



**TOGETHER**  
*for a sustainable future*

## OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50<sup>th</sup> anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



**TOGETHER**  
*for a sustainable future*

## DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

## FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

## CONTACT

Please contact [publications@unido.org](mailto:publications@unido.org) for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at [www.unido.org](http://www.unido.org)

19416

**M I S S I O N**

**DU 17.11. AU 2.12.1991**

**F I C A C 91**

**Damien Akouété Tété EKLU-NATEY**

**Vincent PHALIPPOU**

## TABLE DES MATIERES

I	Les objectifs de la mission	p. 1
II	Le déroulement matériel de la mission	
A/	L'organisation matérielle du Forum	
B/	L'organisation des rencontres promoteur-partenaire	
III	Les résultats du Forum	
III.1	Les promoteurs ONUDI	
A/	Les présents	
B/	Les absents	p. 2
C/	Les contacts pris	
III.2	Les autres promoteurs contactés au Forum	
III.3	Résultat global	
IV	Analyse des résultats	
A/	Projets mal préparés et mal présentés	
B/	Insuffisance de fonds propres chez les promoteurs africains	
C/	Peu de projets Sud-Sud	
D/	Pas de promoteurs européens	p. 5
V	Les suggestions	
V.1	Pour une meilleure préparation des projets à présenter au Forum	
A/	Prévoir une période de préparation de 12 mois	
B/	Appliquer la procédure ONUDI en matière d'investissement	
C/	Organiser des contacts entre promoteurs et partenaires potentiels	
V.2	Pour remédier à l'insuffisance des fonds propres	p. 6
V.3	Pour remédier à l'inadéquation technologique des équipements	
V.4	Pour favoriser les projets Sud-Sud	
V.5	Pour favoriser les projets de promoteurs européens	
VI	Le suivi proposé	p. 7
Annexe I	Liste des promoteurs ONUDI présents à Libreville.	
" II	Même liste, par pays et par secteur.	
" III	Liste des "autres" promoteurs en contact avec l'ONUDI à Libreville.	
" IV	Même liste, par pays et par secteur.	
" V	contacts des promoteurs ONUDI au Forum 91.	
" VI	Liste des promoteurs, ONUDI ou "autres", contactés à Libreville, par pays et par secteur.	
" VII	Promoteurs ONUDI, Fiches projet.	
" VIII	"Autres" promoteurs. Fiches projet.	
" IX	L'avancement du projet et son influence sur la négociation de partenariat.	



- 2 Camerounais,
  - \* Pahmi Zachée, jus de banane;
  - \* Félix Assiga, exploitation forestière;
- 1 Tchadien, Manufacture du Vêtement, confection;
- 1 Centre-Africain, Tubes SARL, menuiserie.

Il y avait donc:

- 2 projets dans le bois/menuiserie,
- 2 " l'agro-alimentaire,
- 2 " le textile,
- 1 " le matériel électrique
- 1 " les dérivés chimiques.

Voir la liste des promoteurs ONUDI en Annexe I et leur ventilation par pays et secteur en Annexe II. Par ailleurs, chaque promoteur fait l'objet d'une fiche. Ces fiches sont réunies en Annexe VII.

B/ Les absents:

- 3 Zairois (la situation politique et les problèmes de transport qu'elle entraîne expliquent cela),
- 2 Angolais,
- 1 Sao-toméen,
- 1 Burundais (excusé).

C/ Les contacts pris:

- 14 contacts ont été pris, soit environ 2 par promoteur; il s'agit de contacts sérieux, pouvant effectivement déboucher sur un partenariat et pour lesquels l'ONUDI est intervenue; d'autres ont pu avoir lieu, sans qu'ils soient identifiés par l'ONUDI;
- 2 ont abouti à une lettre d'intention;
- 1 va conduire à un contrat d'approvisionnement;
- 5 sont à suivre;
- 6 se sont révélés négatifs.

Les contacts positifs ou à suivre représentent 57 %.

D/ Projets suffisamment avancés pour permettre de remplir un profil d'investissement: 8 sur 8

### III.2 Les autres promoteurs ont été contactés (voir leur liste en Annexe III).

A/ 9 promoteurs ont été contactés (voir leur liste en Annexe III).

B/ 3 promoteurs paraissent avancés dans leur projet

- Somar, Sao Tomé, expansion d'une unité d'armement naval;
- Sagrifco, Congo, projet de production d'huile de soja;
- Gécalim, Congo, expansion d'une unité de production de confiture.

Les deux derniers ont eu des contacts en vue d'un partenariat, avec intervention ONUDI. Une lettre d'intention pourrait être signée rapidement par Sagrifco.

C/ Les 9 promoteurs vont remplir un profil d'investissement.

D/ Projets par pays (voir Annexe IV)

-	Cameroun,	1		
-	Congo,	2		
-	Gabon,	4		
-	Guinée Eq.	1		
-	Sao Tomé	1	Total:	9

E/ Projets par secteur (voir Annexe IV)

-	bois/menuiserie	1		
-	matériaux construction	2		
-	agro-alimentaire	5		
-	transport maritime	1	Total:	9

### III.3 Résultat global (promoteurs ONUDI et autres promoteurs)

		Promoteurs ONUDI	Autres promoteurs	Total
I	Lettres d'intention signées	2	-	2
II	Lettre d'intention proche de la signature <sup>3</sup>	-	1	1
III	Contacts d'appro en bonne voie	1	-	1
IV	Contacts à suivre en vue partenariat	5	2	7
V	Conctats positifs ou à suivre (I+II+III+IV)	8	3	11
VI	Contacts négatifs	6	-	6
VII	<b>TOTAL général (V+VI)</b>	<b>14</b>	<b>3</b>	<b>17</b>

Voir, en Annexe V, la liste récapitulative des 17 promoteurs avec lesquels l'ONUDI a été en contact au Forum, par pays et par secteur, et, en Annexe VI, la liste des contacts, au Forum, des promoteurs ONUDI.

#### IV Analyse des résultats

Deux faits saillants:

- un absentéisme important (si l'on met à part les promoteurs Zairois, qui peuvent invoquer la force majeure, il y a 4 promoteurs ONUDI absent sur 15, soit 27 %);
- peu de projets débouchent sur des négociations de partenariat.

Devant ces mauvais résultats, on peut apporter 5 applications.

**A/ Projets mal préparés et mal présentés**

Souvent, les promoteurs ne disposent pas sur place des données de base de l'étude qu'ils disent avoir faire. Il n'est pas rare que des éléments fondamentaux n'aient pas été vus: pas d'étude de goût pour un produit nouveau, ignorance des prix pratiqués par la concurrence, ignorance de l'ampleur du marché concerné; aucun contact préalable avec des partenaires potentiels ni avec des institutions financières; peu de recherches techniques personnelles.

Sur l'échantillon dont nous disposons, on s'aperçoit que lorsque les critères fondamentaux, susceptibles de rassurer un partenaire éventuel sont réunis, à savoir:

- certitude de marché pour le projet,
- expérience industrielle du promoteur,
- connaissance du secteur chez le promoteur,
- participation non négligeable du promoteur à l'effort d'investissement,

les contacts de partenariat aboutissent ou se poursuivent.

Dans l'hypothèse inverse, les contacts n'aboutissent pas. Il faut noter, tout de même, un contre-exemple (voir Annexe IX).

**B/ Insuffisance de fonds propres chez les promoteurs africains.**

Ceci nuit à la crédibilité de leur projet et les place en position de faiblesse dans la négociation avec le partenaire éventuel.

**C/ Inadéquation de la technologie et de l'expérience proposées par les partenaires potentiels.**

**1/ Le produit:**

S'il est typiquement africain, le partenaire européen aura rarement une expérience à offrir.

**2/ La taille:**

La production envisagée pour un projet est souvent plusieurs dizaines de fois inférieure à la capacité de production du matériel offert.

D/ Peu de projets Sud-Sud

Pourtant, il sera plus aisé de monter un partenariat concernant la production de gari avec un africain asiatique ou latino américain, qui a l'expérience du produit, qu'avec un minotier européen.

E/ Pas de promoteurs européens

Des initiatives de promoteurs européens dans la sous-région pourraient créer un effet d'entraînement, en même temps qu'ils stimuleraient la vie économique locale. Les PME européennes pourraient d'ailleurs trouver un marché porteur en Afrique, et pour l'exportation vers l'Europe.

V. Les suggestions

V.I Pour une meilleure préparation des projets à présenter au Forum

- A/ Prévoir une période de préparation du Forum de 12 mois, avec une implication plus active des centres nationaux et régionaux de promotion.
- B/ Exiger des promoteurs, pour qu'ils bénéficient de l'aide ONUDI au Forum, qu'ils suivent la procédure ONUDI en matière d'investissement, à savoir:
- fourniture d'un profil d'investissement, avec, si possible, une pré-étude technique sur le produit et les équipements;
  - fourniture, dans un 2ème temps, d'une étude de faisabilité.
- Pour réaliser de telles études, on pourrait, dans certains pays, utiliser les fonds de financement d'étude de pré-investissement, qui ont été mis en place. Dans les pays qui ne disposent pas de telles facilités, il faudrait créer des mécanismes similaires et, pour ce faire, se rapprocher des organismes de promotion de ces pays.
- C/ Organiser au moins 6 mois avant le Forum, des voyages d'études auprès des partenaires et interlocuteurs potentiels pour les projets retenus.
- Ces contacts permettront d'approfondir les projets, de les reprendre éventuellement sous un autre angle, de trouver de nouvelles idées etc.
- Les contacts se feront par des voyages en Europe, auxquels participeront les responsables des centres de promotion, des experts nationaux et internationaux. Pourront alors être rencontrés des partenaires éventuels des fournisseurs, voire des promoteurs pour l'Afrique, et aussi les organismes qui permettront de trouver d'autres interlocuteurs:
- les syndicats patronaux de branche (Bâtiment, Travaux Publics, Textile, Agro-alimentaire) et leurs organes d'études et promotion correspondants;
  - les Chambres de Commerce,
  - les organes de promotion régionaux, où l'on trouve des entreprises de petite taille, disposant d'une technologie peut-être utilisable dans une opération de partenariat.



Ces voyages permettront d'affiner le dossier avant le Forum, de préparer l'adéquation technologique des équipements et d'identifier les partenaires les plus conformes aux projets retenus. Par exemple, si un confectionneur recherche de la sous-traitance (cas du dossier Tchad/Manufacture de Vêtement, au présent Forum), on pourra s'orienter sur les confectionneurs européens, les Grands Magasins et les entreprises de vente par correspondance, qui conçoivent le modèle, procèdent éventuellement à la coupe et sous-traitent la couture.

#### V.2 Pour remédier à l'insuffisance des fonds propres

Il est suggéré de:

- a/ Promouvoir des sociétés de capital-risque dans les pays intéressés, avec "portage" d'actions pendant la période de démarrage;
- b/ Orienter le partenariat vers des sociétés européennes dont l'intervention pourrait bénéficier d'aides de la part de leurs Pouvoirs Publics;
- c/ Négocier éventuellement une intervention au capital de la part d'entreprises tierces, qui bénéficieraient du partenariat (par exemple, la compagnie aérienne qui récupérerait le fret entraîné par une opération de sous-traitance).

#### V.3 Pour remédier à l'inadéquation technologique des équipements

- Favoriser l'émergence de Centre d'adaptation technologique dans la sous-région;
- Organiser des rencontres sectorielles, auxquelles participeraient, outre les promoteurs et partenaires éventuels, des représentants des Centres de Promotion et des experts nationaux et internationaux, ainsi que des opérateurs économiques provenant des zones économiques similaires.

#### V.4 Pour favoriser le partenariat Sud-Sud

Certains projets présentés au Forum pourraient peut-être faire l'objet d'une opération de partenariat intra-régional ou extra-régional. On a cité de gari (Congo). On peut aussi mentionner le projet brasserie (Sao Tomé), savon (Guinée Equatoriale), jus de fruit (Cameroun).

Pour susciter de telles opérations, il faudrait

- organiser un système d'information systématique entre les différents Centres de Promotion nationaux, régionaux et du Tiers Monde, concernant tout nouveau projet. On peut même envisager une structure sous-régionale qui identifierait les possibilités de coopération.
- inviter plus massivement les opérateurs et institutions des autres pays du Tiers Monde à participer à ces Fora.

Il s'agit de faire savoir aux entreprises européennes, qui possèdent une technologie, qu'il y a peut-être un marché pour elles en Afrique, si elles y investissent en partenariat. Une action pourra être menée pour favoriser la réhabilitation et le transfert de technologies à haute intensité de main d'oeuvre, déjà obsolètes en Europe, mais encore utilisables en Afrique.

## VI. Le mécanisme de suivi proposé

1) Il faudrait tout d'abord transmettre aux Centres de Promotion des pays concernés les résultats actuels en possession de l'ONUDI, en les invitant à un suivi rapproché des projets, en rapport avec l'ONUDI.

Le développement qui suit concerne le suivi par l'ONUDI.

### V.1 Entre le FICAC 91 et la réception du profil d'investissement

Chaque promoteurs, dont le projet a été jugé suffisamment avancé, a reçu une fiche de profil d'investissement. À partir de la liste des promoteurs concernés, (Annexe IV), on pourra suivre la réception de ces fiches. Un non-envoi ou un envoi tardif peut constituer une indication sur le comportement peu dynamique du promoteur. Un non-envoi peut signifier au contraire que le promoteur a trouvé un partenaire, qui finance lui-même l'étude. Il sera bon, en tout état de cause, de faire le point, trois mois après le Forum, en interrogeant:

- le Centre de Promotion du pays concerné,
- son MinistPere de tutelle,
- l'UDEAC,

par l'intermédiaire du représentant ONUDI.

Quelques questions simples pourraient être posées:

- le projet est-il toujours à l'ordre du jour?
- des négociations de partenariat sont-elles entamées?
- si oui, avec qui?
- raisons du silence du promoteur?

### VI.1. Après réception du profil d'investissement

#### A/ Suivre l'avancement de la procédure de décision ONUDI.

Il faut que l'ONUDI se détermine rapidement sur l'opportunité de faire ou non une étude sur le projet.

#### B/ La décision ONUDI est favorable: une étude doit être faite.

Deux cas peuvent se présenter:

#### 1/ Le promoteur supporte les frais d'étude

L'étude se fait. Il convient de voir toutefois si elle va déboucher sur un accord de partenariat et, si oui, comment va se comporter cet accord. L'interlocuteur est alors le promoteur. Tous les trois mois, il indiquera:

- les informations permettant d'actualiser Propspin,
- l'évolution des négociations avec l'un ou les partenaires possibles (pourquoi l'accord n'est-il pas encore intervenu? Fait-on des études supplémentaires? Sur quel sujet? S'il y a un désaccord, sur quel point porte-t-il?

- en cas d'accord, le promoteur indiquera ses grandes lignes, puis, périodiquement (tous les 6 mois?), donnera des informations permettant de suivre une sorte de Tableau de Bord (l'objet de l'accord évolue-t-il? Ce partenariat entraîne-t-il une amélioration des ventes et du résultat?

Ce suivi post-accord de partenariat est important, car il permet d'étudier des cas réels, dont on pourra s'inspirer par la suite.

Quant au promoteur, il a intérêt à maintenir ses contacts avec l'ONUUDI, qui sera susceptible de:

- l'aider à trouver d'autres partenaires, le moment venu,
- lui proposer d'être lui-même partenaire d'un autre promoteur africain, dans un accord Sud-Sud.

2) Le promoteur ne peut supporter directement les frais d'études.

Cela ne devrait pas en empêcher le financement de l'étude. Il faudra veiller, dans ce cas, à ce que le Centre National de promotion utilise à fond le dispositif national de préfinancement des études, à charge de remboursement plus ou moins total par le promoteur sur le financement du projet. Prévoir, en cas d'accord de partenariat, une participation directe ou indirecte du partenaire aux frais d'études.

Une fois l'étude élaborée, le processus de contrôle est identique au cas précédent.

## ANNEXE I

## Liste des promoteurs ONUDI présents à Libreville

1/SAO TOME	Promoteur: José Antonio de Lina Serra. Expérience dans la brasserie. Projet: Réhabilitation d'une brasserie. Observations: Partenariat avec l'ancien propriétaire. Lettre d'intention signée.
2/GUINEE EQUATORIALE	Promoteur: La société COFFASA Projet: Expansion d'une savonnerie. Observations: Etude de faisabilité va être réalisée avec intervention ONUDI.
3/RWANDA	Promoteur: J.B. MUTANGANA, qui dirige la Société Rwandaise de Batterie. Projet: Expansion d'une unité de fabrication de piles électriques. Observations: -
4/DONGO	Promoteurs: M. Abibou, économiste, et M. Tertuliano, ingénieur agronome, dirigeant Tramaco. Projet: Création d'une unité de production de gari, tapioca, amidon Observations: -
5/CAMEROUN	Promoteur: Félix Assiga, exploitant forestier Projet: Relance d'une exploitation forestière. Observations: -
6/CAMEROUN	Promoteur: Pahmi Zachée. Dirige un groupe, dont une unité textile. Projet: Création d'une unité de production de jus de banane. Observations: Lettre d'intention signée.
7/CHAD	Promoteur: Ahmed Idriss, dirige la Manufacture de Vêtement. Projet: Relancer une unité de confection. Observations: -
8/GA	Promoteur: Pogy Magineard, dirige la menuiserie Tube SARL. Projet: Relance d'une menuiserie industrielle. Observations: -

## ANNEXE II

Liste des promoteurs ONUDI présents à Libreville,  
par pays et par secteur.

## I Liste par pays

Pays	Promoteur	Nombre de projets
Cameroun	F. Assiga	1
"	P. Zachée	
Congo	Abibou/ Tertuliano	1
Guinée Eq.	Coprasa	1
RCA	Doguy Magineaud Tube SARL	1
Rwanda	Mutangana SRB	1
Sao Tomé	de Lina Serra, Sagicer	1
Tchad	A. Idriss Manu. de Vêtement	1
	Total	<u>8</u>

## II Liste par secteur

1/ Bois/menuiserie		
- F. Assiga, Tube SARL		2
2/ Agro-alimentaire		
- brasserie, Sagicer		
- jus de banane, P. Zachée		3
- gari, Tramaco		
3/ Textile		
- confection, Manu de Vêtement		1
4/ Matériel électrique		
- piles, SRB		1
5/ Chimie/dérivés		
- savons, détergents, bouteilles plastiques, Coprasa		1
	Total	<u>8</u>

## ANNEXE III

## Liste des "autres promoteurs" en contact avec l'INUDI à Libreville

- |             |               |   |
|-------------|---------------|---|
| 1/ CAMEROUN | Promoteur:    | S. Nguema Mba, dirige les carrières Endome Nyem.  |
|             | Projet:       | Expansion d'une unité de concassage gravier.  |
|             | Observations: |   |
| 2/ CONGO    | Promoteur:    | E. Bockou Damongo, exploitant forestier et agricole; dirige Sagrisso.                                 |
|             | Projet :      | Création d'une unité de production d'huile de soja.   |
|             | Observations: |   |
| 3/ CONGO    | Promoteur:    | A. Kouunkou; dirige Cécacim, unité de production de confiture artisanale.                             |
|             | Projet:       | Expansion de l'unité de production de confiture artisanale et démarrage d'une production de liqueurs. |
|             | Observations: | -   |
| 4/ GABON    | Promoteur:    | Obouneou Eze, ingénieur, dirige l'Entreprise Gabonaise de Construction Obouneou.                      |
|             | Projet:       | Expansion d'une unité de carreaux et dalles pour Bâtiment et Travaux publics.                         |
|             | Observations: | -   |
| 5/ GABON    | Promoteur:    | Lemandja, exploitant agricole et commerçant.  |
|             | Projet:       | Création d'une unité produisant des aliments à partir de produits naturels.                           |
|             | Observations: | -   |
| 6/ GABON    | Promoteur:    | Nze Gname Ngomo, dirige une exploitation agricole et forestière, la Sipeno.                           |
|             | Projet:       | Expansion d'une exploitation forestière, création d'une scierie et d'une menuiserie.                  |
|             | Observations: | -   |



## ANNEXE IV

Liste des "autres promoteurs", en contact avec l'ONUDI à Libreville.

Liste par pays et par secteur

## I Liste par pays

<u>Pays</u>	<u>Promoteur</u>	<u>Nombre de projets</u>
Cameroun	Nguema Mba/ Endome Oyem	1
Congo	E. Bockou Jamongo/ Sagrifco	2
"	A. Kounkou/ Gécalim	
Gabon	Obounou/ EGC Obounou	4
"	Lemandja	
"	Nze Gnare/ Sopeno	
"	Saizonou	
Guinée Eq.	V. Ebong	1
Sao Tomé	J. Nascimento/ Solmar	1 1
	<b>Total</b>	<b>9</b>
Liste par secteur		
1/ Bois/menuiserie	- Gabon, Sopeno	1
2/ Matériaux construction	- Cameroun, concassage, gravier, Endome Oyem	2
	- Gabon, carreaux et dalles, Obounou	
3/ Agro-alimentaire	- Congo, huile de soja, Sagrifco	5
	- Congo, confitures, Gécalim	
	- Gabon, aliments diététiques, Lemandja	
	- Gabon, gari, Saizonou	
	- Guinée Eq., beurre cacao, V. Ebong	
4/ Transport maritime	- Sao Tome, Solmar	1
	<b>Total</b>	<b>9</b>



## Annexe V (suite)

Promoteur	Interlocuteur	Résultat Positif	Contact A suivre	Négatif	Observations
ONUJDI		2	2	6	
Report					
ASSIGA (suite)	BRETZNER HOUS/ France menuiserie			X	cf observa- tion précé- dente
PAHMI ZACHEE / Cameroun / jus de banane	CORO-FOOD Danemark production de jus de fruits		X		En cas de rupture avec Meton Etep
"	INTERNATURA/ Espagne transformation fruits et légumes		X		"
"	METON ETEP Grèce équipementier	X			Lettre d'intention signée
MANU- FACTURE DE VETE- MENT/Tchad	EXTRADE Ltd./ GB/ projets de fabrication de tissu à petite échelle		X		
Total		3	5	6	
	Contacts positifs	3			
	Contacts à suivre		5		
	Contacts négatifs			6	
	TOTAL		14		

## ANNEXE VI

Liste des promoteurs, ONUDI ou non, contactés à  
Libreville

## I Par pays

	Promoteurs ONUDI	Autres promoteurs	Total
Cameroun	2	1	3
Congo	1	2	3
Gabon	-	4	4
Guinée Eq.	1	1	2
RCA	1	-	1
Rwanda	1	-	1
Sao Tome	1	1	2
Tchad	1	-	1
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TOTAL	8	9	17
	=	=	==

## II Par secteur

	Promoteurs ONUDI	Autres promoteurs	Total
- Bois/ menuiserie	2	1	3
- Matériaux de construction	-	2	2
- Agro-alimentaire	3	5	8
- Textile	1	-	1
- Matériel électrique	1	-	1
- Chimie/dérivés	1	-	1
- Transport	-	1	1
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
Total	8	9	17

Annexe VII Fiche projet promoteur N° 1

**SAO TOME / SAGICER E ATLANTICO  
/ Brasserie**

I Le promoteur et son projet.

A Le promoteur

José Antonio de Lina Serra.  
A une expérience industrielle dans la brasserie.

B Le produit : ROSEMA

Bière, boissons gazeuses et dérivés.

C Le marché : local et régional, notamment Guinée Equatoriale et Angola. Le marché local est d'environ 3 000 000 de litres/an, couvert actuellement aux 2/3 par ROSEMA.

D Contenu du projet

Privatisation de l'entreprise ROSEMA, modernisation des équipements et des méthodes de production, production d'aliments pour bétail.

L'usine, construite en 1964 par un privé portugais, l'ingénieur Joao Nascimento, a été nationalisée en 1975. Elle est actuellement en voie de privatisation. C'est la société Sao Toméenne Sagicer e Atlantico qui a été adjudgée après appel d'offres pour la privatisation. Elle s'associe à l'ancien propriétaire M. Joao Nascimento. L'Etat se propose cependant de garder une participation minoritaire. C'est cette restructuration qui fait l'objet de la demande d'assistance technique. Investissement envisagé: 2 M d'USD (contribution du producteur: 25 %).

II Assistance souhaitée par le promoteur

- Etude de rentabilité
- Recherche de financement.

III Assistance de l'ONUJDI au promoteur

- Au niveau contacts, organisation d'un entretien avec Danish Turnkey Dairies (implantation d'usines de produits buvables).
- Au niveau conseil: un profil d'investissement a été remis au promoteur.

Suite fiche projet genreux N° 1

Projet sur un nouveau projet d'expansion d'une  
unité de transport maritime. Un profil doit également  
être rempli et expédié à l'UNDP pour assistance dans  
l'étude de faisabilité, et la recherche de  
financement.

17 Action recommandée

Prendre une décision sur l'opportunité de l'étude dans  
les 2 semaines à compter de la réception du profil.

ANNEXE VII Fiche Projet Promoteur N° 1  
(suite)

## Guinée Equatoriale / COPRASA /

production de savon, lessive et vases plastiques.

### I Le promoteur et son projet

#### A Le promoteur

Un fabricant de savon et lessive.

#### B Société

Créée en 1986.

Chiffre d'affaires de 150 000 000 FCFA, sur le marché intérieur.

Effectifs: 14.

#### C Produits

Savon, lessive, vases plastiques jusqu'à 1 litre, eau de Javel

#### D Marché : local

Consommation de 35 000 blocs

- Coprasa produit 10 000 blocs

- Importation: 20 000 blocs.

- Il y a nouvel arrivant sur le marché local.

#### E Contenu du projet

Augmenter la production de 50 %, et passer à 15 000 blocs, soit 42 % de la consommation locale au lieu de 29 %. Investissement correspondant: 56 000 USD, dont le promoteur supportera 30 %.

### II Assistance souhaitée par les promoteurs

Trouver un partenaire pour une aide technique et une participation à l'investissement.

### III Assistance ONUDI au promoteur

#### A Au niveau prise de contact

Organisation d'entretiens avec Proquisa (Espagne), matières pour détergents. Affaire à suivre.

#### B Au niveau du conseil

Conseil d'envisager les possibilités d'exportation dans la sous-région (COPRASA s'est limitée, jusqu'à présent au marché local).

La prochaine étude ONUDI permettra de préciser cette orientation.

### IV Action recommandée

Suivre des résultats de l'étude à intervenir à réaliser prochainement.

ANNEXE VII                      Fiche promoteur N° 2  
(suite)

**RWANDA / SRB**  
Société Rwandaise de Batteries

Production de piles électriques

I Le promoteur et son projet

A Le promoteur

J.B. Mutangana possède une unité de fabrication de piles électriques et fait de l'import-export de matériel électrique.  
Implanté également au Burundi.

B La société

Créée en 1987.  
Effectifs : 125 personnes  
Relations bancaires: Banque Rwandaise de Développement.

C Le produit

Piles électriques "Volta Super"

D Le marché

Consommation intérieure totale: 30 à 36 millions de piles/an dont 42 à 50 % pour SRB, seul producteur local. Le reste est importé.

E Contenu du projet

Expansion de l'unité existante :  
- élargissement de la gamme de piles offertes (l'investissement est déjà réalisé)  
- démarrage d'une fabrication de batteries (investissement à faire).

Les investissements

Non connus à ce jour. Attendre l'étude de faisabilité.  
Les associés supporteraient 20 %.

II Assistance souhaitée par le promoteur

- 1) Elaboration du dossier de faisabilité
- 2) Aide au choix de partenaire
- 3) Recherche du financement

### III Assistance de l'ONUDI au promoteur

#### A Au niveau des contacts

- COMILEG (Gabon)  
SRB va acheter à Comileg du manganèse pour ses piles, qu'elle se procurait auparavant à Anvers et qui provenait du Gabon. Importante baisse de coût.
- LOCATELLI (Italie)  
Ce fabricant d'ampoules électrique n'est pas dans la sphère de développement de SRB (les batteries). Contact abandonné.
- COMEX (emballages)  
  
Contacts à suivre.

#### B Au niveau du conseil

Profil d'investissement remis au promoteur.

### IV Action recommandée

Prendre une décision sur l'opportunité de l'étude dans les 2 semaines à compter de la réception du profil.



ANNEXE VII                      Fiche promoteur N° 4

**CONGO / TRAMACO /**

production de gari, tapioca, amidon et dérivés.

**I Les promoteurs et leur projet**

**A Les promoteurs**

M. Abibou, 31 ans, licencié en Economie, et  
M. Tertuliano, 28 ans, ingénieur agronome, qui  
travaille pour l'ORSTOM.

**B La société**

TRAMACO a été créée en 1988, sans activité  
actuellement.

**C Le projet**

Création d'une unité de production de gari, tapioca,  
amidon.

**\* Le marché au Congo (tonnes)**

Produit	Consommation par an	Production locale	% Production locale
gari	1016	616	61 %
tapioca	99	25	26 %
amidon	114	58	51 %

Le marché du gari au Congo représenterait environ  
900 M de FCFA. La production locale, de 61 %, est  
artisanale. D'où le projet, qui permettrait aux  
promoteurs d'avoir 18 % du marché.

**\* Contenu du projet**

Fabriquer sur place les produits, déjà importés  
précédemment par les promoteurs du Togo et du Bénin. Coût  
de l'investissement: 100 M de FCFA, dont le promoteur  
supporterait 20 %.

**II Assistance souhaitée par les promoteurs**

**A Trouver un partenaire qui**

- apporte une aide technique,
- participe à l'investissement.

## B Trouver un financement bancaire

### III Assistance ONUDI aux promoteurs

#### A Au niveau de la prise de contact

Organisation d'entretiens avec :

- Mevinter (Espagne), fabricant de farine et pâtes alimentaires: pas intéressé par le gari;
- Salgaard (Danemark), production d'ingrédients pour la boulangerie : meme réaction.
- Aminbo (Gabon), qui s'intéresse à ces 3 projets mais n'a guère avancé dans son étude.

#### B Au niveau du conseil

Suggestion d'une étude de faisabilité dans le cadre ONUDI. Profil de projet d'investissement remis au producteur. Il l'adressera à l'ONUDI en y joignant sa propre étude.

### IV Actions recommandées

- A Prendre une décision sur l'opportunité d'une étude de faisabilité dans les 2 semaines suivant la réception du profil.
- B Recherche parallèlement des partenaires éventuels (poursuite des contacts de Mme Mella avec M. Guiramand - ADEC - et consultation du fichier ONUDI).

ANNEXE VII

Fiche projet promoteur N° 5

## Cameroun/Félix Assiga/ Exploitation forestière

### I Le promoteur et son projet

#### A Le promoteur

- M. Assiga a une exploitation forestière.
- Activité de 1981 à 1984. Depuis, l'exploitation est en sommeil.
- M. Assiga était déjà présent à Yaoundé.

#### B Le projet

Le promoteur voudrait relancer son affaire grâce à un partenaire étranger qui lui assurerait d'importantes commandes et participerait à l'achat des machines et véhicules nécessaires.

##### 1) Le marché

Il y a plusieurs entreprises locales, elles mêmes exportatrices

##### 2) Le produit

Le permis d'exploitation de M. Assiga serait dans une forêt riche, peu marécageuse et peu accidentée.

##### 3) Investissement

1 000 000 000 FCFA, dont M. Assiga ne pourrait financer que 10 %.

### II Assistance souhaitée par le promoteur

Trouver un partenaire et un financement ou bien organiser une compensation, matériel contre bois.

### III Assistance ONUDI au promoteur

#### A Organisation ou participation à des contacts avec:

- Hans Niebling (RFA), production de balais, broches etc..
- Bouz / Kompas / Harmony (Pays Bas), bois de construction,
- Bretzner Hous (France), menuiserie et production de poutrelles.
- Charalambidis Co. (Grèce), quincaillerie pour menuiserie.

Pas intéressés.

Le coût du projet a doublé depuis la rédaction de la fiche CEF (1 M de FCFA au lieu de 0,5 M).

## B Conseil

Un profil de projet d'investissement a été remis à M. Assiga, qu'il fera parvenir en adjoignant sa propre étude.

ANNEXE VII  
(Suite)

Fiche projet promoteur N° 6

**Cameroun / PAHMI ZACHEE  
GARRINGO**

Production de jus de banane.

I Le promoteur et son projet

A Le promoteur

M. FIG a une expérience industrielle (unité de confection en activité). Il est associé à M. I. Ngatchou.

B Le produit

Jus de banane pasteurisé.

C Le marché : local et régional.

Produit nouveau non encore introduit sur le marché. Vise les moins de 18 ans (60 % de la population camerounaise). Pas de véritable étude de marché à ce jour.

D Le projet

- Produire 600 000 litres/an, principalement à l'export, au prix de 800 FCFA le litre, soit 480 000 000 FCFA de ventes/an.
- Investissement: 300 000 000 FCFA (le promoteur en supporterait 30 %).
- Une étude technique a été faite.

II Assistance souhaitée par les promoteurs

Trouver un partenaire qui

- apporte une aide technique
- participe à l'investissement,
- les aide à exporter.

III Assistance ONUDI aux promoteurs

A Au niveau prise de contacts

Organisation d'entretiens avec:

- Inro-Food (Danemark), producteur de jus de fruits,
  - Internatura S.A. (Espagne), transformateur de jus de fruits et légumes.
- A suivre.

**E Au niveau conseil**

1) Assistance aux négociations avec Meton Etep (Grèce). Prudence suggérée vis à vis d'un équipementier dont les intérêts seront opposés, pour la fourniture de matériel. Jouera-t-il le jeu comme associé?

2) Rédaction d'une lettre d'intention  
Conseil pour un texte aussi peu contraignant que possible, avant d'en savoir plus sur le projet et les intentions du partenaire.

3) Etude de faisabilité dans le cadre ONUDI

**Un préalable nécessaire (produit nouveau, activité nouvelle pour le promoteur).**

Fiche profil remise et expliquée.

4) Conseil sur un autre projet

PZG veut développer son unité de confection.  
Conseil lui a été donné de développer cette idée, dans un secteur qu'il maîtrise.  
Fiche profil remise.

**IV Action recommandée**

Prendre une décision sur l'opportunité d'une étude de faisabilité approfondie, dans les 2 semaines suivant réception des profils.

ANNEXE VII                      Fiche projet promoteur N° 7  
(suite)

**R.C.A. / Tube      S.A.R.L. /**

fabrication de portes et fenêtres.

I    Le promoteur et son projet

A    Le promoteur

M. Poguy-Magineaud

B    La société

- \* Créée en 1989.
- \* CA 1989: 130 M de FCFA (grâce à un marché de l'Education Nationale, financé par la Banque Mondiale)
- CA 1990: 18 M de FCFA
- \* Effectifs: 13 (le nombre d'employés évolue très vite, en fonction des commandes).

C    Le produit

Mobilier, portes, chassis, bureaux pour établissements scolaires..., obtenus à partir de bois local.

D    Le marché local et sous-régional

- Essentiellement les marchés publics, financés par la Banque Mondiale (un marché obtenu en 1989).
- Demande privée très faible (crise)
- D'où l'idée d'une relance commerciale dans la sous-région (à N'Djamena les fenêtres sont métalliques, car il n'y a pas de bois).

E    Le projet

Etendre l'unité axée sur la fabrication de portes et encadrements.

Faire une relance commerciale dans la sous-région et installer un atelier de finition/montage sur le marché le plus prometteur.

II Assistance souhaitée par le promoteur

Trouver un partenaire Sud-Sud pour participer à l'investissement et aider à la diffusion sur son propre marché.

III Assistance ONUPI au promoteur

Conseil d'une étude sur l'expansion de l'unité existante aux autres pays de l'UDEAC, avec diagnostic sur les possibilités de relance au niveau R.C.A.  
Remise d'un profil d'investissement.

IV Action suggérée

Prendre une décision sur l'opportunité de l'étude, dans les 2 semaines à compter de la réception du profil.



ANNEXE VII                      Fiche projet promoteur N° 8  
(suite)

## Tchad / Manufacture de Vêtements /

Confection de vêtements de travail

### I Le promoteur et son projet

A Le promoteur : M. Ahmed Idriss

B La société

Créée en 1965, détruite en 1979/1980, pendant la guerre civile.  
Redémarrage d'activité en 1982, à faible échelle:  
3 mois d'activité/an.

C Le produit

Vêtements de travail (bleus de travail, tenues militaires légères).

D Le marché

Traditionnellement, l'Armée et les Ministères exigeant un uniforme (Douanes).  
Mais les dons de l'Armée française ont tari le marché de l'Armée.

E Le projet

Recherche d'un sous-traitance européenne, pour des vêtements semi-finis ou finis.

Arguments: - faible coût de la main d'oeuvre  
- coût de fret peu élevé dans le sens  
Sud-Nord (Les avions-cargo volant  
à vide dans ce sens).

L'investissement : 13 750 000 FCFA (15 machines à coudre, 2 surfileuses, 2 machines à boutonnères, 2 machines à pose boutons).

## II Assistance souhaitée par le promoteur

Recherche d'un partenaire qui lui confie de la sous-traitance et participe à l'achat des machines.

## III Assistance ONUDI au promoteur

### A Au niveau de la prise de contact

Organisation d'un entretien avec Extrade Ltd (GB), qui développe des projets de fabrication de tissu à petite échelle. A suivre.

### B Au niveau du conseil

Suggestion d'une étude avec recherche d'un partenaire susceptible de confier de la sous-traitance.  
Remise d'un profil d'investissement.

## IV Action

Prendre une décision sur l'opportunité d'une étude de faisabilité dans les 2 semaines à compter de la réception du profil.

Annexe VIII      Fiche projet promoteur    N° 1

Projet nouveau

## CAMEROUN

Société des Carrières Endome Oyem

Extension d'une carrière avec concassage de graviers.

### I Le promoteur et son projet

#### A Le promoteur

Samuel Nguema Mba, exploitant de carrières.

#### B La société

Société de carrières Endome Oyem.  
Agréée comme PME. A obtenu un crédit du Fonds  
d'Aide et de garantie. Opère avec un concasseur  
d'occasion qui débite 5 m<sup>3</sup>/h.

#### C Le produit

Gravier concassé pour travaux routiers.

#### D Marché: local

Le gouvernement camerounais met en chantier sur  
financement national et international un vaste  
programme de bitumage de routes, dont l'une des  
pièces maîtresses est le gravier. La capacité de  
production actuelle de l'entreprise est trop  
marginale face à la demande actuelle et potentielle.

#### E Contenu du projet

Porter la capacité de production jusqu'à 50 m<sup>3</sup>/h à  
partir d'un équipement plus performant pouvant  
fournir ce débit.

### II Assistance souhaitée

- Trouver un partenaire technique pour une joint-venture.
- Elaborer une étude de faisabilité.
- Trouver un financement pour le projet.

### III Assistance ONUDI fournie au promoteur

- Au niveau des contacts :

Rendez-vous pris avec	
Thevenin	France
Lavech	Espagne
RIEF	Allemagne

Ces contacts se poursuivent et l'ONUDI sera tenue informée des résultats.

- Au niveau conseil

Un profil d'investissement a été remis au promoteur.

Annexe VIII

Fiche projet promoteur

Projet nouveau

**CONGO / SAGRIFCO /**

Unité de production d'huile de soja et de tourteau

**I Le promoteur et son projet****A Le promoteur**

M. Emmanuel Beckou Damongo, exploitant forestier et agricole.

**B La société**

Société Agro-industrielle et Forestière du Congo (SAGRIFCO). dispose d'un domaine de 25 000 ha.

**C Le produit**

Huile de soja à partir de soja cultivé localement par les groupements agricoles et surtout par le domaine du promoteur.

**D Le marché**

Local et UDEAC. A lui tout seul, le marché du Congo suffirait pour justifier le projet: ce pays est un gros importateur d'huile végétale.

**E Contenu du projet**

Installation d'un complexe agro-industriel de soja, essentiellement basé sur un champ- tampon de 25 000 ha cultivé en 3 étapes :

- 10 000 ha au démarrage
- 20 000 ha en deuxième année
- 25 000 ha en période de croisière (à partir de la 3ème année)

Le volet agricole sera entièrement préfinancé par le promoteur. L'apport demandé au partenaire est la fourniture de l'équipement et les autres éléments d'exploitation industrielle.

Le partenaire identifié est :

Antonio MORALES  
 Soc. Internatura S.A.  
 Cartagena 2  
 3000 2 Murcia  
 Espagne.

Une pré-étude de faisabilité existe déjà et devra être traduite en dossier de faisabilité, compte tenu des données actuelles et des négociations avec le partenaire.

## II Assistance souhaitée par le promoteur

- Etude de faisabilité
- Assistance pour le choix des équipements
- Assistance pour le financement

## III Assistance fournie par l'ONUDI

- Au niveau des contacts

Contact avec la société Internatura S.A. (Espagne).

- Au niveau du conseil

Un accord sur les étapes de mise en oeuvre du projet a été convenu entre les deux parties. Deux étapes ont été définies.

1ère étape : Visite du promoteur en Espagne pour investigations sur place sur la gamme des équipements prévisibles pour le volet industriel. Choix des équipements

2ème étape : Visite du partenaire des plantations du promoteur afin de déterminer leur état d'avancement et la période la plus propice pour l'installation des équipements industriels.

Une lettre d'intention est en cours de signature entre les deux partenaires sur cette base.

Un profil d'investissement sera rempli par le promoteur.

Annexe VIII  
(suite)

Fiche projet promoteur N° 1

Projet nouveau

## CONGO / GECALIM

Fabrication de confiture et de liqueur

### I Le promoteur et son projet

#### A Le promoteur

Ange Koukrou, 41 ans, ingénieur en industries alimentaires (Roumanie), assisté de sa femme, professeur de chimie.

#### B La société

Gecalim est opérationnelle depuis 1990.

#### C Le produit

- Confitures exotiques (ananas, mangue, orange, papaye, banane);
- Produits de haut de gamme, primés plusieurs fois dans les foires (Kinshasa, Pointe Noire).
- Conseils pour le conditionnement de Marius Bernard.

#### D Le marché : local

- 75 % de la consommation locale est importée.
- 12 à 15 % de part du marché pour Gecalim;
- un seul concurrent local.

#### E Contenu du projet

Une expansion

##### 1) Les axes de développement

- . accroître la production de confiture (passer de 4167 pots l'an à 6000);
- . démarrer une production de liqueurs de fruits locaux, activité proche de la précédente.

##### 2) Les investissements correspondants

- . Pour la confiture: une doseuse et une boue de concentration;
- . Pour les liqueurs : un filtre, une remplisseuse, une pasteurisatrice, une chaudière avec accessoires, 2 pompes, 10 cuves de stockage, 5 macérateurs, 1 levure.

Les chiffres seront communiqués ultérieurement, avec l'étude financière et l'étude de marché qui ont été faites.

## II Assistance souhaitée par le promoteur

- A Trouver un partenaire du même secteur qui l'aide :
- techniquement (choix du matériel, du conditionnement, des procédés de fabrication),
  - financièrement (participation au capital, pour partager l'effort de financement),
  - commercialement (ouverture de nouveaux marchés).
- B Trouver un financement

## III Assistance ONUDI au promoteur

### A Au niveau de la prise de contact

Organisation d'entretiens avec :

- 1) M. Guiramand, de l'ADECI (Association pour le Développement et la Coopération Indispensable), qui transmettra le dossier à Vinifruit.  
Vinifruit pourrait cofinancer un appareil en sous-traiter de petites séries.
- 2) Des distributeurs gabonais (3) et camerounais (2) intéressés par le produit.

### B Au niveau du conseil

- Il a été suggéré de remplir un profil de projet d'investissement, qui lui a été remis.
- Le promoteur transmettra à l'ONUDI le projet et les études déjà faites.

## IV Actions recommandées

- A Prendre une décision sur l'opportunité d'une étude de faisabilité approfondie, dans les 2 semaines à compter de la réception du profil.
- B Rechercher parallèlement des partenaires éventuels, sur base du fichier ONUDI.



Annexe VIII  
(suite)

Fiche projet promoteur N° 4  
Nouveau projet

## GABON / Entreprise de Construction /

Production de carreaux et dalles à base de ciment et sable

### I Le promoteur et son projet

#### A Le promoteur

M. Cheunou Ess, ingénieur technico-commercial. Opère déjà dans le secteur de la construction.

#### B La société

Entreprise Gabonaise de Construction Moderne spécialisée dans l'urbanisme et l'habitat.

#### C Le produit

carreaux et dalles de 15/15, 60/40 et 100/100 pour la construction et les travaux publics.

#### D Le marché

Programme national d'urbanisme et d'habitat, à l'exécution duquel participe l'entreprise.

#### E Contenu du projet

Il s'agit d'approvisionner l'entreprise en équipements performants capables de débiter une quantité suffisante de carreaux et dalles de 15/15, 60/40 et 100/100 pour faire face à la demande des administrations et des entreprises privées. Les chiffres de la demande seront précisés dans l'étude de faisabilité.

### II Assistance demandée à l'ONUDI

- Etude de faisabilité
- Recherche de financement
- Le partenaire technique est déjà identifié avec le brevet.

### III Assistance fournie par l'ONUDI

Fourniture d'une fiche de profil d'investissement.

Indications sur la procédure à suivre pour la transmission de la requête officielle à transmettre à l'ONUDI.

Dossier à suivre.

Annexe VIII  
(suite)

Fiche projet promoteur N° 5  
Nouveau projet

**GABON / LEMANDJA /**

production d'aliments diététiques et d'aliments pour le bétail

I Le promoteur et son projet

Edouard Lemandja, exploitant agricole qui possède plusieurs commerces.

Projet: Transformer des produits naturels (tubercules, céréales, légumes) en aliments diététiques et en aliments pour le bétail.

Pas d'étude réalisée. Seulement quelques devis. Le promoteur serait prêt à réaliser certains actifs (immeubles) pour co-financer le projet.

II Assistance souhaitée par le promoteur

- 1) Partenariat technique et financier
- 2) Etude de faisabilité
- 3) Recherche de financement.

III Assistance ONUDI au promoteur

Remise d'une fiche profil

IV Action recommandée

Transmettre le dossier aux organes de promotion locaux. Le projet est embryonnaire, mais M. Lemandja est un investisseur local potentiel, qu'on pourrait retrouver associé à d'autres projets.

Annexe VIII  
(suite)

Fiche projet promoteur N° 6  
Nouveau projet

## GABON / SOPENO /

Installation d'une scierie

### I Le promoteur et son projet

#### A. Le promoteur

Mme-Inare Ngomo, exploitant agricole et forestier. Solidité financière apparente.

#### B. La société

Sopeno : Dispose d'un domaine de 3000 ha.

#### C. Le produit

Grumes, pour exportation, essentiellement.  
Portes et fenêtres pour marché local.

#### D. Le marché

La menuiserie et une partie du bois seront fournis au marché local. Les grumes seront exportées vers l'Europe et l'Asie (surtout Japon).

#### E. Contenu du projet

Modernisation d'une exploitation forestière de 3000 ha, installation d'une scierie et d'une menuiserie. Le promoteur désire porter sa production annuelle, qui est de 20 000 m<sup>3</sup>/an, à 45 000 m<sup>3</sup>/an et y adjoindre une scierie ainsi qu'une fabrique de portes et fenêtres.

### II Assistance souhaitée par le promoteur

- Recherche d'un partenaire
- Elaboration de l'étude de faisabilité
- Recherche de financement.

### III Assistance fournie par l'ONUDI

- Au niveau contacts

Le promoteur qui avait entamé les contacts, n'a pas été revu.

Au niveau conseil  
Une fiche de profil a été remise au promoteur.

**GABON / SAIZONOU /**

Transformation du manioc

I Le promoteur et son projet

A. Le promoteur

M. Saizonou, homme d'affaires

B. La société

En création.

C. Le produit

Gari, tapioca, féculés et aliments pour bétail.

D. Le marché

Local et extérieur, dans la sous-région. Arait avantage dans ces conditions à s'associer au promoteur congolais qui semble bien outillé pour aboutir. Une seule unité, bien structurée, devrait suffire pour toute la sous-région.

E. Contenu du projet

Il s'agit d'installer une unité de transformation multiple du manioc pour produire du gari, du tapioca, de la fécule et de l'alimentation du bétail, à partir d'une technologie facilitant un autofinancement important du promoteur. Ce dernier recherche pour cela une technologie provenant autant que possible du Tiers Monde, et à un prix abordable.

II Assistance souhaitée par le promoteur

- 1) Etude de faisabilité (à financer par le promoteur si elle est abordable).
- 2) Recherche de financement.

III Assistance fournie par l'ONUDI

Fiche profil remise.

**GUINEE EQUATORIALE /**  
**VICENTE EBONG et Fils/**

production de beurre de cacao

**I Le promoteur et son projet**

La famille Ebong produit du cacao (exploitation de 200 ha; production de 50 tonnes/an) et envisage de créer une unité de production de beurre de cacao. Le dossier est sommaire.

**II Assistance souhaitée par le promoteur**

- 1° Etude de faisabilité
- 2° Recherche de partenaire
- 3° Financement

**III Assistance fournie par l'ONUDI**

Fourniture d'une fiche profil, qui guidera le promoteur dans son approche personnelle de l'investissement.

Annexe VIII  
(suite)

Fiche projet promoteur N° 9  
Nouveau projet

**SAO TOME / SOLMAR /**

Expansion entreprise de transport maritime

I Le promoteur et son projet

A. Le promoteur

Ing. Joao Vascimenta, armateur  
C.P. 49 Sao Tome

B. La société

SOLMAR, transport maritime essentiellement.

C. Le marché

Le marché de transport voyageurs et de fret disponible pour l'entreprise est estimé à plus de 10 fois supérieur à sa capacité actuelle.

D. Contenu du projet

Achat de deux navires supplémentaires pour porter le nombre total à 3.

10) Un navire, barge automotrice mixte (passagers + fret) pour couvrir le Golfe de Guinée.

20) Un porte container mixte pour la liaison Nord Sud, valeur environ \$ 4 millions. Le matériel serait d'occasion.

30) Le bateau actuel (capacité 1500 tonnes, valeur: environ \$ 1 million), dessert essentiellement les pays lusophones, la Namibie et l'Afrique du Sud.

II Assistance souhaitée par le promoteur

10 Partenariat financier et commercial (mais crainte d'absorption par un trop gros armateur).

20 Appui pour l'étude de faisabilité

30 Concours techniques pour l'achat des navires.

III Assistance fournie par l'ONU

Des contacts informels ont déjà été engagés par le promoteur qui tiendra l'ONU informée des résultats.

## Annexe IX

## L'avancement du projet et son influence sur la négociation de partenariat

Promoteur	Marché certain		Expérience industrielle du promoteur		Expérience du secteur du promoteur		% d'investissement financé par négociation	Evolution	
	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON		-	-
SACIDER/ SAC TOME	-		+		+		25	+	
COFRASA/ GUI.BQ.	-		+		+		20	-	
SRB/ RWANDA	+		+		+		20	+	
TRAMACO/ CONGO	-			-	+		20		-
PAHMI ZACHEE/ CAMEROUN		-	+				30	+	
ASSIGA/ CAMEROUN		-				+	5		-
GECALIM/ CONGO	-		+		+		20	+	-
MANUF. DU VETM. TCHAD		-	+		+		20		-
TUBE SARL RCA		-				+	20		-

Echantillon: les 6 promoteurs ONMI - GECALIM/1 NGO

Les promoteurs qui ont un + aux 4 critères retenus (sous réserve d'une étude approfondie) voient leurs négociations de partenariat s'engager favorablement. Il s'agit de SACIDER, COFRASA, SRB et GECALIM.

PAHMI ZACHEE constitue un contre exemple.