en 2013. Cette marque existait mais en général, il faut réaffirmer les valeurs des marques. Et c'était notre objectif aujourd'hui, sachant que c'est une marque qui a vocation à traduire notre ambition, qui est celle de mieux couvrir les pays dans lesquelles nous sommes implantés. La marque est essentiellement implantée dans des pays francophones sur des marchés qui représentent 80 millions de consommateurs (Cameroun, Tchad, Centrafrique, Congo, Côte d'Ivoire et Gabon). Notre ambition est d'être auprès des consommateurs, la marque de sucre la plus reconnue et connue en Afrique. Indépendamment de cette ambition, avec la marque Princesse Tatie, il s'agit de souligner les valeurs qui sont les nôtres. Entre autres la responsabilité traduite par nos engagements à l'égard des consommateurs en termes de qualité. Et, ce n'est pas chez nous un vain mot, puisque nous sommes déjà certifiés FSSC 22 000, qui correspond à une certification de sécurité des denrées alimentaires. C'est une démarche qui a déjà été initiée mais qu'il convenait de réaffirmer auprès des consommateurs, dans la mesure où il s'agissait aussi de moderniser

notre logo pour rentrer plus dans l'avenir, et mieux nous projeter, à travers un logo plus moderne, dans son expression. Donc, on a revu sa forme plus conviviale, son effigie, la femme africaine traduite avec plus de modernité. On tient, à travers la marque, à souligner qu'on est dans une dynamique, un optimisme qui a vocation à permettre à beaucoup de jeunes de pouvoir se retrouver à travers le travail, le développement, l'avenir. Ce sont des éléments qui sont partagés et inhérents à l'Africanité. Ce qui relève des pays africains et du continent.

Quels résultats sont attendus de ces changements?

- Que le consommateur soit plus dans l'émotion. Qu'il se représente mieux le moment, les valeurs. À travers la marque, on veut dépasser le produit et vendre une ambition et des valeurs. Et ces valeurs, ce sont les liens de confiance qu'on veut avoir avec le consommateur.

Qu'en est-il de l'augmentation du prix du sucre?

- Le prix du sucre, encadré par les autorités, était homologué et bloqué depuis 1998, soit plus de 20 ans. Compte tenu de l'évolution des coûts et de l'inflation, un ajustement de nos prix de vente devenait indispensable. Aussi, une actualisation du prix a-t-elle été effectuée depuis le 1er janvier de cette année et encadrée par l'arrêté N° 0028/MEPPD/SG/DGCC qui fixe le prix du sucre par stade de distribution et zone géographique. Par exemple, à Libreville, le prix du sucre morceau blanc est fixé au détail à 845 francs et non 1 000 francs. Nous envisageons d'organiser une campagne de communication intensive, en collaboration avec les autorités de régulation des prix, afin de sensibiliser les acteurs du marché aux pratiques citoyennes, afin de protéger les consommateurs gabonais.

Outre ces perspectives à long terme, qu'est ce qui est prévu plus près de nous?

- Comme souligné, l'enjeu est bien d'augmenter notre production. Nous allons commencer par défricher de nouvelles terres, faire appel à des pratiques innovantes, gage de compétitivité. C'est plus de qualité, une dynamique générale.

Votre mot de fin!

- Juste souligner l'importance de la Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE). Parce qu'on est dans un environnement isolé, parce qu'on est source d'emplois pour les jeunes, orienté vers l'avenir. En termes de formation aussi, on propose des métiers riches et différents orientés vers la modernité, l'innovation. De même que nous sommes orientés vers un environnement villageois pour éviter la désertification des villages, on est plus globalement orienté vers le développement. Toutes ces raisons font que la Sucaf est unique dans la région du Haut-Ogooué. Et au-delà de ça, peut-être même dans le pays, dans la mesure où comme agro-industrie, on est vraiment porteur d'un projet pour l'avenir avec une capacité d'investissements. Je pense que les autorités gabonaises l'ont aussi compris, parce qu'elles nous accompagnent. Ce qui est important, c'est aussi ce qui légitime l'accompagnement des autorités : une industrie qui n'est pas encadrée et accompagnée par les autorités comme la nôtre ne peut pas exister. C'est bon pour le Gabon ainsi que pour d'autres pays d'Afrique et même occidentaux, qui n'ont jamais développé leur agro-industrie sans avoir l'accompagnement de l'État. Je remercie ici tous nos salariés que nous appelons " les sucriers ", nos partenaires, les populations villageoises, l'actionnaire, le gouvernement gabonais, sachant que la mobilisation de tous contribue à la poursuite de nos activités après 46 ans, et merci à vous "L'Union".