Magazine LA VOIX DU BARMAN
La petite main de l'Economie !
Nouvelle Formule
information
sensibilisation
promotion
11 TH ANNIVERSARY
Tiré à 6000 exemplaires. www.lavoixdubarman.com



DU 18 - 19
NOVEMBRE 2026
À DOUALA
Assemblée Générale Ordinaire du Syndebarcam

RACHAT
Absorption de
Guinness Cameroon SA
par le Groupe Castel

TAXE OAVP
Le SYNDEBARCAM, une voix qui compte désormais dans la défense des droits des Barman au Cameroun

SCAN ME

La Nuit du Barman **Le 20 Novembre 2026 à 19h00 à Arena Bonamoussadi Douala**

Acte7


NOUVEAU
MBOA
LA BIÈRE DE NOTRE TERRE.
FIÈREMENT CAMEROUNAISE
L' abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération
MBOA
LAGER BEER FROM CAMEROON
BIÈRE BLONDE DU CAMEROUN
MBOA
LAGER BEER FROM CAMEROON
0.50l
5% Alc. Vol
50cl
500 FCFA
PRIX PUBLIC RECOMMANDÉ
8563
Boissons du Cameroun

Edito

Par Hervé Nana



GUINNESS CAMEROUN × GROUPE CASTEL: UNE NOUVELLE PAGE S'ÉCRIT DANS L'HISTOIRE DE LA BRASSERIE CAMEROUNAISE

Chers lecteurs,

Il y a des événements qui ne concernent pas uniquement les entreprises qui les vivent. Ils concernent tout un écosystème. Le rachat de Guinness Cameroon SA par le Groupe Castel fait incontestablement partie de ces événements.

Lorsque Diageo a annoncé en juillet 2022 la cession de Guinness Cameroon SA au Groupe Castel, beaucoup ont immédiatement compris que le paysage brassicole camerounais allait connaître une transformation majeure. La transaction a ensuite été finalisée en 2023, avec la reprise par Castel de la production et de la distribution nationale de Guinness au Cameroun dans le cadre d'un accord de licence.

Aujourd'hui, trois ans après cette opération, une nouvelle étape se dessine.

Le projet de fusion par absorption de Guinness Cameroon SA par Boissons du Cameroun marque une évolution importante dans l'organisation du secteur. Le projet prévoit le transfert de l'ensemble du patrimoine, des droits et obligations de Guinness Cameroon SA à Boissons du Cameroun, avec une prise d'effet envisagée au 31 décembre 2026, sous réserve de la réalisation des conditions prévues par la réglementation.

Mais au-delà de cette évolution juridique et industrielle, une autre réalité mérite d'être observée : ce qui s'est passé sur le terrain depuis le rachat.

DES INVESTISSEMENTS QUI ONT CHANGÉ LA DONNE

Après l'acquisition, le Groupe Castel, à travers les Boissons du Cameroun, a engagé d'importants investissements dans l'outil industriel.

En mars 2024, la SABC indiquait avoir déjà investi plus de 45 milliards de FCFA depuis le rachat de Guinness Cameroon SA. Une partie importante de ces investissements concernait la remise à niveau de l'outil de production de l'ancienne usine Guinness de Douala, mais également l'extension de la production Guinness dans d'autres usines du réseau SABC.



Directeur de publication
Hervé NANA
Assistant
Jean Réné NOUBISSI
Rédacteur en Chef
Blaise DEUMO
Rédacteur Adjoint
Grace NANA
Correspondant Paris
Mme Mbong née Ella SONGMAK
Production
NH SHOW BIZ
Distribution
SYNEDEBARCAM
Graphic & Design
@LeCréatif
Print
AJC GRAPHIC
Facebook : La Voix du Barman
Email : lavoixdubarman@gmail.com
Website : www.lavoixdubarman.com

À Yaoundé, une nouvelle ligne d'embouteillage d'une capacité annoncée de 35 000 bouteilles par heure était opérationnelle depuis janvier 2024. Des capacités supplémentaires étaient également prévues à Bafoussam et Garoua pour la croissance des volumes de production.

Le Groupe Castel apporte ses capacités industrielles et son réseau, son expertise terrain en production et distribution.

Pour nous, professionnels des débits de boissons et des bars, ces investissements ne sont pas simplement des chiffres annoncés dans les rapports ou dans la presse.

Ils doivent se traduire par quelque chose de très concret : la disponibilité du produit dans nos points de vente. Et c'est précisément là que notre regard de terrain devient important.

PLUS DE PRODUITS, PLUS DE PRÉSENCE SUR LE MARCHÉ

Depuis la reprise de Guinness Cameroon SA par Castel, nous avons pu constater sur le terrain une présence plus importante des produits Guinness dans plusieurs circuits de distribution.

Cette évolution correspond d'ailleurs à l'objectif annoncé dès la transaction : utiliser les capacités industrielles et le réseau national de distribution de Castel pour permettre à Guinness de poursuivre son développement au Cameroun.

Et cela est également la résultante des gros investissements opéré par le groupe Castel dans les usines de Guinness Cameroon SA dans le but de développer et augmenter les productions pour le marché. Pour le barman, le raisonnement est simple.

Un produit demandé par le consommateur doit être disponible.
La meilleure publicité pour une marque reste parfois sa présence effective dans le bar.

Lorsqu'un client demande une Guinness et que le barman peut immédiatement la sortir du réfrigérateur, la servir et la vendre, toute la chaîne de valeur fonctionne.

Le consommateur est satisfait.
Le barman réalise sa vente.
Le détaillant augmente son chiffre d'affaires.
Le distributeur fait tourner ses volumes.
Et la marque gagne en visibilité.

C'est cette réalité simple du comptoir que nous devons également regarder lorsqu'on analyse le rachat de Guinness Cameroon SA .

CHERRING TIME, LOVELY DAYS : QUAND LA MARQUE DESCEND AU COMPTOIR

Mais la disponibilité du produit ne suffit pas.
Il faut également créer l'envie de le vendre et de le consommer.
C'est dans cette logique que les opérations d'activation des points de vente autour des produits Guinness ont pris une place importante sur le terrain.

Des concepts comme « CHERRING TIME » et « LOVELY DAYS » ont contribué à donner davantage de visibilité à la marque dans les débits de boissons et à créer une animation commerciale autour de Guinness.

Pour les barmen et détaillants qui ont participé à ces opérations, l'intérêt ne résidait pas seulement dans l'animation du point de vente.
Il y avait également une véritable dimension commerciale.
Des objectifs de volumes, des ristournes et des mécanismes de récompense ont permis à des détaillants de bénéficier de bonus lorsqu'ils atteignaient les objectifs qui leur étaient fixés.
Sur le terrain, cela crée une dynamique particulière.
Le barman ou le tenancier ne se contente plus de vendre le produit.
Il cherche à atteindre son objectif.
Il pousse les volumes.
Il suit ses performances.
Et lorsque l'objectif est atteint, la récompense devient une motivation supplémentaire.
C'est ainsi qu'une campagne d'activation peut dépasser le simple cadre publicitaire pour devenir un véritable outil de stimulation commerciale.

LE BARMAN, ACTEUR DE LA PERFORMANCE

Cette expérience rappelle une vérité que nous défendons depuis longtemps à LA VOIX DU BARMAN : le barman n'est pas le dernier maillon de la chaîne. Il est l'un des acteurs essentiels de la performance d'une marque.

C'est lui qui accueille le consommateur.
C'est lui qui présente les produits.
C'est lui qui conseille.
C'est lui qui sert.
C'est lui qui observe les habitudes de consommation.

Et c'est encore lui qui peut décider de mettre davantage en avant une marque lorsque les conditions commerciales lui permettent d'en tirer un intérêt réel.

Lorsque le produit est disponible, que l'animation accompagne sa commercialisation et que le détaillant bénéficie de mécanismes de stimulation commerciale, une dynamique positive peut se créer.

GUINNESS CAMEROON SA × GROUPE CASTEL : UNE NOUVELLE PAGE S'ÉCRIT DANS L'HISTOIRE DE LA BRASSERIE CAMEROUNAISE

Le consommateur consomme.
Le barman vend.
Le détaillant progresse.
Le distributeur approvisionne.
La marque gagne du terrain.

Voilà pourquoi nous considérons que les campagnes d'activation constituent un élément important de l'histoire récente de Guinness Cameroon SA .

UNE TRANSFORMATION QUI SE MESURE AUSSI AU COMPTOIR

Le rachat de Guinness Cameroon SA ne doit donc pas être regardé uniquement comme une opération financière ou comme une réorganisation entre grandes entreprises. Il faut également regarder ce qu'il produit dans l'écosystème:

- Des investissements industriels.
- Une capacité de production renforcée.
- Une distribution élargie.
- Une présence plus visible des produits.
- Des opérations d'activation.
- Des objectifs commerciaux.
- Des ristournes
- Des bonus.

Et surtout, une implication plus forte des détaillants dans la dynamique commerciale de la marque.

En juillet 2026, la CEMAC a d'ailleurs indiqué que l'exécution des engagements pris par Castel lors du rachat était « très satisfaisante », même si aucun bilan chiffré actualisé des investissements, des emplois ou des capacités supplémentaires n'était alors rendu public.

Cette nuance est importante.
Car notre rôle de magazine spécialisé est justement de faire la différence entre les annonces, les engagements et la réalité observée sur le terrain.

UNE NOUVELLE PAGE, MAIS UNE RESPONSABILITÉ COLLECTIVE

Guinness change aujourd'hui de cadre industriel et juridique.
Mais une chose ne change pas :

la responsabilité collective de construire un secteur brassicole fort, professionnel et créateur de valeur pour l'ensemble de ses acteurs.

Le Groupe Castel apporte ses capacités industrielles et son réseau, son expertise terrain en production et distribution.

Les distributeurs apportent leur capacité de déploiement.
Les détaillants et les barmen apportent leur proximité avec le consommateur.
Et le consommateur, finalement, reste celui qui donne sa véritable valeur à toute cette chaîne.

C'est pourquoi nous continuerons, à LA VOIX DU BARMAN, à regarder cette transformation avec attention, mais surtout avec les yeux du terrain tout en précisant que le meilleur acquéreur est bien le groupe Castel de par son implantation et son xpérience sur le terrain national

Parce qu'au-delà des milliards investis, des lignes de production et des opérations de fusion, il existe un indicateur que nous connaissons particulièrement bien : celui du comptoir.
C'est là que les marques rencontrent véritablement le marché.
C'est là que les bouteilles deviennent des ventes.
C'est là que les objectifs deviennent des chiffres d'affaires.

Et c'est là que le travail du Barman prend tout son sens.
Guinness × Castel : une nouvelle page s'écrit.
Et nous serons là pour la raconter.

Bonne lecture à tous.

Hervé NANA
Le Barman en Chef
Directeur de publication
LA VOIX DU BARMAN
Président National du SYNDEBARCAM
Pour un Barman fier de l'être.

TAXE OATVP : LE SYNDEBARCAM OBTIENT GAIN DE CAUSE

Pendant plusieurs mois, le SYNDEBARCAM a mené un combat déterminé pour défendre les intérêts des exploitants de débits de boissons face à l'application de la taxe dite d'Occupation Anarchique de la Voie Publique (OATVP).



Estimant que cette taxe soulevait de sérieuses interrogations juridiques, le Bureau National du SYNDEBARCAM a engagé une série de démarches auprès des autorités compétentes afin d'obtenir un éclairage officiel sur sa légalité.

Cette mobilisation a conduit à une réponse officielle du Ministre de la Décentralisation et du Développement Local. Dans sa correspondance du 3 juin 2026, faisant suite à la demande d'éclairage formulée par le SYNDEBARCAM, le ministre indique que la taxe sur l'Occupation Temporaire de la Voie Publique a été supprimée par la loi n° 2024/020 du 23 décembre 2024 portant fiscalité locale et précise que « la taxe dite d'occupation anarchique de la voie publique n'a aucun fondement légal ».

Pour le SYNDEBARCAM, cette réponse constitue une avancée majeure dans la défense des exploitants de débits de boissons. Elle vient conforter les inquiétudes exprimées depuis plusieurs mois et renforce les démarches entreprises pour obtenir une application uniforme de la loi sur l'ensemble du territoire.

Le syndicat réaffirme son engagement à défendre les droits de tous les exploitants dans le respect des institutions et de l'État de droit. Il poursuivra son dialogue avec les administrations concernées afin que les clarifications apportées puissent se traduire concrètement sur le terrain.

LE SYNDEBARCAM, UNE VOIX QUI COMPTE DÉSORMAIS DANS LA DÉFENSE DES BARMEN

La mission d'un syndicat ne se limite pas à dénoncer les difficultés de ses membres. Elle consiste avant tout à rechercher des solutions durables par le dialogue, la concertation et le respect des institutions.



Le dossier de l'OATVP illustre cette démarche. Face aux préoccupations exprimées par les exploitants de débits de boissons, le SYNDEBARCAM a choisi la voie des échanges avec les pouvoirs publics. Des correspondances ont été adressées aux administrations compétentes afin d'obtenir une clarification sur le cadre juridique applicable.

Cette stratégie a permis d'obtenir une réponse officielle du Ministre de la Décentralisation et du Développement Local, qui précise que la taxe dite d'occupation anarchique de la voie publique n'a aucun fondement légal.

Fort de cette prise de position, le SYNDEBARCAM poursuit désormais ses démarches auprès des autres administrations concernées afin que cette clarification soit prise en compte dans les pratiques administratives et sur le terrain.

Au-delà de ce dossier, le SYNDEBARCAM confirme sa volonté d'être une organisation responsable, engagée dans la défense des intérêts des barmen, des gérants de snacks-bars, des caves à vins et de l'ensemble des professionnels du secteur. Le syndicat entend poursuivre son action en faveur d'un environnement fiscal plus lisible, d'un dialogue constructif avec les pouvoirs publics et d'une meilleure protection des droits des exploitants.



Dossier

RACHAT ABSORPTION DE GUINNESS CAMEROON SA PAR LE GROUPE CASTEL

Une nouvelle donne dans l'écosystème des débits de boissons et bars au Cameroun. Le rachat de Guinness Cameroon par le Groupe Castel constitue un acte majeur qui vient redessiner les cartes dans l'écosystème des débits de boissons et des bars au Cameroun.

Pour La Voix du Barman et le SYNDEBARCAM, cette nouvelle configuration mérite d'être analysée avant tout à partir des réalités quotidiennes du barman : disponibilité des produits, proximité du distributeur, régularité de l'approvisionnement, volumes de vente, marges et développement des revenus.

Une capacité de production qui rassure
L'un des premiers éléments qui mérite d'être souligné est la capacité industrielle dont dispose déjà le Groupe Castel au Cameroun, à travers les Boissons du Cameroun (SABC).
Avec son réseau industriel réparti sur plusieurs grandes zones du territoire national, la SABC dispose d'un important dispositif de production, notamment dans :

- le Centre, avec chaîne de production ;
- le Littoral, avec chaîne de production ;
- l'Ouest, avec chaîne de production ;
- le Nord, avec chaîne de production.

À cette capacité industrielle s'ajoute un vaste réseau de distribution constitué des distributeurs agréés SABC, répartis à travers le Cameroun.

Pour le barman, cette infrastructure représente un enjeu essentiel : celui de la disponibilité du produit au plus près du point de vente.
Si les produits Guinness peuvent désormais bénéficier de la puissance d'un réseau de distribution déjà implanté dans les différentes régions du pays, cela peut contribuer à réduire certaines difficultés d'approvisionnement et à rapprocher les produits des consommateurs.

Peut-on encore parler de monopole ?
La question du monopole est naturellement posée lorsqu'un acteur industriel majeur renforce sa présence dans un marché. Mais du point de vue du barman, le débat doit également être replacé dans la réalité de son activité quotidienne.

Avant cette opération, le marché brassicole camerounais était déjà fortement concentré autour de quelques acteurs, notamment SABC, Guinness Cameroon, UCB et Brassaf.
La SABC occupait déjà une position dominante sur le marché. Dès lors, pour les professionnels des débits de boissons, l'enjeu immédiat n'est pas seulement de savoir quelle entreprise détient quelle part de marché.

Notre première préoccupation est de pouvoir vendre.
Nous voulons avoir les produits disponibles, au bon moment et au bon endroit.
Nous voulons pouvoir répondre à la demande de nos clients.
Nous voulons augmenter nos volumes de vente.

Et nous voulons que la croissance de nos activités puisse également se traduire par une amélioration de nos marges et de nos revenus.

Le vrai sujet pour le Barman : la disponibilité
Prenons un exemple simple.
Le barman de notre village, Kepcheu, par Bangou, ne devrait plus avoir à parcourir de longues distances pour rechercher une bouteille ou un casier de Petite Guinness parce que le produit serait moins facilement disponible dans son circuit habituel.
Si demain le réseau de distribution SABC permet à ce même barman d'être approvisionné directement en produits Guinness auprès d'un distributeur agréé proche de son établissement, le gain peut être concret : moins de déplacements, moins de temps perdu, moins de coûts supplémentaires et davantage de disponibilité du produit.

C'est précisément sur ce terrain que le barman attend de voir les effets de cette nouvelle configuration.

Une nouvelle responsabilité pour le Groupe Castel
Cette nouvelle organisation constitue également une responsabilité importante pour le Groupe Castel et pour la SABC

La puissance industrielle et le réseau de distribution doivent désormais se traduire sur le terrain par une meilleure disponibilité des produits, une distribution efficace et un accompagnement adapté des points de vente.

Le barman ne demande pas seulement que les produits existent dans les usines.
Il veut les trouver dans son quartier, dans son village et dans son point de vente.
C'est là que se mesure véritablement l'efficacité d'un réseau de distribution.
Vendre plus pour gagner plus
Pour le professionnel du bar, l'équation est finalement assez simple :
Produit disponible + client satisfait + volume de vente = développement de l'activité.
Une gamme plus large, lorsqu'elle est effectivement disponible dans les points de vente, peut permettre au barman de répondre à davantage de demandes et de développer ses volumes.
Et lorsque les volumes progressent, ce sont aussi les perspectives de revenus liées aux marges commerciales et aux éventuelles ristournes qui peuvent évoluer.

Notre première préoccupation est de pouvoir vendre. Nous voulons avoir les produits disponibles, au bon moment et au bon endroit.

C'est pourquoi La Voix du Barman considère que l'analyse de cette opération doit également intégrer la réalité économique des milliers de professionnels qui vivent quotidiennement de la vente des boissons.

La position de La Voix du Barman et du SYNDEBARCAM
La Voix du Barman et le SYNDEBARCAM considèrent que cette nouvelle configuration peut constituer une opportunité pour le secteur des débits de boissons et des bars au Cameroun, notamment si elle permet d'améliorer durablement l'approvisionnement et la disponibilité des produits Guinness et SABC sur l'ensemble du territoire.

- Notre position est celle d'un secteur qui veut travailler, vendre et se développer.
- Nous voulons des produits disponibles.
- Nous voulons des circuits de distribution efficaces.

Nous voulons des volumes.
Nous voulons une activité commerciale dynamique.
Et surtout, nous voulons que la croissance du marché puisse également profiter à ceux qui sont au cœur de cet écosystème : les barmen et les professionnels des débits de boissons.
Le débat ne doit donc pas seulement porter sur celui qui produit ou celui qui distribue.
Il doit aussi porter sur celui qui vend.
Et celui qui vend, c'est le BARMAN.

LA VOIX DU BARMAN
Le thermomètre de l'activité des bars et débits de boissons au Cameroun.

NOUVELLE ERE POUR LES BOISSONS DU CAMEROUN

Une opération qui a changé le paysage brassicole. Le 14 juillet 2022, Diageo annonçait avoir accepté de vendre Guinness Cameroon SA au Groupe Castel.



L'opération concernait la brasserie Guinness Cameroon SA et prévoyait que Boissons du Cameroun, filiale camerounaise de Castel, reprenne la production et la distribution nationale des produits Guinness au Cameroun dans le cadre d'accords de licence de marque.

Les autorités camerounaises et communautaires de la concurrence ont ensuite approuvé la transaction en mars 2023, permettant sa réalisation.

Diageo indique que la vente de Guinness Cameroon SA a été finalisée en 2023 et que Castel a repris la production et la distribution de Guinness au Cameroun dans le cadre d'un accord de licence et de redevances.

2. DE DIAGEO À CASTEL : QUE S'EST-IL PASSÉ ?

Avant cette opération, Guinness Cameroon SA appartenait au groupe britannique Diageo. Après la transaction, l'activité brassicole camerounaise de Guinness est passée dans l'écosystème du Groupe Castel, à travers Boissons du Cameroun. Cette évolution n'a pas signifié la disparition de la marque Guinness. Au contraire, la marque a continué à être produite et distribuée au Cameroun sous licence.

C'est une distinction importante : le propriétaire industriel de la brasserie a changé, tandis que la marque Guinness a continué son parcours sous licence.

3. UN PLAN D'INVESTISSEMENT IMPORTANT

L'acquisition a été suivie d'un programme d'investissements destiné notamment à moderniser les installations, améliorer les capacités de production et renforcer la disponibilité des produits.
Selon EcoMatin, 45 milliards de FCFA avaient été investis au cours de la première année suivant le rachat, dans le cadre d'un programme annoncé de 200 milliards de FCFA sur cinq ans. Les investissements comprenaient notamment la rénovation d'équipements industriels, des travaux d'infrastructure, des équipements de laboratoire et l'extension de la production sur plusieurs sites. Ces investissements intéressent directement le monde des bars.

Pourquoi ? Parce qu'une capacité industrielle renforcée peut avoir

Pourquoi ? Parce qu'une capacité industrielle renforcée peut avoir des conséquences sur :

- la disponibilité des produits ;
- la régularité de l'approvisionnement ;
- la distribution ;
- la qualité et la constance des produits ;
- le développement des réseaux de distribution ;
- l'activité des points de vente.

4. LE BAR : LE PREMIER OBSERVATOIRE DU MARCHÉ

Pour nous, professionnels des débits de boissons, le marché ne se résume pas aux chiffres des usines. Le véritable thermomètre se trouve aussi dans les bars. Un barman sait immédiatement lorsqu'un produit est disponible ou difficile à trouver. Un tenancier sait lorsqu'une marque est demandée.
Un distributeur sait lorsqu'une référence tourne rapidement.

Et le consommateur sait lorsqu'une bière qu'il apprécie est présente — ou absente — dans son bar habituel. C'est pourquoi LA VOIX DU BARMAN souhaite suivre cette nouvelle étape avec une attention particulière portée au terrain.

6. CE QUE CELA PEUT SIGNIFIER POUR LE SECTEUR

Pour les professionnels des bars et débits de boissons, plusieurs sujets méritent d'être suivis attentivement :

LA DISPONIBILITÉ

La capacité à maintenir l'approvisionnement des points de vente sur l étendue du territoire national restera un enjeu essentiel. La SABC avec le dispositif des usines implantés dans plusieurs régions au Cameroun et avec la capacité de production dans toutes les usines, pourrait contribuer à améliorer la disponibilité du produit Guinness.

LA DISTRIBUTION

L'intégration de deux organisations peut entraîner une évolution des circuits, des méthodes commerciales et de la relation avec les distributeurs. Avec la chaîne des 174 distributeurs agréés SABC rependu sur le triangle national, On peut sans se tromper que le circuit de distribution du produit Guinness se retrouvera également dans les zones les plus reculer du Cameroun.

LES PRODUITS

Guinness reste une marque fortement identifiée par les consommateurs. Son évolution dans l'écosystème Castel sera donc particulièrement observée par les professionnels. Car SABC étant



déjà spécialisé dans la production des boissons hygiéniques, Boissons du Cameroun, brasseur expérimenté saura préserver l'identité de la marque Guinness.

LES EMPLOIS

Les opérations industrielles de cette ampleur ont également une dimension sociale. Le maintien, le développement et la transformation des emplois constituent des indicateurs importants à suivre.

LES INVESTISSEMENTS

La modernisation des outils de production et l'augmentation des capacités peuvent contribuer à transformer durablement le secteur.

7. LE REGARD DU SYNDEBARCAM

Pour le SYNDEBARCAM, cette transformation doit être observée à partir d'une réalité simple : le développement du secteur brassicole doit également profiter à l'ensemble de son écosystème. Les barmen, les tenanciers, les distributeurs et les autres acteurs des débits de boissons sont des partenaires économiques à part entière.
Ils constituent le dernier maillon entre les producteurs et les consommateurs. À ce titre, leur professionnalisation, leur accompagnement et la qualité de leurs conditions d'activité doivent rester au cœur du dialogue entre les industriels et les professionnels du terrain.

8. GUINNESS AU COMPTOIR : UNE IMAGE FORTE

Notre couverture illustre volontairement cette transition par une image simple : une Petite Guinness Cameroon SA servie dans un verre Castel.
Cette image raconte à elle seule une partie de l'histoire.
Une marque historique.
Une nouvelle maison industrielle.
Un nouveau chapitre.
Et surtout, un produit qui continue de rencontrer son public dans les bars camerounais.

NOTRE REGARD

« DU RACHAT À LA NOUVELLE ORGANISATION » L'histoire de Guinness Cameroon SA ne s'est pas arrêtée au changement de propriétaire. Elle continue aujourd'hui avec une nouvelle organisation industrielle et juridique. Pour LA VOIX DU BARMAN, la question essentielle n'est donc pas uniquement de savoir qui possède quoi.
La vraie question est :

QUELLE PLACE POUR LES Barmen, LES DISTRIBUTEURS ET LES POINTS DE VENTE DANS CETTE NOUVELLE ÈRE ?

C'est cette question que notre magazine continuera de poser.

Parce que :
- Derrière chaque bouteille vendue, il y a un professionnel.
- Derrière chaque caisse distribuée, il y a un réseau.

Et derrière chaque comptoir, il y a un entrepreneur qui fait vivre son activité. S'il y a une chose qui demeure authentique, c'est que la bonne affaire a été conclu par le Meilleur sur le marché. LA VOIX DU BARMAN continuera d'être le thermomètre du secteur. Pour un Barman fier de l'être.

Hervé Nana



CREDIT WEEK-END DE GUINNESS CAMEROON AUX CLIENTS DETAILLANTS : VA-T-IL DISPARAITRE ?

Avec l'absorption de Guinness Cameroon par le Groupe Castel, une pratique commerciale vieille de plus de 20 ans se retrouve au cœur des interrogations des barmen. Il y a des pratiques commerciales qui finissent par devenir de véritables institutions dans un secteur.

Au Cameroun, le « Crédit Week-end » accordé aux clients détaillants de Guinness Cameroon en fait partie. Depuis plus de vingt ans, cette pratique accompagne le quotidien de nombreux barmen et exploitants de débits de boissons. Chaque semaine, à l'approche du week-end — généralement dès le jeudi, puis le vendredi et le samedi — certains détaillants savent qu'ils peuvent compter sur une possibilité de prendre des produits Guinness à crédit auprès de leur circuit de distribution, avec un règlement intervenant les jours suivants.

Une souplesse commerciale qui, au fil des années, est devenue pour certains professionnels un véritable outil de fonctionnement. Mais une nouvelle étape se profile. Avec l'absorption annoncée de Guinness Cameroon par le Groupe Castel, représenté au Cameroun par Boissons du Cameroun SA, prise d'effet envisagée au 31 décembre 2026, sous réserve des conditions réglementaires, une question revient de plus en plus dans les conversations des barmen : LE CRÉDIT WEEK-END GUINNESS VA-T-IL DISPARAÎTRE ? La question mérite d'être posée. Et surtout, elle mérite une réponse claire.

UN CRÉDIT QUI N'EST PAS PERÇU COMME UN SIMPLE « CADEAU »

Pour comprendre l'importance de cette pratique, il faut regarder la réalité économique d'un débit de boissons.

Le mécanisme permet au détaillant de disposer d'un volume supplémentaire de produits au moment où la demande est susceptible d'augmenter, puis de commencer à régler sa dette après le week-end.

Le week-end représente, pour de nombreux bars, l'une des périodes les plus importantes de l'activité commerciale.

Les consommations augmentent, les stocks doivent être disponibles, les commandes doivent être anticipées et les besoins de trésorerie deviennent particulièrement importants. Or, tous les barmen ne disposent pas d'une trésorerie suffisamment importante pour financer plusieurs jours d'activité avec leurs propres ressources.

C'est précisément dans ce contexte que le Crédit Week-end prend toute son importance. Le mécanisme permet au détaillant de disposer d'un volume supplémentaire de produits au moment où la demande est susceptible d'augmenter, puis de commencer à régler sa dette après le week-end. Dans la pratique décrite par plusieurs professionnels, le remboursement peut ainsi s'étaler sur le lundi, le mardi, voire le mercredi pour certains retardataires. Autrement dit, le crédit accompagne le cycle réel de l'activité du bar. Il permet au professionnel de vendre avant de payer intégralement son approvisionnement.

DU CRÉDIT À LA TRÉSORERIE DU BAR

C'est ici que se trouve probablement le véritable enjeu. Le Crédit Week-end ne représente pas uniquement une facilité accordée à un client. Pour le barman, il peut constituer une forme de financement à très court terme de son activité commerciale.

Le professionnel reçoit le produit. Il le vend. Il réalise son chiffre d'affaires. Puis il utilise une partie des recettes générées pour régler son fournisseur.

Ce fonctionnement permet de réduire la pression exercée sur une trésorerie déjà sollicitée par de nombreuses charges :

- loyers ;
- salaires et rémunérations du personnel ;
- électricité ;
- eau ;
- transport ;
- taxes et obligations administratives ;
- entretien du bar ;
- approvisionnement complémentaire ;
- dépenses familiales ou personnelles du promoteur ;
- et autres charges liées au fonctionnement quotidien.

Dans un environnement où l'accès au financement bancaire reste difficile pour de nombreux petits exploitants, la relation commerciale avec le fournisseur devient donc un élément important de la gestion de trésorerie. C'est pourquoi la question du maintien ou non du Crédit Week-end dépasse largement le cadre de Guinness. Elle touche directement au modèle économique d'une partie des débits de boissons.

PLUS LE VOLUME EST IMPORTANT, PLUS LE BARMAN PEUT DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ

Il existe également une autre dimension : celle des volumes de vente et des ristournes. Pour de nombreux détaillants, l'augmentation du volume vendu peut avoir une incidence sur les avantages commerciaux ou ristournes auxquels ils peuvent prétendre, selon les mécanismes commerciaux en vigueur. Le Crédit Week-end permet donc potentiellement au détaillant de disposer d'un stock plus important pendant la période de forte activité.

Il peut ainsi vendre davantage. Et lorsqu'il vend davantage, il peut atteindre plus facilement certains objectifs commerciaux. C'est donc tout un mécanisme qui peut s'enchaîner :

crédit → stock disponible → ventes → volume → objectifs commerciaux → ristournes.

Supprimer brutalement l'un des éléments de cette chaîne pourrait donc avoir des conséquences sur les autres.

LA GRANDE INTERROGATION DU 31 DÉCEMBRE 2026

C'est précisément à ce niveau que l'absorption de Guinness Cameroon par le Groupe Castel suscite des interrogations. Que deviendront les pratiques commerciales actuellement appliquées aux détaillants Guinness ? Les procédures vont-elles rester les mêmes ? Seront-elles harmonisées avec celles de Boissons du Cameroun ? Les clients Guinness bénéficieront-ils des mêmes conditions qu'avant ? Le système de crédit sera-t-il maintenu ? Sera-t-il modifié ? Ou disparaîtra-t-il complètement ?
À ce jour, cette interrogation constitue un véritable sujet d'attention pour les professionnels concernés. Et elle mérite d'être clarifiée avant la mise en œuvre effective de la nouvelle organisation.

LES BARMEN DEMANDENT DE LA CONTINUITÉ, PAS DE L'INCERTITUDE

Pour le détaillant, le plus important n'est pas nécessairement de savoir quelle entreprise porte désormais le produit. Ce qui compte, c'est de savoir dans quelles conditions il pourra continuer à travailler.

Le changement d'actionnaire, l'évolution de la structure commerciale, la réorganisation des équipes ou l'intégration des systèmes ne doivent pas créer une rupture brutale dans les habitudes commerciales qui permettent aux bars de fonctionner. Les barmen veulent donc savoir :

Quelles seront leurs nouvelles conditions commerciales ? Cette question concerne notamment :

- les facilités de paiement ;
- les crédits de court terme ;
- les ristournes ;
- les objectifs de vente ;
- les délais de règlement ;
- les conditions de livraison ;
- les dépôts et emballages ;


McCANN
World Cola
World Cola



La Nuit du Barman Acte 07

MAISON TENE
SAVEURS BOTANIQUES AFRICAINES

Présentation officielle des catégories en compétition

- Meilleur Agent de Surface
- Meilleur Voiturier
- Meilleur Agent de Sécurité
- Meilleur(e) Caissier(ère)
- Meilleur(e) Serveur(se) Bar
- Meilleur(e) Serveur(se) Snack-Bar
- Meilleur DJ Mix Bar
- Meilleur DJ Mix Snack-Bar
- Meilleur DJ Atalaku chanteur
- Meilleur DJ Mix Diaspora en exercice dans un CLUB
- Meilleur DJ Mix Evénementiel
- Meilleure DJ Mix au Féminin
- Best Young Manager
- Meilleur DG Snack-Bar
- Meilleur Agent Commercial Snack-Bar
- Meilleur Bar High Tech (avec paiement marchand Mobile Money)
- Meilleur Bar Climatisé avec Cave à Vin
- Meilleur Bar Propre et Beau
- Meilleur Snack-Bar High Tech



Présenté par

RUBER MONACHUS

camtel

FIBER CONNECT

Encore plus de possibilités !

Découvrez nos nouvelles offres fibre

Jusqu'à 50 Mbps !



Internet à très haut débit
+ des minutes d'appel vers les fixes et les mobiles

À partir de **25.000 Fcfa /mois**

www.camtel.cm

camtel



NOUVELLE DISTRIBUTION SABC–GUINNESS
Prise d'effet envisagée au 31 décembre 2026, sous réserve des conditions réglementaires

Le 1er janvier 2027 ne sera pas une date comme les autres dans l'histoire de la distribution des boissons au Cameroun. Avec l'entrée en application de l'absorption de Guinness Cameroon SA par le Groupe Castel, représenté au Cameroun par les Boissons du Cameroun, c'est tout un modèle de distribution qui est appelé à évoluer.

Et derrière les grands mots que sont rachat, absorption ou intégration, une question très simple intéresse particulièrement les acteurs des débits de boissons : Concrètement, qu'est-ce qui va changer pour le barman et le détaillant ? Car sur le terrain, une opération de cette ampleur ne se mesure pas uniquement dans les bureaux des grandes entreprises. Elle se mesure dans la capacité à livrer les produits, à maintenir leur disponibilité, à respecter les circuits commerciaux et surtout à répondre aux attentes du dernier maillon de la chaîne : le débit de boissons.

UNE NOUVELLE LOGIQUE DE DISTRIBUTION

L'une des conséquences les plus visibles de cette nouvelle configuration sera naturellement la convergence des réseaux de distribution. Dans le nouveau schéma, les produits Guinness intégreront le dispositif de distribution des Boissons du Cameroun. Dans le jargon du terrain, cela signifie une chose importante : les produits SABC et Guinness pourront désormais se retrouver dans un même circuit de livraison. On pourrait donc voir davantage de synergies entre les réseaux, avec des distributeurs capables de proposer aux détaillants un portefeuille de produits plus large.

Le barman pourrait ainsi commander, auprès du même interlocuteur, plusieurs références aujourd'hui distribuées par des circuits distincts. Mais attention : intégration ne signifie pas nécessairement bouleversement total.

LES CASIERS : PAS DE RÉVOLUTION EN VUE

Sur ce point, les habitudes devraient rester relativement stables. Le calibrage des casiers demeure un élément important du fonctionnement du marché. Les bouteilles des marques Castel/SABC continuent de s'inscrire dans le système de casiers correspondant aux formats SABC, tandis que les bouteilles Guinness conservent leurs propres configurations de casiers, notamment les formats de 24 et de 12 bouteilles. Autrement dit, l'arrivée de Guinness dans le réseau Castel ne signifie pas automatiquement que tous les conditionnements vont être uniformisés. Pour le barman, c'est un détail qui n'en est pas un.

Le casier constitue une véritable unité de travail dans un débit de boissons : achat, stockage, retour des vides, gestion des consignes et rotation des produits en dépendent directement.

PRIX DE LA PETITE GUINNESS, PRIX DE L'ORIJIN : LE MARCHÉ RESTE ATTENTIF

Autre sujet qui intéresse directement les détaillants : les prix. À ce stade, l'absorption ne signifie pas mécaniquement une modification du prix de vente de la Petite Guinness ou de l'ORIJIN.

Le barman veut surtout savoir si l'intégration industrielle et commerciale entraînera, à terme, une modification des conditions auxquelles il achète ses produits. Car pour un débit de boissons, quelques



dizaines de francs de différence sur le prix d'achat peuvent rapidement devenir significatives lorsque les volumes sont importants. Le véritable enjeu sera donc moins le changement de propriétaire que la stabilité et la lisibilité des conditions commerciales proposées aux détaillants.

FAUT-IL S'ATTENDRE À UN GRAND REMPLACEMENT DES DISTRIBUTEURS ?

Voilà une autre question qui circule déjà dans les bars. La réponse semble être : pas nécessairement. Dans les grandes métropoles notamment, de nombreux distributeurs disposent déjà d'une implantation solide, d'une clientèle et d'une connaissance précise de leur zone. L'intégration des réseaux ne signifie donc pas automatiquement que tous les distributeurs actuels seront remplacés. Le principe devrait davantage reposer sur la capacité réelle du distributeur à assurer correctement sa mission. Et c'est ici que l'expérience du terrain devient particulièrement intéressante.

LE CAS MASTER FOOD : QUAND LA PERFORMANCE CHANGE LA DONNE

Prenons l'exemple de la zone Bassa. Cette zone était auparavant couverte par le distributeur agréé Guinness Cameroon SA JDDS. À la suite de difficultés constatées dans la couverture et le service de la zone, celle-ci a finalement été confiée à MASTER FOOD. Aujourd'hui, MASTER FOOD assure la distribution des produits SABC et Guinness dans cette zone. Selon les témoignages recueillis auprès de détaillants de la zone, cette nouvelle organisation est appréciée pour sa capacité à assurer la disponibilité des produits et la qualité du service.

Cette expérience montre surtout une chose : dans la nouvelle configuration, le distributeur devra être jugé sur sa capacité à servir efficacement le détaillant.

Le nom du distributeur compte. Mais sa capacité à livrer régulièrement, à répondre aux commandes, à respecter sa zone et à maintenir une bonne relation commerciale avec les bars compte encore davantage.

LA VÉRITABLE RÉVOLUTION POURRAIT ÊTRE DANS LES ZONES PÉRIPHÉRIQUES

C'est peut-être ici que l'intégration des réseaux SABC et Guinness pourrait produire l'un de ses effets les plus visibles. Dans certaines zones rurales, villages et arrondissements éloignés des grandes métropoles, les produits Guinness ont parfois été moins faciles à obtenir que certaines références SABC. Avec un réseau de distribution élargi et davantage de synergies entre les circuits, ces zones pourraient bénéficier d'une meilleure accessibilité aux produits Guinness.

Imaginons un détaillant dans le Moungo.
Demain, le même circuit qui permet d'acheminer l'EXPORT, le Booster ou d'autres références SABC pourrait également faciliter l'approvisionnement en Petite Guinness ou en Guinness Ice.

Le consommateur de Bouroukou, dans le Moungo, pourrait ainsi avoir accès à une gamme plus large de produits sans que son détaillant ait nécessairement à dépendre d'un circuit distinct. C'est là que la nouvelle distribution pourrait prendre tout son sens. Mais cette promesse ne pourra devenir une réalité que si deux conditions sont réunies : la disponibilité des produits et la régularité de l'approvisionnement.

ET MAINTENANT, LA QUESTION QUI FÂCHE... OU QUI INTERPELLE !

Il existe cependant un sujet sur lequel les détaillants attendent des clarifications.

Il s'agit de la consigne des casiers. Aujourd'hui, les montants communément pratiqués diffèrent entre les deux réseaux : le casier SABC est annoncé à 3 600 FCFA, tandis que celui de Guinness Cameroon SA est annoncé à 3 000 FCFA. Avec l'intégration des deux réseaux, une question devient donc incontournable : Qu'adviendra-t-il demain de ces différences de consigne ? Faudra-t-il harmoniser les montants ?

Si oui : Toutes les consignes passeront-elles à 3 600 FCFA ?
Ou, à l'inverse : le montant sera-t-il ramené à 3 000 FCFA ?
Ou bien les deux systèmes continueront-ils simplement à coexister ?

Pour le barman, ce n'est pas une question secondaire.
La consigne représente de l'argent immobilisé dans le circuit commercial. Elle intervient dans la gestion quotidienne des casiers, des retours et de la trésorerie du débit de boissons.

LE MOT DE LA FIN : LE BARMAN VEUT DE LA CLARTÉ

Au fond, le secteur des débits de boissons ne demande pas l'impossible. L'absorption de Guinness Cameroon SA par le Groupe Castel ouvre une nouvelle page. Mais cette nouvelle page ne sera véritablement réussie que si elle améliore le quotidien de ceux qui font vivre les marques sur le terrain : les distributeurs, les détaillants et les barmen. Le 1er janvier 2027 marquera donc le début d'une nouvelle organisation. Reste maintenant à savoir comment cette organisation sera concrètement déployée dans les différentes régions du Cameroun.

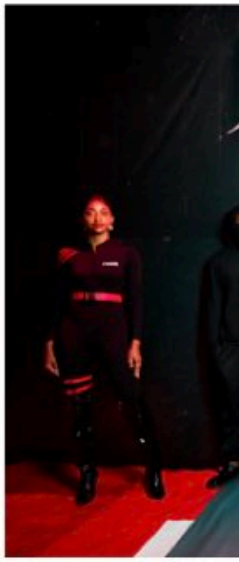
Et sur ce point, LA VOIX DU BARMAN continuera de poser les questions qui intéressent directement le terrain. Car une chose est certaine : une grande transformation industrielle ne peut être pleinement réussie que lorsqu'elle se traduit par une amélioration visible dans le dernier maillon de la chaîne : le débit de boissons.

Le Barman en Chef
Hervé NANA



Il y a des boissons que l'on consomme... et il y a des marques qui portent une énergie. Avec l'arrivée de FEROX sur le marché camerounais, Boissons du Cameroun, filiale du Groupe Castel, enrichit son portefeuille avec une marque qui entend bien faire parler d'elle.





FEROX-NEVER STOP FRANCIS NGANNOU

Monsieur Gregory Clerc, Directeur Général du Groupe Castel a fait le déplacement. , donnant à cette nouvelle marque une dimension particulière. À la tête de Boissons du Cameroun, Monsieur Stéphane Descazeaud accompagne cette dynamique et l'ambition de proposer aux consommateurs camerounais de nouvelles expériences autour de ses marques. Mais FEROX ne veut pas simplement être une boisson de plus.

FEROX, c'est un état d'esprit.
Parce que le monde appartient à ceux qui avancent.
À ceux qui osent.
À ceux qui entreprennent.
À ceux qui tombent dix fois et trouvent encore la force de se relever une onzième fois.

Et cette énergie, nous la connaissons bien au Cameroun. Elle est dans nos rues, dans nos quartiers, dans nos entreprises, dans nos bars, dans nos rêves et dans cette volonté permanente de transformer les difficultés en opportunités.

Le Cameroun est une terre d'énergie, de caractère et de talents. Cette énergie a désormais un nom : FEROX ! Et un mot d'ordre : NEVER STOP ! Ne jamais s'arrêter. Continuer lorsque certains pensent que tout est terminé. Croire encore lorsqu'on vous demande de renoncer. Se relever lorsqu'on vient de tomber. Repousser ses propres limites et aller chercher cette énergie supplémentaire que l'on croyait ne plus avoir. C'est exactement cette philosophie que symbolise l'ambassadeur choisi pour porter FEROX : Francis Ngannou.

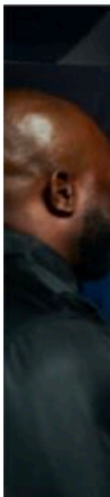
Des collines de Batié aux grandes scènes internationales, son parcours raconte une histoire de courage, de persévérance et de dépassement de soi. MMA, PFL, boxe anglaise... le Predator a traversé les obstacles pour atteindre les sommets. Son histoire résonne naturellement avec le message de FEROX : NEVER STOP. Alors maintenant, parlons de la chose la plus importante...Et si vous goûtiez enfin cette énergie ?

FEROX est là.
FEROX se découvre.
FEROX se déguste.

À vous maintenant de faire votre expérience.
Au prochain passage dans votre bar ou votre point de vente, ne vous contentez pas de regarder la bouteille. Prenez-la. Ouvrez-la. Goûtez-la. Et dites-nous ce que vous en pensez.
Parce qu'une nouvelle énergie vient d'entrer dans le game.
FEROX — NEVER STOP. Soyez FEROX sur le terrain.

Hervé Nana
Le Barman en Chef



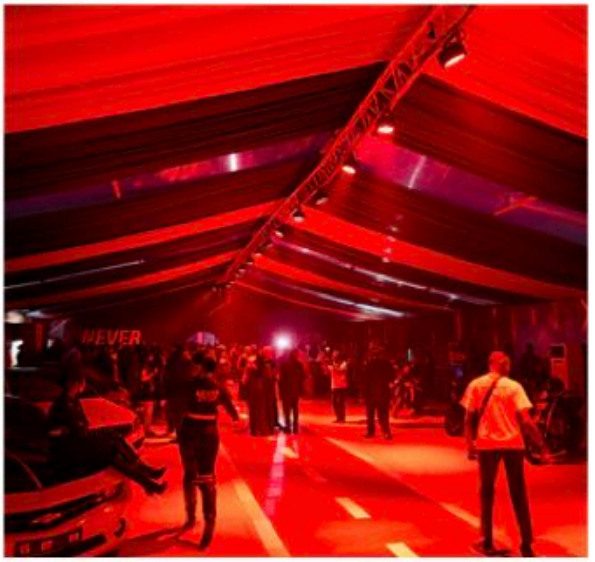



NEVER
NEVER







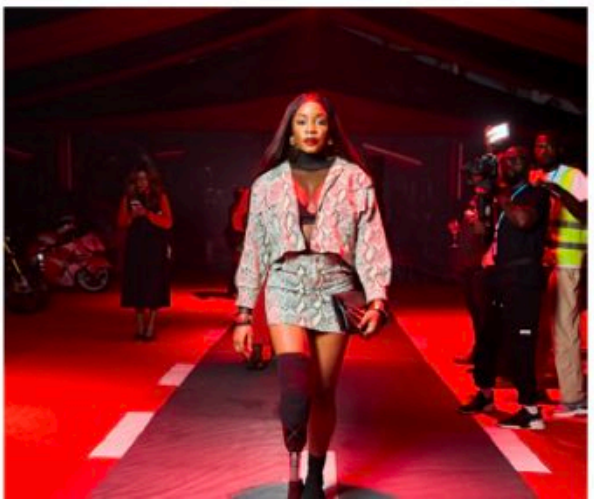

NEVER



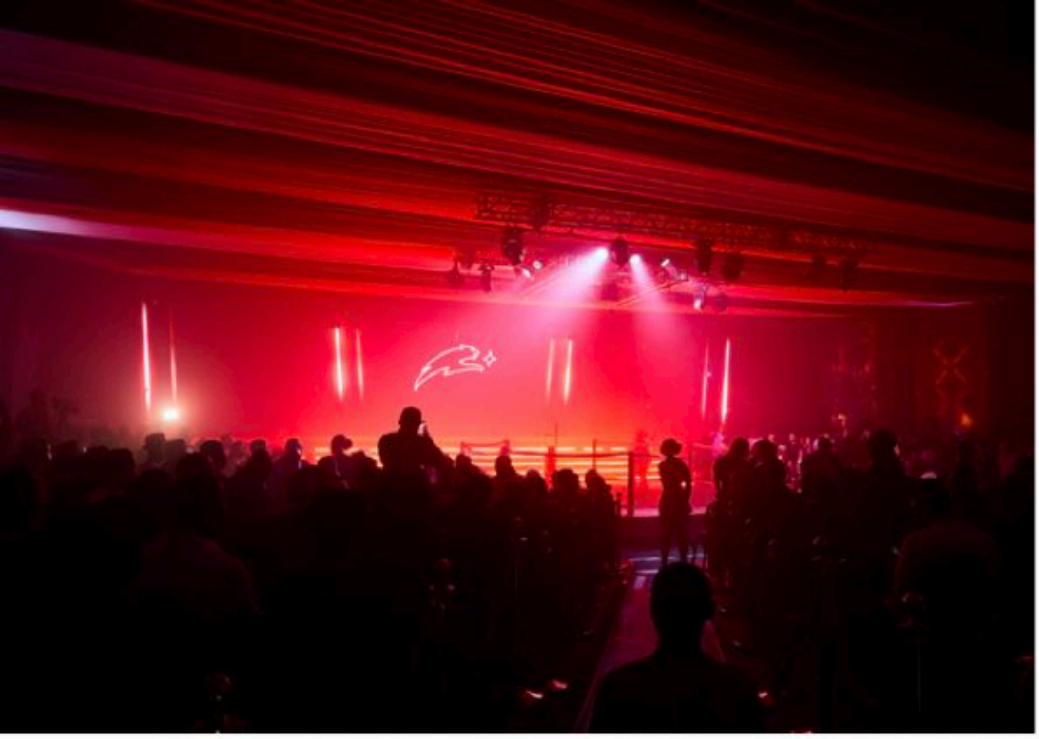














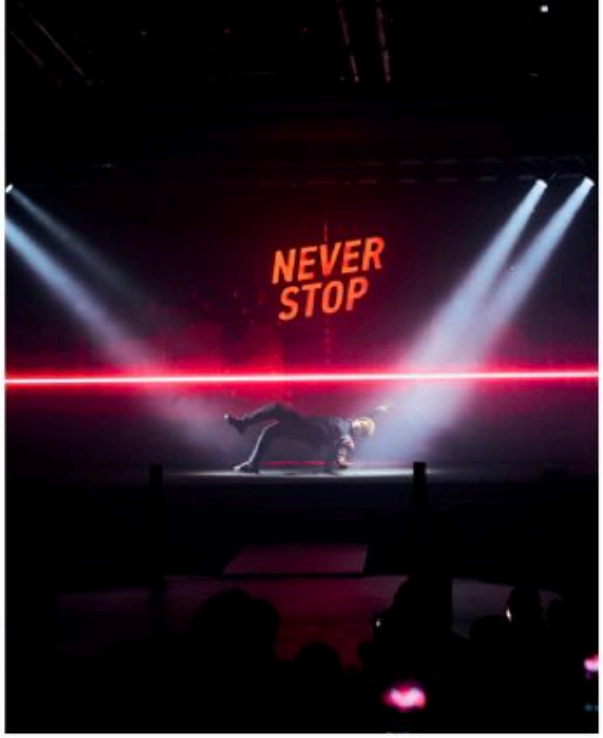





N E V E





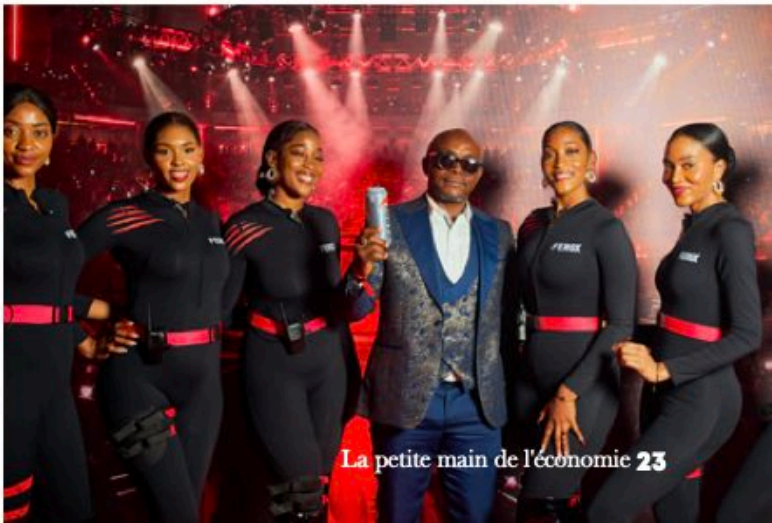

NEVER
STOP













CONSOMMATION INTERDITE AUX MOINS DE 21 ANS - A CONSOMMER AVEC MODÉRATION

PAROLE AUX BARMEN

Guinness Cameroon × Groupe Castel : quelles attentes des barmen pour cette nouvelle ère ?



1- Depuis l'annonce du rachat-absorption de Guinness Cameroon par le Groupe Castel à travers les SABC, comment accueillez-vous personnellement cette nouvelle étape dans l'écosystème des débits de boissons et bars au Cameroun ?

Njonda : Mauvaise, parce que la distribution est non cohérente

2. Êtes-vous favorable, défavorable ou sans opinion arrêtée concernant cette opération ? Pourquoi ?

Njonda : c'est défavorable parce que les ristournes des deux côtés ne sont pas équilibrées

3. Pour vous, quels pourraient être les principaux avantages de cette intégration pour les barmen et les clients détaillants ?
Njonda : pas d'avantage

4. À l'inverse, quelles sont vos principales inquiétudes ou craintes concernant cette nouvelle organisation ?

Njonda : Veillez demander aux vendeurs de mettre les cassiers Guinness avec les casiers Brasseries pour le même distributeur, revoir les prix d'emballages différents.

5. Le Crédit Week-end Guinness existe depuis de nombreuses années et constitue, pour certains détaillants, une facilité importante de trésorerie. Souhaitez-vous son maintien après l'intégration ? Souhaitez-vous qu'il soit amélioré ou étendu à d'autres produits ?

Njonda : Le crédit week que ça donne le mercredi ou le jeudi c'est mieux parce que ça se paye le lundi pareille pour d'autres produits.

6. En matière de ristournes et de conditions commerciales, qu'attendez-vous concrètement de la nouvelle organisation ? Souhaitez-vous davantage de transparence dans le calcul et le suivi de vos ristournes ?

Njonda : réorganisation des montants des ristournes a 500fr le cassier de 12 bouteilles. Et le double pour la petite Guinness (1000frs). Oui, dès que le trimestre fini il faudrait que la transmission des ristournes vont aussi tôt nous observons aussi beaucoup de retard après le trimestre nous attendons avec beaucoup de retard pour entrer dans nos dû. Oui, transparence et suivi oblige

7. Si un nouveau système de facturation devait être mis en place, quelles fonctionnalités souhaiteriez-vous avoir comme client détaillant ? Par exemple : suivi des achats, ristournes cumulées, objectifs de vente, crédits en cours, historique des commandes, etc.
Njonda : mettre à notre disposition des clients des factures non effaçable avec des encres appropriées.

8. Concernant les distributeurs et livreurs, quelles améliorations souhaiteriez-vous voir dans votre relation quotidienne avec eux : disponibilité des produits, délais de livraison, accompagnement commercial, écoute des problèmes du terrain, gestion des commandes... ?

Njonda : l'amélioration des goûts accompagnement commerciales (Gadgets publicitaires) suppression de la DN gestions des commandes en livrant ce que le client veut.

9. Si vous aviez trois demandes prioritaires à adresser aux dirigeants de Boissons du Cameroun pour accompagner cette nouvelle ère, quelles seraient-elles ?

Njonda :
1) Réunion client
2) Fusion Guinness, Brasserie chez le même distributeur
3) Crédit au client selon son chiffre d'affaire

10. Enfin, quel message souhaitez-vous adresser aux dirigeants de Boissons du Cameroun et du Groupe Castel au nom des barmen et détaillants camerounais à l'aube de cette nouvelle étape ?

Njonda : le respect envers les clients (formations des agents commerciaux et ceux qui travailles dans le camions comme un bon étique sans oublier les manutentionnaires qui sont derrière les camions).

11. « Si vous pouviez décider aujourd'hui d'une seule chose à conserver absolument de l'ancien système Guinness et d'une seule chose à améliorer avec les SABC, lesquelles choisiriez-vous ? »

Njonda : Guinness et brasserie avant était bon parce que on n'imposait pas la commande il y'avait un système de précommande sur le terrain avant livraison chacun trouvait son compte et la recommandation payement ristourne par chèque comme auparavant.

PAROLE AUX BARMEN

NYANDZE Emmanuel, Président Régional OUEST



1- Depuis l'annonce du rachat-absorption de Guinness Cameroon par le Groupe Castel à travers les SABC, comment accueillez-vous personnellement cette nouvelle étape dans l'écosystème des débits de boissons et bars au Cameroun ?

C'est avec Beaucoup de satisfaction que moi personnellement j'ai accueilli cette annonce,car le monde de l'industrie se développe chaque jour,il faut s'imposer pour gagner une grande part du marché.

2. Êtes-vous favorable, défavorable ou sans opinion arrêtée concernant cette opération ? Pourquoi ?

Je reste favorable à cette fusion tout simplement,car ses deux SOCIÉTÉS mises ensemble permettra aux BARMAN que je suis de réaliser mes performances,en restant confiant sur la qualité des produits offerts par cette nouvelle organisation.

3. Pour vous, quels pourraient être les principaux avantages de cette intégration pour les barmen et les clients détaillants ?

Les avantages sont nombreux :
Tous les produits vont être disponible,par exemple 2 en 1 en une seule livraison. Le barman ne pourra plus discuter avec son client par rapport à la distinction sur la qualité de la bouteille lors d'une vente à emporter. Les crédits weekend seront assurés en un seul clic.

4. À l'inverse, quelles sont vos principales inquiétudes ou craintes concernant cette nouvelle organisation ?

Si craintes il peut avoir, c'est tout simplement qu'on peut encore imposer aux Exploitants des Débits de Boissons une autre augmentation sur le prix de bière. La crainte que cette fusion ne soit que de la poudre aux yeux des barmen alors que chaque société continue de produire de son côté. La peur que la qualité et le goût des produits GUINNESS ne change ou que certains produits ne disparaissent. Les produits GUINNESS coûtent très chère, mieux les ramener tous au casier de 12

5. Le Crédit Week-end Guinness existe depuis de nombreuses années et constitue, pour certains détaillants, une facilité importante de trésorerie. Souhaitez-vous son maintien après l'intégration ? Souhaitez-vous qu'il soit amélioré ou étendu à d'autres produits ?

Concernant les Crédits WEEKEND, c'est vrai que ça existent depuis de nombreuses années ce n'est donc pas tous les clients qui sont informés qu'ils peuvent en bénéficier, avec cette fusion les Distributeurs vont élargir la communication pour qu'elle atteigne tous les clients.

6. En matière de ristournes et de conditions commerciales, qu'attendez-vous concrètement de la nouvelle organisation ? Souhaitez-vous davantage de transparence dans le calcul et le suivi de vos ristournes ?

6- En matière de calcul des Ristournes,il est vrai que jusqu'ici on n'est pas toujours sortie de l'auberge avec les plaintes chaque fois sur la fiabilité et s'accorder sur les montants,je crois que avec l'absorption de GUINNESS les méthodes de facturations vont changer parce que jusqu'à présent elle est toujours manuscrite et au moment des paiements des ristournes le barman est victime des mauvais calculs d'où des revendications à tout moment et s'installe la crise de confiance.

Il n'y pas toujours de transparence,tout les barmen en savent, c'est le barman qui paie toujours le lourd tribut dans cette affaire.

7. Si un nouveau système de facturation devait être mis en place, quelles fonctionnalités souhaiteriez-vous avoir comme client détaillant ? Par exemple : suivi des achats, ristournes cumulées, objectifs de vente, crédits en cours, historique des commandes, etc.

Pour résumer cette question,je pense que les facturations doivent se faire selon la méthode E-Leader, Ristournes cumulées,pas seulement sur 2 achats,mais en continue sur l'achat suivant jusqu'à la fin du mois du dernier trimestre.

8. Concernant les distributeurs et livreurs, quelles améliorations souhaiteriez-vous voir dans votre relation quotidienne avec eux : disponibilité des produits, délais de livraison, accompagnement commercial, écoute des problèmes du terrain, gestion des commandes... ?

Concernant les Distributeurs et les Livreurs, ils doivent permettre une très bonne collaboration pour réduire les excès de plaintes,les chefs de Secteurs doivent faire bien leurs travail, être présent sur le terrain,visiter tous les clients et non seulement quelques uns,il y a un manque de suivis et du respect des catégories lors des lancements des compétitions et des programmes objectifs,

Il faut noter les bienfaits du système de précommande,mais les Distributeurs doivent Publier au quotidien la liste des produits disponibles. Les responsables commerciaux doivent récupérer régulièrement les produits hors normes et les changer aussitôt sans que cela ne transite obligatoirement par les vendeurs.

9. Si vous aviez trois demandes prioritaires à adresser aux dirigeants de Boissons du Cameroun pour accompagner cette nouvelle ère, quelles seraient-elles ?

Les 3 demandes à formuler sont les suivantes :
- Ramener les casiers de 24,15 à 12
- Respecter les principes et les conditions de livraison et les calculs de la ristourne.
- Augmenter le Bénéfice par casier vendu et revoir la ristourne à la hausse.

10. Enfin, quel message souhaitez-vous adresser aux dirigeants de Boissons du Cameroun et du Groupe Castel au nom des barmen et détaillants camerounais à l'aube de cette nouvelle étape ?

Un seul message, à travers cette fusion il faudrait que le barman puisse trouver son compte,le barman doit vivre de son activité déjà qu'il est une proie pour certaines personnes bien connus.

REPUBLIQUE DU CAMEROUN
Paix- Travail- Patrie

MINISTERE DE LA DECENTRALISATION
ET DU DEVELOPPEMENT LOCAL

SECRETARIAT GENERAL

DIVISION DES AFFAIRES JURIDIQUES

REPUBLIC OF CAMEROON
Peace-Work-Fatherland

MINISTRY OF DECENTRALIZATION
AND LOCAL DEVELOPMENT

SECRETARIAT GENERAL

LEGAL AFFAIRS DIVISION

0000002684

N°_____/L/MINDDEVEL/SG/DAJ/CRC/CEA1

Yaoundé, le 03 JUN 2026

Le Ministre
The Minister

À
Monsieur le Président National du Syndicat National des Débits de Boissons et Bars du Cameroun
Tel : 698 312 034 / 677 828 349
- DOUALA -

Objet : Demande d'éclairage sur la taxe relative à l'occupation anarchique de la voie publique.-

Monsieur le Président National,

Comme suite à votre correspondance du 14 avril 2026, relative à l'objet repris en marge,

J'ai l'honneur de vous faire connaitre que la taxe sur l'occupation temporaire de la voie publique a été supprimée par la loi n°2024/020 du 23 décembre 2024 portant fiscalité locale, qui n'a pas institué un prélèvement similaire. En conséquence, la taxe dite d'occupation anarchique de la voie publique n'a aucun fondement légal.

En outre, les contribuables exerçant dans le secteur commercial (dont les exploitants des débits de boissons), réalisant un chiffre d'affaires annuel hors taxe inférieur à 50 000 000 de francs CFA, sont soumis au régime de l'Impôt Général Synthétique conformément aux dispositions de la loi susvisée.

Veuillez croire, **Monsieur le Président National**, à l'assurance de ma parfaite considération./-

Georges ELANGA OBAM

PAROLE AUX BARMEN

Christ Joël Lance « Mon Combi, du bénéfice sûr, sûr ! » : une innovation qui change la donne pour les bars

À Douala 5□, un distributeur agréé Guinness Cameroon SA mise sur l'accompagnement commercial, la croissance des ventes et la formalisation des débits de boissons. Une initiative qui pourrait inspirer tout un secteur.





L'une des particularités de cette initiative réside dans sa volonté de ne pas limiter l'accompagnement à la seule activité commerciale.

DOUALA — Et si le développement d'un bar ne dépendait plus uniquement de sa capacité à vendre, mais aussi de l'accompagnement dont bénéficie son promoteur ? C'est le pari que fait Christ Joël, distributeur agréé Guinness Cameroon SA , à travers son concept innovant : « MON KOMBI, DU BÉNÉFICE SÛR, SÛR ! »

Déployé dans les zones de Bépanda, Grand Moulin, Carrefour Agip, Omnisports et Bessengué, dans l'arrondissement de Douala 5, ce programme entend offrir aux détaillants un accompagnement de proximité pour développer leurs chiffres d'affaires, améliorer leurs performances commerciales et progresser vers la formalisation de leurs activités.

UN KOMBI AU SERVICE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE

Le concept repose sur une approche de terrain, dynamique et accessible. Un tricycle aux couleurs du programme, identifiable et mobilisé par une équipe dédiée au développement du marché, sillonne les quartiers concernés à la recherche de nouveaux points de vente susceptibles d'intégrer le dispositif. L'objectif est clair : rapprocher les produits, les opportunités commerciales et les conseils utiles des barmen et des promoteurs de bars, afin de leur permettre de mieux exploiter leur potentiel de vente. Une fois intégré au programme « CHRIST JOËL, MON KOMBI, DU BÉNÉFICE SÛR, SÛR ! », le détaillant bénéficie d'un suivi de ses achats de produits Guinness Cameroon SA , ainsi que d'informations et de conseils destinés à améliorer la gestion de son activité.

Le programme mise également sur des challenges commerciaux qui encouragent les points de vente à accroître leurs volumes de vente et à améliorer progressivement leurs résultats.L'ambition est de transformer chaque point de vente en une véritable opportunité de croissance.

DE LA VENTE À LA FORMALISATION : UN ACCOMPAGNEMENT QUI VA PLUS LOIN

L'une des particularités de cette initiative réside dans sa volonté de ne pas limiter l'accompagnement à la seule activité commerciale. En effet, le programme prévoit également d'aider progressivement les détaillants à sortir de l'informel, en les accompagnant dans la constitution de leurs dossiers administratifs, selon leur évolution et les objectifs atteints.

Parmi les documents concernés figurent notamment :
- La licence d'exploitation du débit de boissons, conformément aux exigences applicables ;
- Le Numéro d'Identifiant Unique (NIU) ;
- L'Attestation de Conformité Fiscale (ACF), sous réserve du respect des conditions requises.

Cette démarche traduit une vision plus large du développement du secteur : permettre aux barmen de renforcer leurs activités, tout en les encourageant à se conformer progressivement aux obligations administratives et fiscales. Car un bar qui grandit doit aussi se donner les moyens de consolider son avenir.

DES PERSPECTIVES NOUVELLES POUR LES DÉTAILLANTS EN RÈGLE

La formalisation peut ouvrir la voie à de nouvelles opportunités commerciales et administratives. Selon les conditions applicables et les politiques commerciales en vigueur, les détaillants remplissant les critères requis peuvent notamment accéder à des dispositifs de crédit commercial, comme le crédit de stock pour le week-end, ainsi qu'à certains avantages liés à leur situation fiscale. L'accès à des ristournes, à des rabais ou à des dispositifs d'accompagnement fiscal dépend toutefois des accords commerciaux, du régime fiscal du contribuable et, le cas échéant, de son appartenance à un Centre de Gestion Agréé (CGA), conformément à la réglementation en vigueur. Le message est donc essentiel : la formalisation ne doit pas être perçue uniquement comme une contrainte, mais aussi comme un levier potentiel de développement et de crédibilité professionnelle.

UNE INITIATIVE À ENCOURAGER DANS L'ÉCOSYSTÈME DES DÉBITS DE BOISSONS

Dans un secteur où de nombreux petits exploitants cherchent encore les moyens de structurer et de faire grandir leurs activités, l'approche de Christ Joël mérite une attention particulière. En associant proximité commerciale, challenges de vente et accompagnement administratif, le concept « MON KOMBI, DU BÉNÉFICE SÛR, SÛR ! » propose une démarche qui place le détaillant au cœur de la stratégie de développement. L'initiative pourrait également inspirer d'autres distributeurs agréés Guinness Cameroon SA et, plus largement, les acteurs de la distribution des boissons, afin de favoriser des relations commerciales plus structurées et un développement durable des points de vente. Pour que cette dynamique produise des résultats durables, elle devra naturellement s'appuyer sur un suivi transparent, des objectifs réalistes et un accompagnement adapté aux capacités de chaque exploitant.

LE BARMAN DOIT GRANDIR AVEC SON ACTIVITÉ !

Au-delà de son slogan accrocheur, « MON KOMBI, DU BÉNÉFICE SÛR, SÛR ! » pose une question fondamentale pour l'avenir de notre secteur : comment faire en sorte que la croissance du marché profite également aux femmes et aux hommes qui font vivre les bars au quotidien ? La réponse passe notamment par la formation, l'accompagnement, la professionnalisation et la création d'opportunités accessibles aux petits exploitants.
C'est pourquoi les autres distributeurs agréés sont invités à observer cette expérience et à envisager, eux aussi, des initiatives adaptées aux réalités du terrain.

Car le développement du secteur des débits de boissons ne se mesure pas uniquement au nombre de casiers vendus, mais également à la capacité des acteurs à bâtir des entreprises plus solides, plus crédibles et plus durables.

Le Barman en chef
LA VOIX DU BARMAN — Le bar et la brasserie ont leur thermomètre.















RAFRAÎCHIR
6°C
GUINNESS
FOREIGN EXTRA
STOUT
INCLINER
45°
SERVIR
LE SERVICE
PARFAIT POUR UN GOÛT
VIF ET ÉQUILIBRÉ
BLACK
BRILLE
DANS TOUT
A CONSOMMER
AVEC MODERATION
www.drinkiq.com
21+
NE PAS TRANSFÉRER AUX PERSONNES ÂGÉES DE MOINS DE 21 ANS

NOUVELLE
BOISSON ÉNERGISANTE

FEROX
ENERGY



FRANCIS NGANNOU

NEVER STOP



McCANN

Boissons du Cameroun