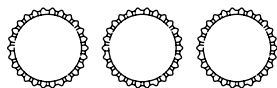


The background of the entire page is a collage of African banknotes and beer bottle caps. The banknotes are from various African countries, including Congo (100 F, 5000 F), Mali (10000 F), and Senegal (10000 F). The beer bottle caps are from various brands, including SKOL, Castel Beer, and Beaufort Light. The collage is a mix of colors and patterns, creating a textured and vibrant background.

DE L'AFRIQUE AUX PLACES OFFSHORE

L'EMPIRE CASTEL BRASSE DE L'OR



De l'Afrique aux places offshore : l'empire Castel brasse de l'or

Enquête et rédaction : Olivier Blamangin

Rapport coordonné par l'association Survie, avec le soutien de la Plateforme Paradis Fiscaux et Judiciaires

Mise en page : Pierre Gottiniaux

Juin 2021



Créée il y a plus de 30 ans, **l'association Survie** décrypte l'actualité franco-africaine et se mobilise contre la Françafrique, qu'elle a fait connaître. Elle compte plus de 1 300 adhérent·e·s et une vingtaine de groupes locaux partout en France.



Depuis 2006, la **Plateforme Paradis fiscaux et judiciaires** réunit 19 organisations de la société civile française, associations et syndicats, mobilisées dans la lutte contre la fraude et l'évasion fiscales.

Contact : <http://survie.org>

Twitter/Facebook : @Survie

(+33) 6 52 21 15 61 | contact@survie.org

En poussant la porte d'un caviste *Nicolas*, peu de clients savent qu'ils pénètrent dans une enseigne du groupe *Castel*, une multinationale qui s'est imposée comme le premier négociant français de vin, troisième sur le marché international. À la tête de l'entreprise, la très discrète famille Castel compte parmi les dix premières fortunes hexagonales. Mais ce champion vinicole est aussi – et surtout – un vieil empire françafricain de la bière et des boissons gazeuses.

Pierre Castel, patriarche de la famille, a ouvert sa première usine brassicole au Gabon, à la fin des années 1960. Il rachète surtout, en 1990, une vieille entreprise coloniale, la société des *Brasseries et glaciers internationales* (BGI), qui lui ouvre les marchés de la bière du Cameroun, de la Côte d'Ivoire, du Sénégal et du Burkina Faso. Le groupe surfe sur la vague des privatisations, dont il sera l'un des grands bénéficiaires sur le continent africain, et saisit toutes les opportunités d'acquisition. Il se constitue alors un véritable empire, qui s'étend sur près de vingt-cinq pays. De la Guinée à Madagascar, du Maroc à la République démocratique du Congo, *Castel* règne en maître sur la production de bière de l'Afrique francophone et au-delà, en Angola, en Éthiopie et au Malawi. Il y produit aussi des eaux minérales et des sodas, sous ses propres marques ou comme embouteilleur de la multinationale américaine *The Coca Cola Company*. Le groupe s'est également imposé dans l'industrie sucrière en Afrique centrale, en prenant le contrôle du groupe *Somdiao*, et s'aventure depuis peu dans la production d'huiles végétales.

Alors que la consommation de bière est en berne sur les marchés d'Europe de l'Ouest et d'Amérique du Nord, l'Afrique fait figure de nouvel eldorado pour les multinationales de la

boisson. Le potentiel de croissance y est considérable et la concurrence peu développée. Elle l'est d'autant moins pour le groupe *Castel* qu'il a conclu une alliance avec le belgo-brésilien *AB Inbev* – premier producteur sur le continent – et qu'il a su se constituer un solide réseau d'amitiés dans les cercles dirigeants des pays où il est implanté. Avec le gabonais Omar Bongo, le togolais Gnassingbé Eyadema ou l'ancien président José Eduardo Dos Santos, resté 38 ans à la tête de l'Angola, ses réseaux incluent une belle brochette de dictateurs ou d'anciens dictateurs.

Dans un secteur brassicole encore monopolistique et rentier, les positions et les alliances du groupe *Castel* en Afrique lui garantissent des profits considérables. Un savant mécano de sociétés et de holding domiciliées dans des paradis fiscaux permet de faire remonter les bénéfices vers l'une des places offshore les plus attractives du moment, Singapour. Jusqu'à récemment, les principales marques de la multinationale (*Castel Beer*, *Beaufort*, *XXL Énergie*, etc.) étaient, par exemple, domiciliées aux îles Vierges britanniques où les royalties versées par les brasseries africaines sont naturellement exonérées d'impôt. Les centrales d'achat de *Castel*, qui prennent de confortables commissions sur l'approvisionnement des usines, sont opportunément domiciliées à Gibraltar, en Suisse ou sur l'île Maurice pour y bénéficier d'une fiscalité très accommodante.

Entre Paris, Abidjan, Luanda, Luxembourg, Gibraltar et Singapour, cette plongée dans les méandres de l'empire *Castel* éclaire singulièrement la façon dont cette grande « héritière coloniale », solidement campée sur ses positions africaines, tire des profits considérables d'un continent en pleine croissance et multiplie les stratégies d'évitement de l'impôt.

Sommaire

1. Un Empire africain

1. Main basse sur l'héritage colonial ... p. 6

De l'Indochine à l'Afrique, une héritière coloniale

2. Faire des ronds en dehors du pré carré ... p. 9

3. Un empire de la bière, des sodas, de l'eau et du sucre ... p. 10

La guerre du sucre n'aura pas lieu

4. Le sens de « l'amitié » ... p. 14

2. Quand la bière vaut de l'or

1. Le nouvel eldorado des multinationales de la brasserie ... p. 17

2. Le grand « Yalta brassicole » ... p. 18

SABMiller et Castel, une alliance stratégique

3. Positions dominantes et « montée en pression » ... p. 20

La *Competition Commission of Mauritius* condamne les brasseurs pour pratiques anticoncurrentielles

3. Le grand mécano de l'optimisation fiscale

1. De holding en holding, voyage à travers les paradis fiscaux ... p. 26

Investment Beverage Business Fund, propriétaire « ultime »

Singapour, place offshore « émergente »

2. De l'art de domicilier ses marques ... p. 31

Unibra, Castel et les Luxleaks : une affaire de licence

3. Centrales d'achat offshore ... p. 35

4. Comment lutter contre la fraude et l'évasion fiscales ?

1. Exigeons la transparence fiscale ... p. 37

2. Pour une réforme des règles d'imposition des entreprises ... p. 39

C'est une *success story* que la presse économique se plaît à raconter. Celle d'une petite entreprise familiale devenue en quelques décennies une multinationale des boissons, premier négociant français en vin et second producteur de bière en Afrique (Tabl. 1). L'histoire commence dans l'immédiat après-guerre, à Bordeaux, quand les neuf fils et filles d'un ouvrier agricole du vignoble créent *Castel Frères*, une petite société de commerce viticole. Sous la houlette de Pierre Jesus Sebastian Castel, le plus jeune des frères, elle va connaître un succès fulgurant. La société construit sa fortune sur le négoce de vins bon-marché pour acheminer les rayons de la grande distribution, alors en plein essor¹. « Dans les années 60, grâce aux vins d'Algérie bon marché et [avec] des frais généraux écrasés, [Castel] s'impose face à ses concurrents les plus faibles », raconte le journaliste G. Milési. « La chute progressive de la consommation de gros rouge met à genoux les plus importants négociants de la place. Castel rachète tout ce qui est à vendre. *Radar* lui cède *Damoy* et *Cora la Générale des vins du Midi*. Il réduit les effectifs, nettoie les bilans et récupère les contrats de vente grâce auxquels il fait tourner ses centres d'embouteillage »². En 1992, son principal concurrent, *Pernod-Ricard*, se désengage du vin de table et lui vend la *Société des vins de*

France et ses marques Roche Mazet, La villa-geoise ou Vieux Papes. Trois ans plus tard, Castel lance sa marque Baron de Lestac – une anagramme de Castel – et en 2003, c'est au tour de Malesan de tomber dans son escarcelle.

Le groupe *Castel* ne mise pas seulement sur les supermarchés. En 1988, il rachète l'enseigne *Nicolas*, dont il dépoussière le catalogue et la communication. Il lui applique « une organisation ultracentralisée, quasi militaire, calquée sur celle de la grande distribution »³. Le résultat est au rendez-vous, avec aujourd'hui 550 magasins en France et dans le monde ainsi qu'un chiffre d'affaires annuel de 232 millions d'euros (2019). En parallèle, *Castel* multiplie les acquisitions de domaines dans le Bordelais, le Languedoc, en Provence et en Pays-de-Loire, et de grandes maisons de négoce (*Barrière Frères*, *Barton & Guestier*, etc.) qui servent sa stratégie de montée en gamme. C'est une irrésistible ascension qui permet aujourd'hui au groupe *Castel* d'écouler chaque année entre 500 et 600 millions de bouteilles.

Mais la *success story* du groupe *Castel* est aussi et surtout, dès l'origine, une histoire française, d'abord avec le négoce du vin en Afrique puis dans la bière, avec l'ouverture d'une première usine au Gabon dès 1967 et la construction progressive d'un véritable empire brassicole⁴. Car c'est bien du continent africain que le groupe *Castel* tire l'essentiel de sa prospérité.

1 Voir notamment : F. Niedercorn, « Castel Frères, cet empire très discret aux 600 millions de bouteilles », *Les Échos*, 26 janvier 2017 - https://www.lesechos.fr/26/01/2017/LesEchos/22370-083-ECH_castel-freres--cet-empire-tres-discret-aux-600-millions-de-bouteilles.htm ; P. Morel et L. Fauvel, *Le Baron du rouge*, reportage pour l'émission Complément d'enquête, France 2, diffusé le 28 février 2019 - https://www.francetvinfo.fr/culture/cuisine-et-gastronomie/video-le-baron-du-rouge_3209977.html.

2 G. Milési, *Les nouvelles 200 Familles : les dynasties de l'argent du pouvoir financier et économique*, Belfond, 1990

3 E. Andreani, « Comment le petit Nicolas est devenu un géant du vin », *Capital*, 16 novembre 2012, <http://www.capital.fr/entreprises-marches/comment-le-petit-nicolas-est-devenu-un-geant-du-vin-788389>.

4 O. Blamangin, « Castel, l'empire qui fait trinquer l'Afrique », *Le Monde diplomatique*, octobre 2018 - <https://www.monde-diplomatique.fr/2018/10/BLAMANGIN/59159>.

LE GROUPE CASTEL

EN QUELQUES CHIFFRES (2019)

PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION DE LA HOLDING CASSIOPÉE LTD, GIBRALTAR

DANS LE MONDE

C.A. NET



5 649 100 000 €

Chiffre d'affaires net, une fois déduits les droits d'accise.

BÉNÉFICE NET



581 800 000 €

Bénéfice net après impôts

DIVIDENDES



441 300 000 €

Dividendes versés aux actionnaires, inclus dividendes versés aux actionnaires minoritaires des différentes sociétés du groupe.

EN AFRIQUE

IMPLANTÉ DANS **23** PAYS

131 FILIALES



PRODUCTION DE BIÈRE
ET DE SOFT DRINKS :

6 740 000 000

LITRES



PRODUCTION DE SUCRE :
358 838 TONNES

PRODUCTION DE FARINE :
305 833 TONNES



37 242
SALARIÉS



221
FILIALES



505 000 000
BOUTEILLES DE
VIN VENDUES

1. Un Empire africain

Pierre Castel, 94 ans mais toujours au pilotage du groupe familial, revendique son ancrage africain¹, où le groupe réalise aujourd'hui un peu plus de 80 % de son chiffre d'affaires (cf. branches bière, soft drinks et sucre du Tabl. 2).

Tabl. 2 : Chiffre d'affaires net et nombre d'employé-e-s du groupe Castel par branches d'activité (2019)*

	Chiffre d'affaires, en millions €	Employé-e-s
Bière et soft drinks	4 097,2	30 033
Vin	1 105,6	3 311
Sucre	446,3	3 881**
Holding		17
TOTAL	5 649,1	37 242

*Périmètre de consolidation de la holding Cassiopée Ltd, Gibraltar **hors saisonniers

1. Main basse sur l'héritage colonial

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, il embarque vers les côtes africaines pour y écouler fûts et dames-jeannes et y développe rapidement le commerce du vin de table en installant ses premières usines d'embouteillage à Dakar, Conakry, Abidjan et Libreville. C'est précisément dans la capitale gabonaise qu'a lieu, en 1965, une rencontre qui va changer la nature de son entreprise. Selon le récit qu'en fait Pierre Castel, il y croise dans un bar de la ville « un jeune homme qui prétendait être le secrétaire du président,

Léon Mba, et qui voulait m'organiser un rendez-vous avec lui. Je ne le croyais pas vraiment, mais, le lendemain, je me suis rendu devant le palais présidentiel, où il m'attendait en effet »². Le secrétaire en question n'est autre qu'Albert-Bernard Bongo, qui deviendra à son tour, quelques années plus tard, l'indétrônable président gabonais et prendra finalement le prénom d'Omar. Il lui présente donc Léon Mba, qui cherche un industriel disposé à se lancer dans l'activité brassicole pour réduire la dépendance du pays aux importa-

1 Th. Fabre, « Comment Pierre Castel a fait fortune en Afrique » [Interview de Pierre Castel], *Challenges*, 11 juillet 2014 - https://www.challenges.fr/entreprise/comment-pierre-castel-a-fait-fortune-en-afrique_70092.

2 J. Baudouin, « Pierre Castel, l'empereur du vin », *Le Monde*, 10 juin 2013 - https://www.lemonde.fr/argent/article/2013/06/10/pierre-castel-l-empereur-du-vin_3426545_1657007.html.



Photo : jbdodane, Flickr - CC

tions de boissons. L'affaire est conclue, qui donne naissance à la *Société des Brasseries du Gabon* (Sobraga). Une première usine brassicole est construite à Libreville, puis d'autres à Franceville (1971), Port-Gentil (1972), Oyem (1976) et Mouila (1983).

Encouragé par son succès gabonais, le groupe *Castel* cherche à développer son activité. Il investit dans la société des *Brasseries de Kinshasa*, puis en République centrafricaine et au Mali. Mais le marché de la bière en Afrique francophone est alors, pour l'essentiel, sous la coupe d'une vieille entreprise coloniale, la société des *Brasseries et Glacières Internationales* (BGI) (cf. encadré *De l'Indochine à l'Afrique, une héritière coloniale*), qui contraint ses ambitions. Alors quand en 1990 la *Compagnie du Midi*, propriétaire des BGI, décide de vendre, Pierre Castel n'hésite pas : avec l'aide de la Banque *Worms*, il rachète l'entreprise qui lui ouvre les portes des marchés de la bière et des boissons gazeuses du Sénégal, du Niger,

du Burkina Faso et surtout de la Côte d'Ivoire et du Cameroun.

L'acquisition des *Brasseries et Glacières internationales* fait surtout de *Castel* le leader des boissons en Afrique francophone, une position que le groupe n'aura de cesse de consolider au gré des opportunités et des privatisations, dont *Castel* sera, sur le continent, l'un des grands bénéficiaires³. De la Guinée à Madagascar, du Tchad à la République démocratique du Congo, l'empire brassicole de Pierre Castel s'étend aujourd'hui sur près de vingt-cinq pays. Et si les acquisitions se font plus rares – les dernières, en 2016 et 2018, sont celles des brasseries du danois *Carlsberg* au Malawi, du belge *Unibra* en Éthiopie et du brasseur local *Raya Brewery*, également en Éthiopie – c'est tout simplement parce que le marché africain est aujourd'hui presque totalement consolidé entre quatre grands acteurs internationaux (cf. Chapitre 2, *Le grand « Yalta brassicole »*).

3 O. Blamangin, « Castel, l'empire qui fait trinquer l'Afrique », *op. cit.*

De l'Indochine à l'Afrique, une héritière coloniale



Lorsqu'il rachète, en 1990, les *Brasseries et glaciers internationales* (BGI), le groupe *Castel* met la main sur une vieille héritière coloniale. La société plonge en effet ses racines en Extrême-Orient où, dans les années 1880, Victorin et Gabriel Larue, anciens de la marine, fondent les établissements *Larue Frères*. L'entreprise familiale, d'abord spécialisée dans la fabrication de glace à Saïgon, se développe rapidement en implantant des manufactures de glace et de boissons gazeuses à Phnom-Penh (Cambodge), Hanoï et Haiphong (protectorat du Tonkin) et Tourane (protectorat d'Annam) et en installant une première brasserie dans le quartier de Cholon à Saïgon, où elle produit notamment la célèbre « 33 export » – du nom de son contenant de 33 cl. Naissent ainsi les *Brasseries et glaciers d'Indochine*, premières BGI, qui se constituent officiellement en société anonyme en 1927, à l'occasion de la succession Larue, dont les affaires sont reprises par la maison de négoce Denis Frères, avec le soutien de la *Banque de l'Indochine* et de la *Banque Gaston-Dreyfus*.

Des augmentations de capital successives financent la croissance externe de la nouvelle entreprise. Dès la fin 1927, les BGI prennent le contrôle de la *Brasserie Hommel* de Hanoï, créée en 1892. Elles rachètent les usines de glace de Thudaumôt (1928), de Vinh-Hoi (1929), le producteur de sodas et de boissons gazeuses de Saïgon *Singapore Soda Frazer & Neave* (1933) et prend une participation significative au capital des *Brasseries de Bohême*, installées à Hanoï (1938). Les BGI se trouvent ainsi rapidement en situation de quasi-monopole – déjà ! – sur la production de bière, de glace et de boissons gazeuses dans les possessions françaises indochinoises.

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, les *Brasseries et glaciers d'Indochine* se lancent à la conquête de nouveaux marchés, en métropole mais

aussi en Afrique. En 1948, elles fondent à Douala la *Société Anonyme des Brasseries du Cameroun* (SABC), première brasserie industrielle de ce qui est encore à l'époque l'Afrique équatoriale française. Au début des années 1950, alors que l'indépendance du Laos, du Cambodge et du Nord-Vietnam devient inéluctable, elles rapatrient des capitaux d'Indochine pour ouvrir les *Brasseries et Glaciers d'Algérie* (nationalisées en 1975), avant de reprendre en 1970 les actifs brassicoles ouest-africains de la *Société de Participation des Industries Agro-alimentaires* (Sogepal), notamment au Sénégal (Soboa), en Côte d'Ivoire (Bracodi), au Burkina Faso et au Niger. Avec la chute de Saïgon, en 1975, les *Brasseries et Glaciers d'Indochine* sont contraintes d'abandonner définitivement l'Extrême-Orient. Elles changent de nom, sans changer de sigle, pour devenir les *Brasseries et Glaciers Internationales*.

Les nouvelles BGI recentrent alors leurs activités sur la France et l'Afrique. En métropole, leurs brasseries (Drancy, Paris, Saint-Amand-les-Eaux, Chalon, Yütz et Marseille) sont regroupées au sein d'une holding, l'*Union de Brasseries*, qui prend en 1980 le contrôle du groupe *Pelforth*. En 1986, elles sont fusionnées avec la filiale française d'*Heineken*, dans le cadre d'une alliance avec le géant néerlandais, pour former la *Française de brasserie*. Le rapprochement sera de courte durée puisque l'actionnaire des BGI, la *Compagnie d'assurance du Midi*, cède à *Heineken* ses participations dans la nouvelle société dès 1988. Deux ans plus tard, le groupe *Castel* (65 %) et la *Banque Worms* (35 %) rachètent, pour 1,4 milliards de francs, les *Brasseries et Glaciers Internationales* et ses usines africaines, qui passent sous le contrôle exclusif de *Castel* en 1993.

Sources : <http://www.entreprises-coloniales.fr/inde-et-indochine.html> ; Marie-Françoise Durand, *Bières et boissons gazeuses en Afrique de l'Ouest francophone : aspects économiques, sociaux et culturels*, Thèse de doctorat, Université de Paris 4, 1996.

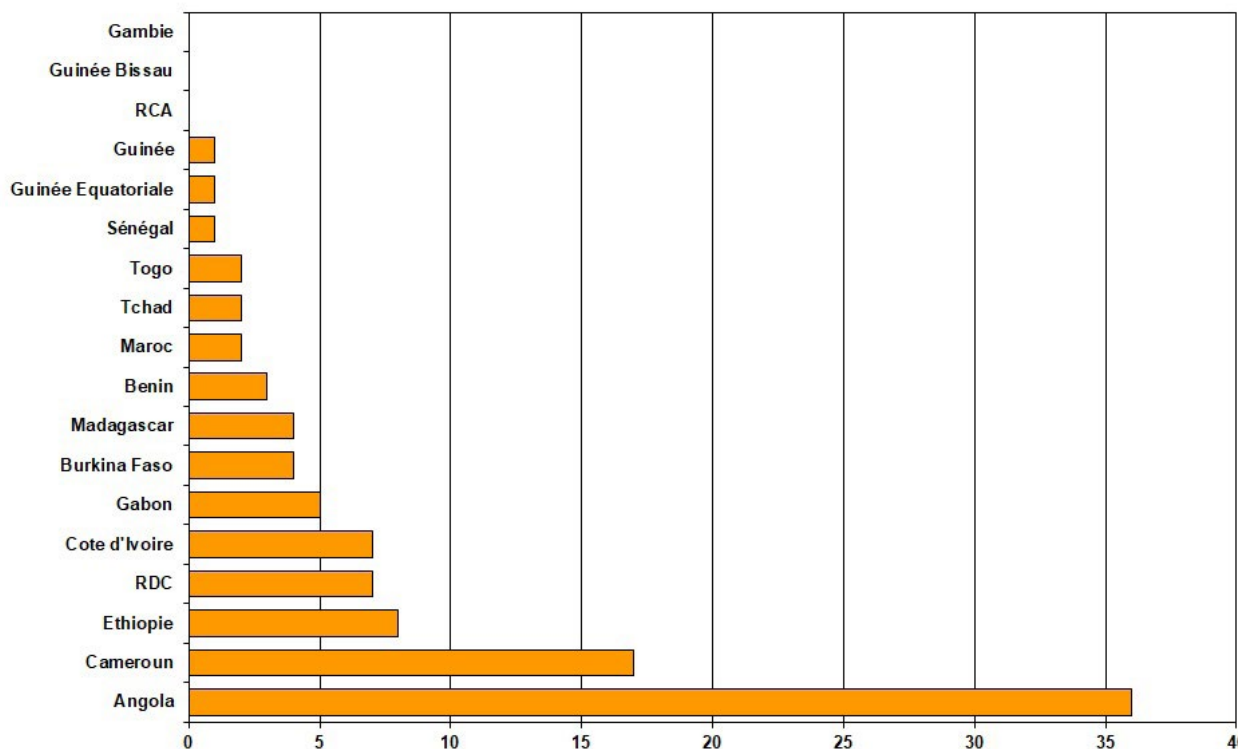
2. Faire des ronds en dehors du pré carré

De l'histoire coloniale des BGI, *Castel* a donc hérité un solide ancrage en Afrique francophone, qu'il a su développer jusqu'à être présent dans la quasi-totalité des pays de la zone. Mais une des raisons de sa réussite est sans doute d'avoir, très tôt, cherché à dépasser ce « pré carré » traditionnel pour s'implanter sur les marchés les plus dynamiques de l'Afrique anglophone et lusophone. Il s'installe ainsi, dès le début des années 1990, en Angola avant de s'imposer, au milieu des années 2000, comme le principal acteur brassicole du pays. Depuis lors, la consommation moyenne de bière par habitant y a plus que doublé pour devenir, avec le Gabon, la plus élevée du continent. À lui seul, l'Angola a représenté jusqu'au tiers de la production totale du groupe, un peu moins aujourd'hui (Fig. 1).

Dans le même élan de diversification géographique, *Castel* a profité, en 1998, de la privatisation de la plus ancienne brasserie éthiopienne, *Saint-Georges*, pour mettre un pied en Afrique de l'Est et devenir leader, au coude à coude avec *Heineken*, sur un des marchés émergents les plus prometteurs. Plus récemment, en 2008, un accord avec le groupe allemand *Warsteiner* lui a permis de racheter un de ses rares concurrents sur le marché camerounais, la SIAC et sa marque *Isenbeck*, d'acquérir l'unique brasserie de Gambie, petit pays anglophone enclavé dans le Sénégal, mais surtout de se lancer à l'assaut de l'énorme marché du Nigeria, avec la prise de contrôle de la brasserie d'Ilesha.

Les années 2000 sont aussi celles d'une offensive sur les pays du Maghreb, d'abord en Algérie (2002), puis avec la prise de contrôle de la *Société des brasseries du Maroc* (2003) et

Fig. 1 : Part (en %) de chaque pays dans la production totale de bière du groupe Castel en Afrique (2015)



Source : Deutsche Bank Markets Research, *Beer, the rising star of Africa*, FITT Research, 4 février 2015.



Photo : Linda De Volder, Flickr - CC

de la *Société frigorifique et brasserie de Tunis* (2006). À la même période, ces velléités expansionnistes conduisent le groupe jusqu'au Caucase, où il tente de reproduire son « modèle africain ». Il rachète des brasseries en Azerbaïdjan, en Géorgie ou en Arménie. Pour Pierre Castel, « ces marchés fonctionnent comme l'Afrique : ils sont petits, mais une fois qu'on y est installé, on est en situation de quasi-monopole »⁴. Et d'ajouter : « en Géorgie, je négocie directement avec Chevardnadze », comme il le fait avec les chefs d'État du continent africain. Pour autant, sans que l'on sache très bien pourquoi, l'aventure caucasienne s'achève dès le milieu des années 2000, avec la cession de ces actifs. L'expérience d'un retour au Vietnam, tentée quelques années plus tôt, n'eut pas plus de succès.

3. Un empire de la bière, des sodas, de l'eau et du sucre

C'est donc un véritable empire de la bière, et plus généralement de la boisson, que Castel a construit en Afrique (Fig. 2). Car un large éventail de boissons gazeuses et de jus de fruits sort également des chaînes d'embouteillage du groupe, sous ses propres marques – Youki en Afrique de l'Ouest, D'jino en Afrique centrale, Top au Cameroun, Boga en Tunisie, XXL Energy, etc. – ou, sous licence, pour *The Coca-Cola Company*. Le leader mondial du secteur lui a en effet confié, dans une quinzaine de pays principalement francophones, la fabrication et la distribution de ses boissons les plus emblématiques, Coca-Cola, mais aussi Fanta, Sprite, Nestea ou Minute Maid. Au milieu des années 2010, *Castel* assurait ainsi 20 %

4 A. Denis, « Pierre Castel, l'Africain de Bordeaux, ne jure plus que par la bière et l'eau minérale », *Les Échos*, 11 août 1997 - https://www.lesechos.fr/11/08/1997/LesEchos/17455-041-ECH_pierre-castel-l-africain-de-bordeaux-ne-jure-plus-que-par-la-biere-et-l-eau-minerale.htm.

de la production du géant mondial d'Atlanta sur le continent⁵. L'alliance est ancienne – elle remonte au début des années 1960 pour la *Société anonyme des brasseries du Cameroun* – pour le plus grand profit des deux partenaires qui sont aussi quelquefois concurrents, ce qui n'est pas sans créer quelques tensions⁶.

Dans les années 1990, *Castel* a également investi le secteur des eaux minérales, jusqu'à talonner les deux leaders sur le territoire français, *Danone* et *Nestlé*, grâce à la marque *Cristaline*, la plus vendue dans l'hexagone, et à l'acquisition des marques *Saint-Yorre*, *Thonon*, *Vichy Célestins* ou *Pierval*. En 2008, à la surprise générale, le groupe s'est séparé de ses activités françaises dans l'eau en bouteille⁷ tout en maintenant la production africaine. Il domine toujours ce segment dans quelques pays – *Tangui* au Cameroun, *Awa* en Côte d'Ivoire, *Andza* au Gabon, etc. Un secteur en pleine croissance mais très concurrentiel que convoite également *The Coca-Cola Company*, en quête de diversification.

Le développement de *Castel* sur le marché des boissons gazeuses a logiquement conduit le groupe à investir l'industrie du sucre, une matière première indispensable à la fabrication des sodas. Il a ainsi racheté, dans un premier temps, les usines sucrières de Côte d'Ivoire,

de République centrafricaine et du Gabon, avant d'absorber son principal concurrent dans la région, le groupe *Somdiaa* (cf. encadré *La guerre du sucre n'aura pas lieu*), producteur de sucre au Cameroun, au Congo et au Tchad, également implanté dans la minoterie au Gabon, au Cameroun, au Togo et sur l'île de la Réunion. Avec un chiffre d'affaires de 446 millions d'euros en 2019, les activités sucrières et de minoterie représentent près de 8 % du chiffre d'affaires consolidé du groupe (cf. Tabl. 1).

Plus récemment, et avec des résultats plus contrastés, *Castel* s'est lancé dans la production d'huile végétale. Dès 2007, le groupe a planté près d'un million d'oliviers dans la région marocaine de Meknès, où il possède également d'importants domaines viticoles via la *Société de vinification et de commercialisation du Maroc* (SVCM). Surtout, il noue en 2012 une alliance stratégique avec le groupe *Avril* (ex-*Sofiproteol*), leader français du secteur (marques *Lesieur* et *Puget*), pour prendre le contrôle de l'huilier marocain *Lesieur Cristal*. L'année suivante, une filiale commune, *Copéol Holding Ltd*, est créée pour regrouper leurs actifs dans la production et la transformation de l'arachide en Guinée, en Côte d'Ivoire et au Sénégal. En 2018, *Avril* prend le contrôle de la marque italienne *Costa d'Oro* avec l'appui du groupe *Castel*, pour se hisser au troisième rang mondial du marché de l'huile d'olive de marque.

5 Deutsche Bank Markets Research, *Beer, the rising star of Africa*, FITT Research, 4 février 2015, p. 54. La société *Coca-Cola Beverages Africa* (CCBA) occupe la première place sur le marché africain des marques de Coca-Cola, avec près de 40 % de la production, notamment en Afrique du Sud, au Kenya ou en Éthiopie.

6 M. Douet, « Castel, le casse-tête africain de Coca-Cola », *Jeune Afrique*, 27 février 2017 - <https://www.jeuneafrique.com/mag/405587/economie/boissons-castel-casse-tete-africain-de-coca-cola/>.

7 Le groupe *Castel* s'est séparé des 60 % de participations qu'il détenait dans la holding de la branche eaux, *Alma SA*, revendue pour 600 millions d'euros à son associé, Pierre Papillaud (51 %), et au groupe japonais *Otsuka* (49 %).

L'EMPIRE CASTEL EN AFRIQUE

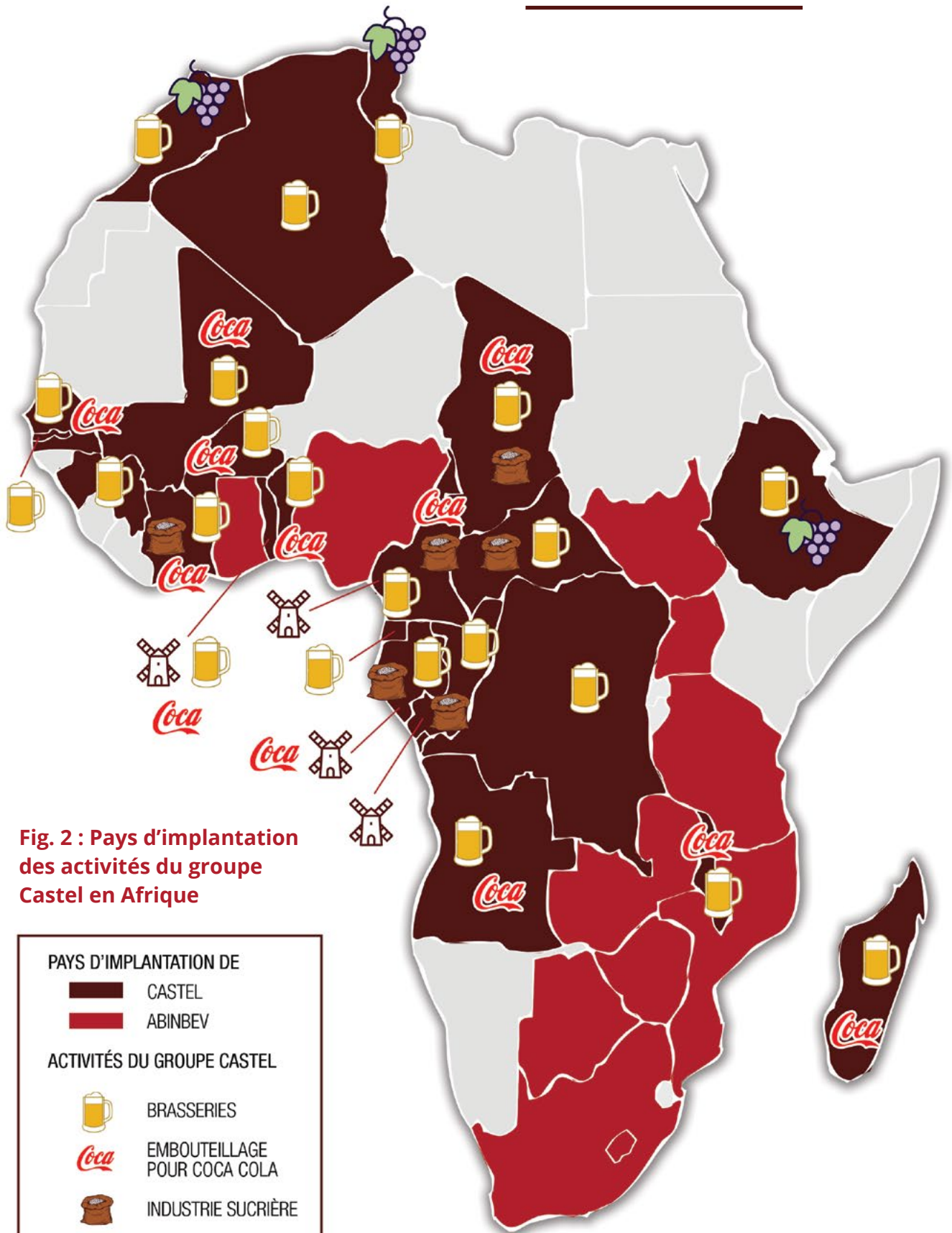


Fig. 2 : Pays d'implantation des activités du groupe Castel en Afrique

PAYS D'IMPLANTATION DE

-  CASTEL
-  ABINBEV

ACTIVITÉS DU GROUPE CASTEL

-  BRASSERIES
-  EMBOUTEILLAGE POUR COCA COLA
-  INDUSTRIE SUCRIÈRE
-  MINOTERIE
-  VIGNOBLES

LA GUERRE DU SUCRE N'AURA PAS LIEU



En 1998, lorsque le gouvernement du Cameroun se lance dans la privatisation de la *Camsuco*, principale entreprise sucrière du pays, deux concurrents sont sur les rangs : le groupe *Castel*, désireux de racheter le premier fournisseur de sucre de ses brasseries camerounaises, et *Somdiaa*, un autre groupe emblématique de la galaxie française, dirigé par Alexandre Vilgrain, par ailleurs propriétaire depuis 1991, aux côtés de l'État congolais, de la *Société agricole de raffinage industriel du sucre* (Saris) du Congo. C'est finalement *Somdiaa* qui l'emporte, en offrant 11 milliards de FCFA, contre seulement 4 milliards pour le groupe brassicole. Quelques mois plus tard, Castel prend sa revanche au Gabon, un pays où il cultive de nombreuses amitiés, en remportant la sucrerie de la *Sosuhô*, alors que *Somdiaa* en assurait jusqu'alors la gestion. Au printemps 2000, c'est à nouveau *Somdiaa* qui coiffe sur le poteau le groupe *Castel* pour le rachat des installations sucrières de la *Sonasut* du Tchad, tandis qu'en 2003, *Castel* gagne la *Société de gestion des sucreries centrafricaines* (Sogesca) pour 2,2 milliards de FCFA.

Une guerre du sucre allait-elle éclater en Afrique centrale entre *Castel* et *Somdiaa*, comme s'en inquiète la presse française¹ ? Non, contre toute attente. Une alliance s'est même nouée entre les deux groupes français. En 2011, les activités sucrières de *Castel*, regroupées dans la holding *Sucaf*, sont cédées à *Somdiaa* contre une prise de participation de 45 % et une montée progressive de *Castel* au capital de son partenaire, qu'il contrôle aujourd'hui presque totalement (87,45 %). L'ensemble des productions sucrières du groupe est maintenant commercialisé sous une marque unique, Princesse Tatie.

En Afrique centrale, le marché du sucre est bien peu concurrentiel. Il l'est d'autant moins que, dans chaque pays, une seule société est généralement chargée de la transformation de la canne à sucre et qu'à l'occasion des privatisations, chaque entreprise a négocié

des conditions d'exploitation particulièrement favorables. En reprenant la *Sosuhô* au Gabon, rebaptisée *Sucaf-Gabon*, le groupe *Castel* s'est par exemple engagé à investir 15 milliards de FCFA sur cinq ans contre un monopole de l'importation et de la production de sucre². Idem en République centrafricaine où les activités de la nouvelle entreprise, *Sucaf-RCA*, sont protégées pour 10 ans par un monopole de production et d'importation, qui a immédiatement entraîné une forte augmentation du prix du sucre sur le marché intérieur³. En République du Congo, un des rares pays producteurs excédentaires de la zone, les importations de sucre raffiné sont prohibées, sauf pénurie⁴.

En fusionnant les activités sucrières des deux entreprises, le groupe *Castel* a construit un véritable monopole de production sur l'ensemble des pays de la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC), protégé par un tarif extérieur commun sur les importations que l'OMC juge prohibitif⁵. Autant dire qu'avec une telle position, l'entreprise pèse sur la réglementation de la CEMAC en matière de régulation du marché commun du sucre et parvient à inscrire la lutte contre la fraude et la contrebande, qui lui causent tant de tort, dans les priorités des États membres. Le chantage à l'emploi n'est jamais loin, qui permet par exemple à la *Sosucam* d'obtenir régulièrement des autorités camerounaises la suspension des autorisations d'importation de sucre⁶.

2 OMC, *Examen des politiques commerciales : rapport du secrétariat sur le Gabon*, 28 mai 2001, p. 51.

3 OMC, *Examen des politiques commerciales : rapport du secrétariat sur les pays de la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC)*, 12 décembre 2013 [version révisée], p. 355-357.

4 *Id.*, p. 234.

5 *Id.*, p. 57-59.

6 « Suite aux plaintes de Sosucam, filiale camerounaise de Somdiaa, le Cameroun suspend l'importation du sucre », Agence Ecofin, 4 mai 2018 - <https://www.agenceecofin.com/sucre/0405-56652-suite-aux-plaintes-de-sosucam-filiale-camerounaise-de-somdiaa-le-cameroun-suspend-limportation-du-sucre>.

1 « Guerre du sucre entre Somdiaa et Castel », *La lettre du continent*, 19 avril 1999.

4. Le sens de « l'amitié »

Administrateur du Conseil français des investisseurs en Afrique noire (CIAN), le lobby des entreprises françaises installées au sud du Sahara, Pierre Castel est naturellement de toutes les rencontres patronales avec les chefs d'État, que ce soit à l'occasion de leurs visites officielles à Paris ou lors des déplacements de l'hôte de l'Élysée sur le continent africain. La présidence de l'organisation patronale est d'ailleurs assurée par Alexandre Vilgrain, président de *Somdiaa*, devenue une des filiales du groupe.

Le groupe sait s'adjoindre les services de personnalités influentes, comme celle de Jean Pierre Cantegrit, l'ancien président du groupe d'amitié France - Afrique centrale du Sénat⁸. À ce poste de « chargé des relations extérieures », le parlementaire aurait lui-même succédé au très proche conseiller du président Mitterrand, François de Grossouvre⁹. Mais Pierre Castel a surtout su entretenir une grande proximité avec les dirigeants et chefs d'État des pays dans lesquels le groupe intervient. Il ne s'en cache pas : « j'ai connu tous ces hommes politiques à leurs débuts, on a créé des liens et des amitiés »¹⁰. D'Omar Bongo, avec lequel il s'est lié dès les années 1960, au togolais Gnassingbé Eyadema ou au burkinabè Blaise Compaoré, ses réseaux incluent une belle brochette de dictateurs. Pierre Castel collectionne les médailles, comme celle de Grand

officier de l'Ordre national de la valeur du Cameroun ou de Grand officier de l'Ordre national de la République de Côte d'Ivoire, une distinction que lui a personnellement remise son ami Alassane Ouattara. Selon le magazine *Jeune Afrique*, sa proximité avec l'actuel chef de l'État ivoirien ne l'a pas empêché de jouer discrètement les intermédiaires pour son prédécesseur, Laurent Gbagbo, dans ses difficiles négociations avec Jacques Chirac¹¹. Pour le journaliste Antoine Glaser, Pierre Castel aurait également joué, dans l'ombre, un rôle dans l'accession au pouvoir de François Bozizé en République centrafricaine : « en échange de son soutien, il a obtenu que ses hommes remplacent les douaniers locaux pour lutter contre les contrebandiers qui menacent son empire du sucre dans la région »¹². Quitte à confier à un sulfureux mercenaire, ancien de l'OAS, la direction de cette « douane parallèle »¹³.

Autant « d'amitiés » aux sommets qui peuvent s'avérer très profitables. Le meilleur exemple en est sans doute l'Angola, où Pierre Castel est réputé très proche de l'ancien président José Eduardo Dos Santos, resté 38 ans à la tête du pays. Au milieu des années 1990, le groupe *Castel* se voit confier la réhabilitation et la gestion des brasseries de la *Companhia União de Cervejas de Angola* (CUCA), qui domine le marché national avec l'emblématique bière Cuca. Cette première implantation angolaise lui permet de devenir, en 2005, le principal bénéficiaire de la privatisation des entreprises brassicoles, naturellement

8 M. Mathieu et M. Hajdenberg, « Cantegrit, 78 ans, sénateur et roi du mélange des genres », *Médiapart*, 13 septembre 2011 - <https://www.mediapart.fr/journal/france/120911/senatoriales> ; O. Blamangin, « Castel, l'empire qui fait trinquer l'Afrique », *op. cit.*

9 M. Mathieu et M. Hajdenberg, « Cantegrit, 78 ans, sénateur et roi du mélange des genres », *op. cit.*

10 J. Baudouin, « Pierre Castel, l'empereur du vin », *op. cit.*

11 « Gbagbo courtise Chirac », *Jeune Afrique*, 4 mars 2003 - <https://www.jeuneafrique.com/132103/archives-thematique/gbagbo-courtise-chirac/>.

12 A. Glaser, *Arrogant comme un Français en Afrique*, Ed. Fayard, Paris, 2016.

13 « La saga des super-douaniers privés », *La lettre du continent*, n°524, 13 septembre 2007.



attribuées sans appel d'offre. Comme le souligne le journaliste Rafael Marques de Morais, une figure de la lutte contre la corruption en Angola, le montage adopté permet de préserver les intérêts économiques du clan au pouvoir à Luanda. Castel se voit ainsi attribuer 13 % du capital des brasseries CUCA¹⁴, via sa holding *BIH Angola Ltd* domiciliée à Gibraltar, aux côtés de la *União de Cervejas e Bebidas de Angola* (UCERBA, 36 %) et de la *Sociedade Angolana de Bebidas de Angola* (SOBA, 50 %), l'État angolais conservant le 1 % restant avec droit de veto sur certaines décisions. Mais derrière la société SOBA se cachent en fait la même *BIH Angola Ltd*, qui en détient 75 % – ce qui porte à 63 % le contrôle effectif de *Castel* sur la CUCA – et surtout la *Sociedade de Gestão e Participações Financeiras* (GEFI), qui est tout simplement la holding financière du MPLA¹⁵, le parti au pouvoir à Luanda. Quant à l'UCERBA, elle rassemble des investisseurs nationaux, notamment le groupe *Gema SA*, un « monstre » de l'économie angolaise – il détient des participations aussi bien dans le secteur pétrolier que dans les mines, la construction, la banque, le commerce et l'agriculture – dont les actionnaires se recrutent au sein des ministres, députés, généraux de l'armée et responsables de la police et de leur famille¹⁶. Les conflits

14 Le groupe *Castel* reprend également les participations minoritaires d'*Heineken* dans les brasseries *Empresa Angolana de Cervejas* (EKA) et *Nova Empresa de Cervejas de Angola* (NOCAL).

15 R. Marques de Morais, « MPLA Ltd : The business interests of Angola's ruling elite », *Pambazuka News*, 11 février 2010 - <https://www.pambazuka.org/governance/mpla-ltd>.

16 R. Marques de Morais, « The Influence-Peddling of Grupo Gema », *Maka Angola*, 2 décembre 2009 - <https://www.makaangola.org/2009/12/the-influence-peddling-of-grupo-gema/>. Le même groupe *Gema* est par ailleurs un des actionnaires fondateurs, aux côtés de *SABMiller*, de l'embouteilleur *Coca-Cola Bottling Luanda* dont le contrôle a été transféré à *BIH Angola Ltd* en 2012, à l'occasion d'échanges de participations entre *Castel* et *SABMiller* en Angola et au Nigeria.



d'intérêts potentiels qui résultent de ces montages, avec des actionnaires qui appartiennent aux mêmes cercles que celles et ceux qui fixent les règles ou contrôlent l'activité brassicole, n'ont jamais freiné *Castel* dans ses investissements en Angola, troisième plus important marché de la bière du continent, après l'Afrique du Sud et le Nigeria. Et l'un des marchés les plus rentables de l'empire *Castel*, qui lui assure de confortables profits. En 2014, les bénéfices de la seule holding *BIH Angola Ltd* dépassaient ainsi les 100 millions d'euros, près de trois fois le résultat annuel de la branche vinicole du groupe dans son ensemble.

Depuis, le clan Dos Santos a été évincé du pouvoir, privant *Castel* de ses contacts au plus haut niveau de l'État¹⁷. Surtout, l'Angola se trouve plongé dans une grave crise économique consécutive à l'effondrement des prix de sa première ressource, le pétrole, et les résultats du groupe s'en ressentent. Sa production s'est effondrée. Il a été contraint à d'importantes provisions

pour risque de dépréciation de ses actifs et a subi de lourdes pertes de change. Il a dû mener bataille contre les restrictions de la Banque centrale d'Angola sur les sorties en devises et le paiement des dividendes. Mais les nuages semblent aujourd'hui se dissiper. Les déboires judiciaires d'Isabelle Dos Santos, richissime fille de l'ancien potentat angolais impliquée dans de nombreuses affaires de détournement de fonds et de corruption, pourraient même faire les affaires du groupe *Castel*. Au milieu des années 2010, celle que les Angolais surnomment la « princesse » s'était lancée dans la production de bière avec la création de la *Sociedade de Distribuição de Bebidas de Angola* (Sodiba) et la volonté d'ébranler le quasi-monopole brassicole du français en Angola. En décembre 2019, le tribunal provincial de Luanda a ordonné la saisie préventive des actifs d'Isabelle Dos Santos et de son mari, dont le brasseur Sodiba. La société est, depuis, en grande difficulté¹⁸.

17 « Pierre Castel en mission lobbying auprès de João Lourenço », *Africa Intelligence*, 6 juin 2018.

18 Rui Neves, « Cervejeira de Isabel dos Santos que produz Sagres em Angola em risco de falência », *Negócios*, 5 février 2020 - <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/industria/detalhe/fabrica-de-isabel-dos-santos-que-produz-sagres-em-angola-em-risco-de-falencia>.

2. Quand la bière vaut de l'or

L'exemple angolais, au cœur de l'empire *Castel*, est finalement assez emblématique du marché brassicole africain : il est un des plus dynamiques au monde, mais aussi l'un des plus monopolistiques et surtout un des plus profitables. Autant de raisons qui aiguïssent l'appétit des multinationales de la boisson pour le continent. Le rachat en 2016 du leader de la bière en Afrique, le britannique *SABMiller*, par le numéro un mondial du secteur, le belgo-brésilien *AB InBev* en témoigne : ce dernier a déboursé un peu plus de 100 milliards de dollars pour acquérir son concurrent, dans ce qui est aujourd'hui la plus importante fusion-acquisition de l'histoire de l'industrie agro-alimentaire. L'accès au réservoir de croissance du marché africain, dont *AB InBev* était jusque-là absent, est clairement une des principales motivations de cette transaction hors norme¹.

1. Le nouvel eldorado des multinationales de la brasserie

Le marché international de la bière est en effet en plein bouleversement. La consommation est en berne sur les marchés d'Europe de l'Ouest et d'Amérique du Nord, tandis que la croissance des marchés sud-américains et surtout asiatiques, qui avaient pris le relais,

s'essoufflent. Dans ce contexte, le continent africain apparaît comme la nouvelle frontière de l'industrie brassicole. La consommation moyenne de bière par habitant y reste faible, autour de 9 à 10 litres par an, quand elle dépasse 100 litres/habitant/an en Allemagne, 74 litres aux États-Unis ou 60 litres au Brésil². Au sud du Sahara, seuls la Namibie et le Gabon se placent dans le « Top 25 » des consommateurs de bières mondiaux. Pour les industriels de la bière, le potentiel africain est donc considérable, avec un continent qui s'urbanise rapidement et dont la « classe moyenne » est en augmentation spectaculaire.

La croissance africaine de la consommation de bière pourrait ainsi atteindre, selon un rapport de la *Deutsche Bank*, une moyenne de 8 % par an sur la décennie 2015-2025³, loin devant l'Asie et l'Amérique latine. L'Afrique subsaharienne représenterait alors, à elle seule, plus du tiers de la croissance mondiale du volume des ventes. Une situation qui alarme l'organisation mondiale de la Santé (OMS), selon laquelle « le continent africain fait face à un risque croissant lié à la consommation nocive d'alcool et à ses effets désastreux. Aucun autre produit de consommation, aussi largement disponible que l'alcool,

1 R. Gelin, « Fusion SAB Miller - AB Inbev : «objectif Afrique» », *Mirador/Gresea*, 11 décembre 2015 - <http://www.mirador-multinationales.be/divers/a-la-une/article/fusion-sab-miller-ab-inbev-objectif-afrique>.

2 Kirin holding, *Kirin Beer University Report Global Beer Consumption by Country in 2016*, 21 décembre 2017 - https://www.kirinholdings.co.jp/english/news/2017/1221_01.html.

3 Deutsche Bank Markets Research, *Beer, the rising star of Africa*, FITT Research, 4 février 2015.



n'entraîne autant de morts prématurées et de problèmes de santé »⁴. L'organisation internationale s'inquiète en particulier des politiques de marketing très offensives menées par les industriels de la boisson, dont les publicités s'étalent dans les rues, lors d'événement sportifs ou culturels sponsorisés, ou s'imposent sur les écrans. « Les adolescents et les jeunes adultes sont devenus le public cible spécifique des vendeurs d'alcool [...], présenté comme un emblème du succès et un symbole d'héroïsme, de courage et de virilité ». « Dans ces pays en développement, dont le marché n'est pas saturé, la publicité et la promotion de l'alcool ont une incidence beaucoup plus forte sur le niveau de consommation que dans les pays occidentaux »⁵.

De fait, dans la plupart des pays africains, le cadre réglementaire sur la commercialisation ou la publicité des boissons alcoolisées est peu contraignant. Les gouvernements s'en remettent ainsi à une hypothétique « autorégulation » des industriels, qui ont en réalité le champ libre pour mener des campagnes marketing toujours plus agressives.

2. Le grand « Yalta brassicole »⁶

Le groupe *Castel* compte naturellement profiter de cette croissance des marchés africains. Selon les analystes de la *Deutsche Bank*, il pourrait voir ses ventes de bière doubler d'ici à 2025, sans nouvelles acquisitions, par la seule croissance des marchés sur lesquels il est implanté. Une tendance que confirment

4 <https://www.afro.who.int/fr/node/516>. Consulté le 27 novembre 2020.

5 A. De Bruijn, *Alcohol Marketing Practices in Africa – Findings from the Gambia, Ghana, Nigeria and Uganda*, WHO, regional office for Africa / STAP, 2011 - <https://apps.who.int/iris/handle/10665/109914>.

6 O. Blamangin, « Castel, l'empire qui fait trinquer l'Afrique », *op. cit.*

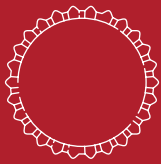
les résultats financiers de la multinationale, avec un chiffre d'affaires net dans la brasserie et les soft-drinks qui a progressé de 24 % en seulement quatre années, de 2014 à 2017⁷. Dans le même temps, son chiffre d'affaires dans le négoce du vin se tassait de 2,8 %.

Cette croissance est d'autant mieux assurée que le marché brassicole africain de la bière est également caractérisé par une très forte concentration, avec quatre multinationales qui se partagent la quasi-totalité des ventes. Le belgo-brésilien *AB Inbev* (ex-*SABMiller*) occupe sans conteste la plus haute marche du podium, grâce à son implantation ancienne en Afrique australe et de l'Est et ses marques *Castle Lager*, *Black Label*, *Safari* ou *Eagle*. Le groupe *Castel* (marques *Flag*, *Castel Beer*, *33 Export*, etc.), occupe la seconde ou la troisième place, selon les analystes, au coude à coude avec le néerlandais *Heineken* (marques *Heineken*, *Primus*, *Star* ou *Mützig*), surtout implanté en Afrique centrale, en Égypte et au Nigeria. Vient ensuite l'anglais *Diageo* (*Guinness*, *Tusker*) avec des brasseries au Nigeria, en Afrique de l'Est et au Cameroun. Quelques acteurs nationaux, comme *Namibia Breweries* et sa marque *Windhoek* – entreprise dans laquelle le groupe *Heineken* détient une participation minoritaire – résistent encore, mais la plupart des brasseurs indépendants ont été absorbés par les mastodontes du secteur.

Malgré la présence de ces quatre grands acteurs, le marché africain reste peu concurrentiel. Héritière de l'industrie coloniale, la production et la distribution de bière est un secteur de rente, avec généralement un seul brasseur par pays ou, en tout cas, un

acteur ultra-dominant. *Castel* dispose ainsi d'un quasi-monopole dans une quinzaine de pays francophones et lusophones et domine très largement les marchés tunisien (face à *Heineken*), burkinabé (face à l'indien *Libs*) ou camerounais (face à *Diageo* et à l'*Union camerounaise des brasseries* de la famille Kadji) ; *AB InBev* n'a guère de concurrents en Zambie, au Zimbabwe, au Botswana et au Swaziland et domine les marchés tanzanien et ougandais (face à *Diageo*). *Diageo* est en situation de quasi-monopole au Kenya, *Heineken* en Égypte et au Burundi. Il est par ailleurs difficile pour un nouvel arrivant de se faire une place sur un marché national. Les importations sont généralement taxées à des taux dissuasifs – en moyenne 27 % pour la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (Cemac) par exemple – qui se cumulent aux droits d'accise (taxes spécifiques sur l'alcool) et à la TVA. Pour se lancer dans la production, le coût d'entrée est lui-même élevé : il faut, naturellement, installer ses usines de production, mais aussi suppléer les carences publiques en matière d'approvisionnement en eau potable et en énergie et construire un réseau de diffusion et de collecte des consignes qui permette d'atteindre le consommateur, jusque dans le plus petit village. En définitive, les grands groupes brassicoles africains ont, jusqu'ici, préféré s'entendre plutôt que de s'affronter ouvertement. L'alliance la plus importante lie tout simplement, par échanges de participations, le premier brasseur du continent, *AB InBev*, avec le numéro deux, *Castel* (cf. encadré *SABMiller et Castel, une alliance stratégique*). *Heineken* et *Diageo* ne sont pas en reste, qui ont longtemps été partenaires en Afrique du Sud, en Namibie et au Ghana.

7 Cette croissance du chiffre d'affaires net est, pour partie, amplifiée par l'intégration complète de la Société Frigorifique et Brasserie de Tunis (SFBT) au périmètre de consolidation du groupe (intégration en 2015).



SABMiller et Castel, une alliance stratégique

Plutôt que de s'engager dans une guerre concurrentielle dévastatrice pour leurs marges, les deux premiers brasseurs du continent africain, SABMiller et Castel, ont préféré s'entendre. Ils ont conclu, en avril 2001, un pacte de non-agression qui s'est concrétisé par un échange de participations entre les deux groupes, très complémentaires du point de vue des implantations géographiques. *Investrat*, une filiale luxembourgeoise de Castel, est ainsi devenu propriétaire de 38 % des activités africaines du groupe SABMiller, hors Afrique du Sud. En échange, SABMiller recevait 20 % du capital des activités brassicoles et de boisson du groupe Castel, hors Algérie et Maroc où sa participation monte à 40 %.

En 2012, l'alliance stratégique entre les deux partenaires s'est renforcée. SABMiller a transféré à Castel ses actifs en Angola, notamment sa filiale *Coca-Cola Bottling Luanda*, contre une participation de 27,5 % dans *BHI Angola Ltd*, la holding des sociétés angolaises du groupe français. Dans le même temps, les activités

brassicoles de Castel au Nigeria ont été fusionnées avec celle de SABMiller dans une *joint-venture* commune opérée par l'entreprise britannique. En décembre 2019, le groupe Castel souscrivait ainsi à l'augmentation de capital de *SAB Miller Nigeria Holding BV* pour 222 millions de dollars afin de maintenir à 50 % sa participation dans cette société domiciliée aux Pays-Bas et accompagner l'offensive de son partenaire sur le marché nigérian, l'un des plus prometteurs du continent.

Le pacte conclu entre les deux principaux producteurs de bière en Afrique leur permet de contrôler, ensemble, près de 60 % du marché continental. Avec le rachat de SABMiller par AB InBev, Castel devient naturellement un partenaire incontournable du géant belgo-brésilien, leader mondial incontesté du marché brassicole. Carlos Brito, son Directeur général, ne s'y trompe pas, qui évoquait devant des analystes « une relation très importante que nous avons l'intention de continuer à développer et à faire évoluer »¹.

¹ Reuters, « AB InBev lauds SAB's partnership with Castel Group », 30 août 2016.

3. Positions dominantes et « montée en pression »

Pierre Castel n'en fait pas mystère : « Nous avons acquis des positions dominantes et depuis nous les défendons »⁸. Avec acharnement. Le groupe a la réputation de mener la vie dure à ses rivaux et rares sont les opérateurs à avoir tenu le choc de la confrontation. Il s'est aussi fait une spécialité de racheter ses concurrents, quitte

à y mettre le prix. *Les brasseries ivoiriennes* (LBI) du groupe *Eurofind* par exemple, venues défier le monopole de la *Solibra*, ont tenu deux ans avant d'être finalement reprises par Castel. La *Nouvelle brasserie de Madagascar* (NBM), un projet porté par le belge *Unibra*, a été absorbée par les brasseries *Star*, filiale de Castel, après seulement trois années de production (voir encadré **La Competition Commission of Mauritius condamne les brasseurs pour**

⁸ Th. Fabre, « Comment Pierre Castel a fait fortune en Afrique », *op. cit.*

pratiques anticoncurrentielles). L'homme d'affaire burkinabè Mohamed Panguéba Sogli s'est également lancé, au début des années 2000, dans l'aventure des *Brasseries du Faso (Brafaso)*, avec pour ambition affichée de s'attaquer au monopole de *Castel* dans ce pays. L'usine a été construite, les premières bouteilles de soda sont sorties des chaînes de production, la mise sur le marché des premières bières était annoncée comme imminente. Mais les

difficultés financières se sont accumulées autour de la nouvelle société, qui accuse *Castel* d'avoir pesé de tout son poids auprès des banques pour faire échouer le projet⁹. Toujours est-il que *Brafaso* a fermé ses portes en 2008, avant d'être mise en liquidation. Depuis, l'État burkinabè, reprenneur des murs et des machines, annonce régulièrement une relance de l'activité. Sans succès pour l'instant.

9 M. Douet, « Boissons : Castel défend sa citadelle en Afrique », *Jeune Afrique*, 14 décembre 2015 - <https://www.jeuneafrique.com/mag/282399/economie/boissons-castel-defend-citadelle-afrique/>.



La *Competition Commission of Mauritius* condamne les brasseurs pour pratiques anticoncurrentielles

Les pratiques anticoncurrentielles et les ententes sur les marchés nationaux sont très rarement condamnées par les autorités africaines. Ce fut pourtant le cas à l'île Maurice, où la *Competition Commission of Mauritius (CCM)* a enquêté sur une possible collusion – non reconnue par les parties – entre la filiale locale du groupe *Castel*, *Stag Beverages*, et son principal concurrent, *Phoenix Beverages*. Selon l'autorité mauricienne de la concurrence, dans une décision rendue en août 2014, les deux producteurs de bière et de boissons gazeuses se seraient entendus pour que *Stag Beverages* se retire du marché mauricien, garantissant ainsi un quasi-monopole à *Phoenix Beverages*, en échange de l'abandon par celui-ci du marché malgache, ce qui aura permis aux *Brasseries Star de Madagascar* – filiale du groupe

Castel – de mettre la main sur son unique concurrente, les *Nouvelles Brasseries de Madagascar*, dont *Phoenix Beverages* était le principal actionnaire aux côtés du groupe belge *Unibra*... lui-même en partenariat stratégique avec le groupe *Castel* pour la commercialisation, sur le continent africain, de sa marque *Skol* (voir encadré *Unibra, Castel et les Luxleaks : une affaire de licence*). Dans cette affaire, *Stag Beverages* et *Phoenix Beverages* ont été condamnés par la CCM au paiement d'une amende, respectivement de 6,6 et de 20,3 millions de roupies mauriciennes (160 000 et 488 000 euros environ). Un montant symbolique à l'échelle du groupe *Castel*, peu susceptible d'influencer sa politique d'alliances.



Mais la concurrence monte, inexorablement. Elle est déjà bien réelle au Nigéria, où *AB InBev* et *Diageo* contestent la domination d'*Heineken*, en République démocratique du Congo, où *Castel* s'est attaqué à l'empire de la Primus d'*Heineken*, au Ghana, où *AB InBev* et *Diageo* font à peu près jeu égal et en Éthiopie, où *Heineken* s'est imposé en quelques années seulement comme le leader d'un marché de 100 millions d'habitants, jusqu'alors dominé par la marque Saint-Georges du groupe *Castel*. Ces affrontements pourraient préfigurer une « montée en pression »¹⁰ plus générale du marché africain. *Heineken*, en particulier, semble bien décidé à bousculer les positions de ses concurrents. Pour Roland Pirmez, président de la zone Afrique, Moyen-Orient et Europe de l'Est du brasseur néerlandais, « la donne a changé, et les monopoles sont devenus des cibles car c'est là où les gains de parts de mar-

ché sont les plus faciles »¹¹. En partenariat avec la CFAO, le groupe est ainsi passé à l'offensive sur les terres ivoiriennes de *Castel*¹². Plus récemment, le groupe a également ouvert une brasserie au Mozambique et multiplie les investissements en Afrique du Sud, jusque-là chasses gardées d'*AB InBev*¹³. Autant d'escarmouches qui pourraient annoncer la fin du grand « Yalta brassicole ». Mais quoi qu'il en soit, la croissance des ventes est telle que la plupart des marchés nationaux au sud du Sahara peuvent absorber l'arrivée d'un nouveau concurrent sans que cela ne pèse véritablement sur les marges.

10 S. Hervieu, « Le numéro trois mondial de la bière, Heineken, met la pression en Côte d'Ivoire », *Le Monde Afrique*, 7 avril 2017 - https://www.lemonde.fr/afrique/article/2017/04/07/le-numero-trois-mondial-de-la-biere-heineken-met-la-pression-en-cote-d-ivoire_5107757_3212.html.

11 Julien Wagner, « Heineken répond à ses détracteurs et détaille sa stratégie en Afrique », *Jeune Afrique*, 16 octobre 2018 - <https://www.jeuneafrique.com/mag/644645/economie/mis-en-cause-dans-un-livre-polemique-heineken-repond-a-ses-detraiteurs-et-detaille-sa-strategie-en-afrique/>.

12 « La « guerre » de la bière est déclarée en Côte d'Ivoire », *Agence France Presse*, 13 juillet 2017 ; A. Izambard, « Heineken et CFAO sortent l'artillerie lourde face à Castel en Afrique », *Challenges*, 5 avril 2017 - https://www.challenges.fr/monde/afrique/biere-heineken-et-cfao-sortent-l-artillerie-lourde-face-a-castel-en-afrique_464802.

13 Julien Wagner, « Bière : Heineken et AB InBev s'affrontent pour le contrôle du marché de l'Afrique australe », *Jeune Afrique*, 6 septembre 2018 - <https://www.jeuneafrique.com/mag/622440/economie/biere-heineken-et-ab-inbev-saffrontent-pour-le-contrôle-du-marché-de-lafrique-australe/>.

C'est naturellement cette forte croissance du marché de la bière qui attire les investisseurs. Mais aussi son extraordinaire rentabilité. Le journaliste Olivier van Beemen, auteur d'une vaste enquête sur *Heineken* en Afrique, estime ainsi que la multinationale néerlandaise réalise en Afrique des marges 50 % plus élevées que sur les autres continents¹⁴. *Castel* n'est pas en reste, qui tire de l'industrie des boissons africaines plus de 90 % des profits de l'ensemble du groupe. Car c'est bien cette activité qui lui assure, chaque année, l'essentiel de ses bénéfices, soit entre 580 millions et 1 milliard d'euros après impôts et une marge nette moyenne (résultat net / chiffre d'affaires) de presque 14 % sur

les six derniers exercices pour lesquels nous avons pu consulter les documents comptables (Tabl. 3). De quoi garantir l'indépendance du groupe, couvrir ses besoins en investissements et lui offrir, sans recours à l'endettement, une force de frappe considérable si des opportunités d'acquisition se présentent. De quoi également rémunérer généreusement les actionnaires auxquels sont reversés, en moyenne chaque année, plus de 500 millions d'euros de dividendes – un chiffre à comparer aux 710 millions d'euros de masse salariale de l'ensemble de ses 37 000 employé-e-s. Des centaines de millions d'euros alimentent ainsi, chaque année, la considérable fortune de la famille Castel.

14 O. van Beemen, *Heineken en Afrique, une multinationale décomplexée*, Ed. Rue de l'échiquier, 2018.

Tabl. 3 : Extraits du compte de résultat consolidé du groupe Castel, 2014-2019*

En millions d'€	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Chiffre d'affaires consolidé	6420,8	6213,9	6796,2	6771,7	6721,4	5671,6
Droits d'accise	-771,7	-706,3	-684,2	-723,3	-777,9	-453,3
Chiffre d'affaires net (a)	5649,1	5507,6	6112,1	6048,4	5943,5	5218,3
Charges de personnel	-723,2	-699,5	-756,4	-720,3	-735,2	-629,4
Autres produits et charges	-3428,5	-3394,1	-3608,7	-3318,4	-3358,0	-2923,7
Taxes et contributions similaires	-117,5	-101,7	-90,1	-118,2	-92,9	-80,9
EBITDA	1379,9	1312,4	1656,9	1891,5	1757,4	1584,3
Résultat opérationnel (b)	800,5	800,3	1081,6	1399,8	1206,5	1133,4
Bénéfice avant impôts	811,1	933,5	1114,1	1183,5	935,6	1254,1
Impôts sur les bénéfices	-229,3	-246,9	-272,6	-283,1	-252,8	-253,3
Bénéfice net (c)	581,8	686,6	841,4	900,3	682,8	1000,7
Bénéfice net part du groupe	377,0	492,6	541,4	641,9	491,6	690,1
Dividendes	441,3	575,9	376,9	502,2	614,3	647,1
Marge opérationnelle (b/a)	14,2 %	14,5 %	17,7 %	23,1 %	20,3 %	21,7 %
Marge nette (c/a)	10,3 %	12,5 %	13,8 %	14,9 %	11,5 %	19,2 %

* Périmètre de consolidation de la holding Cassiopée Ltd, Gibraltar



3. Le grand mécano de l'optimisation fiscale

Dans une de ses rares interviews, accordée en 2014 au magazine *Challenges*, Pierre Castel ne cachait pas avoir quitté la France pour des raisons fiscales. Il concédait avoir « toujours eu peur des socialistes » et ajoutait que « financièrement et économiquement, la France devient dangereuse. Lorsqu'on vous prend plus de 50 % de vos revenus, vous ne pouvez pas l'accepter »¹. De fait, au lendemain de la première victoire de François Mitterrand, le patron du groupe *Castel* s'est exilé en Suisse, un pays particulièrement accueillant pour les grandes fortunes françaises : les résidents de nationalité étrangère peuvent y bénéficier du « forfait fiscal », appelé également « imposition selon les dépenses », un impôt qui n'est pas calculé sur les revenus, comme en France, mais sur les biens possédés ou loués en Suisse et en fonc-

tion d'un certain nombre d'éléments du train de vie de la personne. Ce statut fiscal implique que le résident n'exerce aucune activité professionnelle en Suisse, mais présider ou administrer une société ou un groupe de sociétés étrangères n'est pas considéré comme une activité imposable en Suisse. Naturellement, ce statut d'exilé fiscal n'empêche pas le président du groupe *Castel* de siéger au Conseil d'administration du Conseil français des investisseurs en Afrique noire (CIAN)² ou d'entretenir les meilleures relations avec les plus hautes autorités françaises dès qu'il s'agit de « diplomatie économique ». Pierre Castel est aujourd'hui, selon le magazine *Challenges*, le plus riche des exilés fiscaux français en Suisse³.

1 Thierry Fabre, « Comment Pierre Castel a fait fortune en Afrique », *op. cit.*

2 <https://www.cian-afrique.org/a-propos-du-cian/organisation/> - consulté le 14 février 2021.

3 www.challenges.fr/classements/fortune/pierre-castel-et-sa-famille_1739 - consulté le 14 février 2021.

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE CASTEL

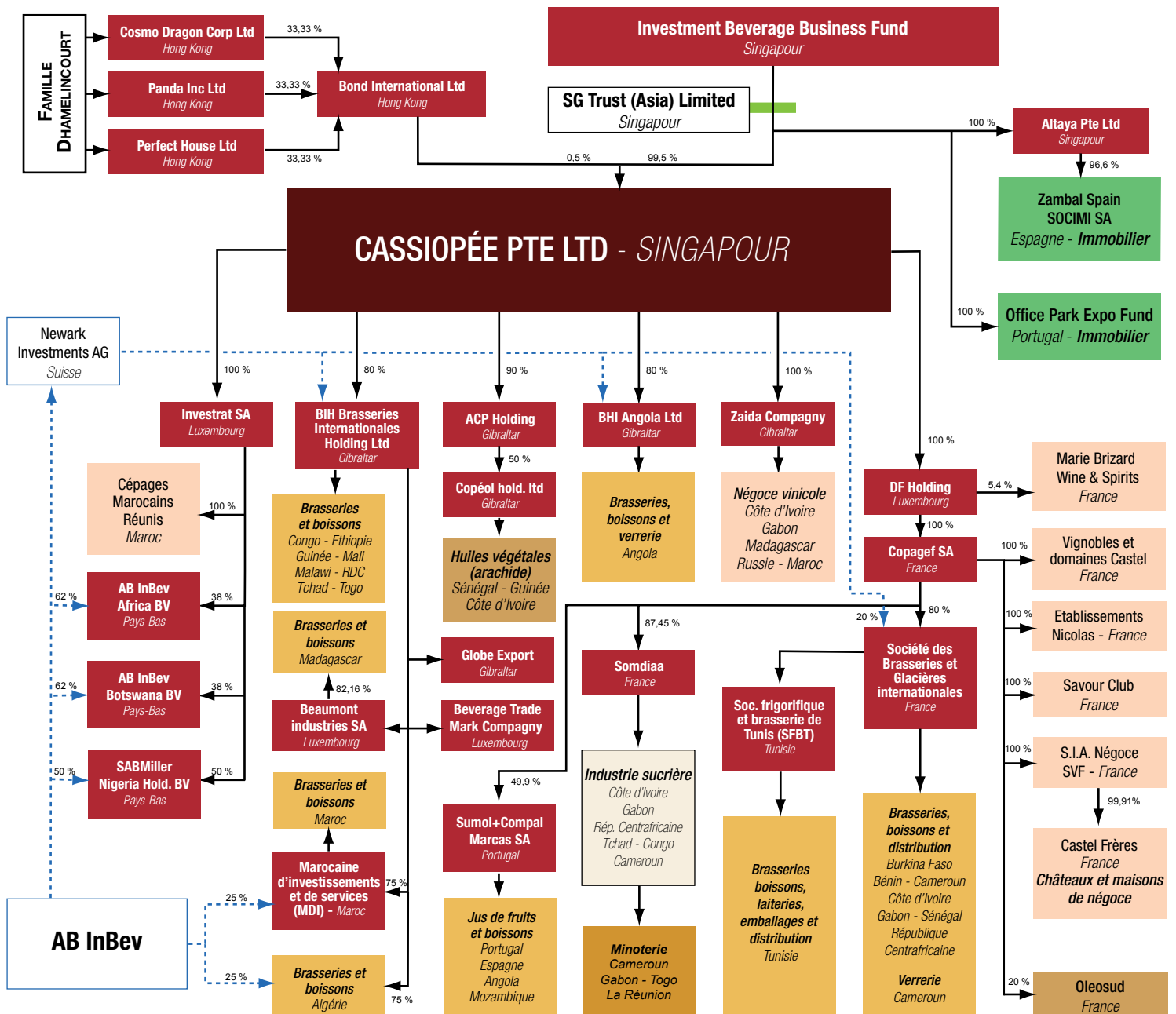


Fig. 3 : organigramme simplifié du groupe Castel

Actualisé d'après O. Blamangin, « Les ramifications de l'empire Castel », Monde Diplomatique, octobre 2018



Photo : Clara Sanchiz, Flickr - CC

1. De holding en holding, voyage à travers les paradis fiscaux

Mais les stratégies d'évitement de l'impôt ne concernent pas seulement la fortune ou les revenus personnels des membres de la famille Castel. L'ensemble du groupe est un savant mécano de holdings financières, de centrales d'achats, de fonds d'investissement et de trusts, qui nous font voyager de paradis fiscal en paradis fiscal et traduisent un art consommé de l'ingénierie financière et de l'optimisation fiscale⁴. *Le Monde Diplomatique* en a publié en 2018 une cartographie complète⁵ que réactualise et synthétise la figure 3.

4 Le groupe *Castel* n'est pas le seul brasseur implanté en Afrique à pratiquer l'optimisation fiscale agressive. Son allié *SABMiller* a été interpellé sur le même sujet, à la fin des années 2010, par un rapport de l'organisation *ActionAid*, *Calling Time : hy SABMiller should stop dodging taxes in Africa* - https://www.actionaid.org.uk/sites/default/files/doc_lib/calling_time_on_tax_avoidance.pdf.

5 O. Blamangin, « Les ramifications de l'empire Castel », *Monde Diplomatique*, octobre 2018 - <https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/castel>.

Prenons pour exemple de ce jeu de piste la société des *Brasseries et glaciers internationales* (BGI), « tête d'affiche » des activités brassicoles du groupe. La holding, qui rassemble les actifs historiques du groupe (Gabon, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Cameroun), est effectivement inscrite au registre du tribunal de commerce de Paris et son siège social domicilié sur la très chic rue François Ier, dans le « triangle d'or » de la capitale, où Pierre Castel a installé ses bureaux. La société BGI est elle-même détenue à 80 % par une seconde holding française⁶, la *Copagef SA*, propriétaire de l'essentiel des actifs français du groupe dans le secteur viticole (Groupes *Nicolas*, *Vignobles et domaines Castel*), des activités de négoce

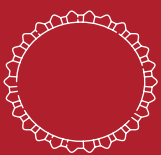
6 Les 20 % restant sont entre les mains d'une société suisse, *Newark Investments AG*, filiale d'*AB Inbev*, dans le cadre des échanges de participations sur les activités brassicoles africaines des deux groupes (*supra*).

de *Castel Frères* (*Barton et Guestier, Oeno, Barrière, La Française d'exportation*, etc.), de la majorité du capital de *Somdiaa* (Sucre) et des participations du groupe dans le portugais *Su-mol+Compal Marcas* (jus de fruits, etc.).

C'est ici que les choses se compliquent et nous amènent vers des cieux fiscalement plus cléments. *Copagef SA* est en effet la filiale et de loin le principal actif d'une société luxembourgeoise, *DF Holding*, qui fut longtemps la propriété d'une société maltaise, *Iluma Ltd*, administrée par un cabinet spécialisé dans la fourniture de prête-noms. Visiblement sans substance, elle ne générerait aucun chiffre d'affaires – ce qui est généralement le propre des sociétés-écrans. En 2018, la société maltaise a finalement été dissoute et *DF Holding* cédée à l'actionnaire unique d'*Iluma Ltd*, la holding *Cassiopée*. C'est cette société qui est en fait

la véritable « maison mère » du groupe, au sein de laquelle l'ensemble des filiales de la constellation *Castel* sont « consolidées ». Elle était, jusqu'à fin 2020, installée à Gibraltar, petit paradis fiscal au cœur de l'Union européenne. Pour l'anecdote, *Cassiopée* était alors domiciliée à la même adresse, dans les mêmes bureaux, que le consulat de France à Gibraltar. Un hasard ? Peut-être pas puisque l'un des administrateurs de la holding, par ailleurs directeur de plusieurs sociétés du groupe domiciliées sur le « rocher », n'est autre que le Consul honoraire de France à Gibraltar.

Mais le Brexit est passé par là, faisant perdre beaucoup de son intérêt à ce territoire britannique des bords de la Méditerranée. Les administrateurs de *Cassiopée* ont donc décidé de transférer son siège dans un paradis fiscal plus lointain et surtout plus attrayant, Singapour



Investment Beverage Business Fund, propriétaire « ultime »

La multinationale *Castel* s'est structurée, dans sa forme actuelle, dès 1998, avec l'intégration des sociétés du groupe au sein de la holding *Cassiopée Ltd*, alors domiciliée à Gibraltar. Jusqu'en 2008, cette « société mère » était la propriété d'une Fondation, la *SCOMAF Foundation*. Ce montage n'offrait-il pas suffisamment de garanties en termes de confidentialité des propriétaires réels ou de fiscalité allégée en cas de succession ? Toujours est-il qu'en janvier 2009, la propriété du groupe a été transférée à un fonds d'investissement de *Singapour*, *Investment Beverage Business Fund* (IBB Fund).

Ce fonds d'investissement a été créé par un acte de fiducie en date du 5 novembre 2008 (modifié en décembre 2008 et février 2013), selon une pratique très usitée dans le monde anglo-saxon : la propriété effective du groupe a ainsi été transférée temporairement à un « tiers de confiance », en l'occurrence *SG Trust (Asia) Ltd*, qui assure l'administration des biens dans l'intérêt d'un ou de plusieurs bénéficiaires, désignés par l'acte de fiducie. Le trustee, *SG Trust (Asia) Ltd*, est une filiale de la banque française Société générale, régulièrement citée pour des activités dans les paradis





fiscaux¹. Elle est spécialisée dans ce type de montage et offre à ses clients une large gamme de services en ingénierie fiduciaire et financière, pour la constitution et l'administration de sociétés et de fonds, ou dans la gestion de successions. Elle est, par exemple, citée 24 fois dans les bases de données des offshore leaks² comme intermédiaire pour la création de sociétés installées dans les paradis fiscaux, en particulier aux îles Vierges britanniques. Ce transfert temporaire de la propriété d'un bien à un trustee permet de « masquer » les propriétaires réels et/ou les bénéficiaires désignés.

L'acte de fiducie confie la gestion des placements d'IBB Fund à une autre société, *Investment Beverage Business Management Pte. Ltd*, créée à Singapour quelques mois plus tôt, en juin 2008. La direction exécutive de cette société de gestion est assurée par un ancien directeur de *Societe generale private banking* à Singapour. Mais l'on retrouve, comme actionnaire et siégeant à son conseil d'administration, Pierre Castel, tout comme son neveu Michel Palu et deux membres de sa garde rapprochée, Guy De Clercq et Gilles Martignac, tous administrateurs de *Cassiopée Ltd* et d'un grand nombre de sociétés du groupe. Les règles d'investissements d'IBB Fund laissent une grande latitude au gestionnaire – et donc aux dirigeants du groupe *Castel* – pour déterminer sa stratégie de placement et la rémunération des détenteurs de parts avec une exception de poids : il ne peut procéder à aucune vente, partielle ou totale, des actifs non cotés (comme *Cassiopée*, la maison mère du groupe *Castel*), sans l'accord unanime de tous les porteurs de parts, qui peuvent également s'opposer à tout achat, cession ou transfert de parts à des tiers. **En**

d'autres termes, la propriété du groupe a pu être ainsi transférée temporairement à une filiale de la Société générale, mais les dirigeants de la multinationale gardent la main sur la stratégie d'investissement et les porteurs de parts ont la garantie de conserver le contrôle réel du groupe même si l'un d'eux décidait de vendre ou venait à disparaître.

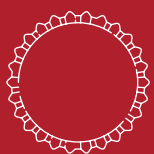
IBB Fund réinvestit dans l'immobilier une large partie des revenus qu'il tire de ses placements et des dividendes versés par le groupe *Castel*, via *Altaya Pte. Ltd*, une filiale à 100 % également domiciliée à Singapour, ou via le Fonds immobilier portugais *Office Park Expo*. Sur les cinq dernières années, plus d'un milliard d'euros ont ainsi été investis dans des immeubles commerciaux et de bureaux en Espagne³ et au Portugal. IBB Fund a ainsi acquis les prestigieux locaux du ministère des Affaires étrangères espagnol, le siège social de *Vodafone* à Madrid, l'immeuble art nouveau d'*El Corte Inglés* sur la Plaza de Cataluña à Barcelone, ou encore à Lisbonne le *Campus da Justiça*, la *Torre ocidente* et les *Torres de Lisboa*.

Selon les états financiers annuels publiés (mais non audités), la valeur des actifs nets d'IBB Fund a plus que doublé entre 2010 et 2017, passant de 4,9 à 10,5 milliards d'euros, pour chuter à 8,4 milliards d'euros au 30 juin 2020, après de sévères dépréciations. À la même date, les actifs de *Cassiopée Ltd* étaient valorisés 6,4 milliards d'euros et les actifs immobiliers d'IBB Fund à 1,55 milliards d'euros. **En dix ans, le fonds a distribué 720 millions d'euros de dividendes, non imposables à Singapour, aux détenteurs des 3 945 parts qui le composent. Qui sont-ils ?**

1 Voir par exemple Anne Michel, « Panama papers : les 979 sociétés offshore créées par la Société générale via Mossack Fonseca », *Le Monde*, 5 avril 2016 ou Anne Michel, « Panama papers : la Société générale, une banque au cœur de l'évasion fiscale », 8 avril 2016.

2 Offshore leaks Database - <https://offshoreleaks.icij.org/> - consulté le 17 février 2021.

3 Les investissements immobiliers en Espagne sont réalisés via la société ibérique *Zambal Spain Socimi SA*, contrôlée à 96,62 % par *Altaya Pte. Ltd* et à 3,07 % par la société *Loire Investment Pte. Ltd.*, également domiciliée à Singapour, propriété du gestionnaire de fortune Philippe Melliard, ancien administrateur de IBB Fund.



Singapour, place offshore « émergente »

Investment Beverage Business Fund Ltd, propriétaire « ultime » du groupe *Castel*, a élu domicile à Singapour, une des places offshore les plus attractives du moment. Cette « cité-État » d'Asie du sud-est, ancienne colonie britannique, occupe en 2018 la cinquième position de « l'indice d'opacité financière » du réseau Tax Justice Network, derrière la Suisse, certains États des USA, les îles Caïman et Hong Kong, et juste devant le Luxembourg.

Chaque place offshore développe ses spécificités pour attirer les capitaux, en fonction de ce que recherche l'investisseur. Singapour rivalise ainsi avec Hong Kong pour devenir le principal centre financier d'Asie et représente une part croissante du marché mondial des services financiers. C'est un centre majeur pour la gestion de patrimoine, avec des actifs estimés à 1 800 milliards de dollars en 2015, provenant à 80 % d'investisseurs étrangers attirés par **la stabilité politique d'un régime autoritaire, un régime fiscal particulièrement favorable et d'importantes garanties de secret bancaire**. En 2001, la loi a été modifiée pour renforcer la confidentialité des comptes de dépôt et des fonds d'investissement. En 2004, les impôts sur

les successions ont été considérablement allégés. **Les revenus d'origine étrangère perçus à Singapour par toute personne ne résidant pas sur le territoire sont totalement exonérés. C'est le cas également des plus-values et des dividendes, comme ceux perçus par *Investment Beverage Business Fund Ltd*.**

Sous la pression de quelques scandales et des institutions internationales, Singapour a récemment fait évoluer sa législation et pris des engagements pour lutter contre le blanchiment. Le pays a notamment ratifié, en juin 2016, la convention de l'OCDE sur l'assistance administrative mutuelle en matière fiscale et adopté, en 2017, la norme commune de déclaration fiscale. Pour autant, il continue de proposer une large gamme de services pour garantir la confidentialité aux investisseurs, notamment par la création de *Private Trust Company* (PTC).

Sources : Tax Justice Network, *Financial Secrecy Index 2018*, <https://www.financialsecrecyindex.com/introduction/fsi-2018-results> et *Narrative Report on Singapore*, <https://www.financialsecrecyindex.com/PDF/Singapore.pdf>.



Photo : Singapour, par Simon, Flickr - CC

(cf. encadré *Singapour, place offshore « émergente »*). Un pays que le groupe *Castel* connaît bien puisque la société *Cassiopée* est en fait la propriété à 99,5 % d'un fonds d'investissement très discret, *Investment Beverage Business* (IBB), coté depuis plus d'une dizaine d'années à la bourse de Singapour⁷. Le voyage dans les méandres de l'empire s'achève ici, puisque nous n'avons pu identifier les « bénéficiaires ultimes » du fonds IBB. Ses actifs sont en effet administrés par un *trustee*, une entité très utilisée dans le monde anglo-saxon, qui permet de ne pas faire apparaître publiquement l'identité

⁷ Les 0,5 % restant du capital sont entre les mains d'une société hongkongaise, *Bond international Limited*, elle-même filiale de *Cosmo Dragon Corporation Limited*, de *Panda Inc Limited* et de *Perfect House Limited*, trois sociétés également domiciliées à Hong Kong et qui sont la propriété de différents membres de la famille Dhameincourt. Philippe Dhameincourt, ancien de la banque *Worms*, fondateur et président de *Matignon Investissement & Gestion*, est un proche de Pierre Castel. Il siège aux conseils d'administration de nombreuses sociétés du groupe, comme les *Brasseries et glaciers internationales* (BGI), *Somdiaa*, *Copagef* ou la *Société anonyme des brasseries du Cameroun* (SACB).

des propriétaires ultimes ou d'organiser une succession (cf. encadré *Investment Beverage Business Fund, propriétaire « ultime »*).

Dans chacun de ces pays, Luxembourg, Malte, Gibraltar et Singapour, les holdings du groupe ont une activité exclusivement financière (détention d'actifs, prêts à d'autres entités du groupe, etc.). De tels montages n'ont généralement d'autre objectif que celui d'alléger l'impôt en profitant de la « spécialité fiscale » de chaque territoire, comme l'a encore rappelé l'enquête *OpenLux* du journal *Le Monde* et de seize autres médias européens sur le Luxembourg⁸. La fiscalité sur les dividendes distribués et sur les plus-values réalisées lors de la session d'actifs y est particulièrement légère. Le Luxembourg,

⁸ « OpenLux, enquête sur le Luxembourg, coffre-fort de l'Europe », *Le Monde*, février 2021 - https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/visuel/2021/02/08/openlux-enquete-sur-le-luxembourg-coffre-fort-de-l-europe_6069132_4355770.html.

ou jusqu'à récemment Gibraltar, permettent également de bénéficier des dispositions de la directive sur les sociétés mères et filiales au sein de l'Union européenne, qui exonère de retenue à la source les dividendes versés par une filiale européenne à sa société mère, si celle-ci est également domiciliée au sein de l'Union.

Si un certain nombre de sociétés sont donc toujours domiciliées en France, à l'image de la *Copagef*, de la BGI ou de *Somdiaa*, plus de 80 % des actifs du groupe *Castel* sont directement logés dans des pays à la fiscalité avantageuse, en particulier au Luxembourg et à Gibraltar. Son organigramme compte plus d'une vingtaine de sociétés immatriculées dans ces deux paradis fiscaux, mais aussi en Suisse, à Singapour, sur l'île Maurice ou, jusqu'à récemment, aux îles Vierges Britanniques. Les participations de *Castel* dans les activités africaines du groupe *AB InBev*, ex-*SABMiller* (cf. encadré) sont par exemple entre les mains de la société luxembourgeoise, *Investrat SA*. Celle-ci perçoit directement les produits de ces participations, près de 500 millions d'euros cumulés depuis qu'a été conclu, en avril 2001, l'alliance entre les deux groupes brassicoles !

Ainsi, dans l'industrie de la bière et des soft drinks, la plupart des acquisitions du groupe depuis le début des années 2000 (Algérie, Maroc, Congo, RDC, Guinée, Éthiopie, Togo, Madagascar, Malawi, etc.) n'ont pas été réalisées par les *Brasseries et glaciers internationales* mais par une autre société, domiciliée à Gibraltar, *Brasseries internationales holding Ltd* (BIH). Les actifs financiers de cette holding « pèsent » finalement deux à trois fois ceux de sa cousine française, BGI, et rapportent entre quatre à cinq fois plus. Les activités du groupe en Angola sont, quant à elles, regroupées au

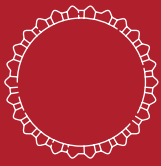
sein de la holding *BHI Angola Ltd*, également domiciliée à Gibraltar, tout comme la société *ACP Holding*, qui détient les participations de *Castel* dans le secteur des huiles végétales via le groupe *Copéol*. Toujours à Gibraltar, la société *International Beverage Personnel Assistance Ltd* assure la rémunération des dirigeants expatriés du groupe – et la refacturation aux filiales concernées – tandis que *Zaida Company* est la maison mère d'un certain nombre de filiales viticoles à l'international. On retrouve également *Zaida Company Ltd* dans les bases de données des *Offshore Leaks* comme actionnaire de *C&C Beverages Ltd*, société enregistrée en 2004 (et radiée depuis) aux îles Vierges britanniques, un autre paradis fiscal, des Caraïbes cette fois⁹. Un neveu et un proche de Pierre Castel, Michel Palu et Guy De Clercq, en étaient les administrateurs.

Deux exemples illustrent parfaitement cette stratégie globale d'optimisation fiscale : la gestion des licences des marques depuis le Luxembourg et les îles Vierges britanniques et la localisation, en Suisse, à Gibraltar et à l'île Maurice, des « centrales d'achat » de la multinationale.

2. De l'art de domicilier ses marques

Les bières, les jus de fruit ou même l'eau minérale sont généralement produits « sous licence », c'est-à-dire que l'entreprise qui commercialise la boisson verse, pour chaque bouteille vendue, une somme (des « royalties ») à la société qui détient les « droits intellectuels » de la marque. Ce propriétaire peut être une entreprise extérieure au groupe qui l'a autorisée à commercialiser son produit –

⁹ <https://offshoreleaks.icij.org/nodes/142690>, consulté le 27 novembre 2020.



Unibra, Castel et les Luxleaks : une affaire de licence

Les « actifs immatériels » comme les marques, les brevets ou les licences sur des logiciels sont un enjeu majeur de la concurrence fiscale entre les États et un vecteur classique de l'optimisation fiscale. En ce domaine, les pratiques d'optimisation ne se limitent pas, loin s'en faut, aux seuls géants de l'internet mais touchent l'ensemble des secteurs industriels, notamment celui de l'agro-alimentaire et de la production brassicole. C'est ce qu'ont démontré les journalistes de l'*International Consortium of Investigative Journalists* (ICIJ) à l'occasion des « Luxleaks » en décortiquant les milliers d'accords secrets conclus entre près de 350 entreprises domiciliées au Luxembourg et l'administration fiscale, très accommodante, de ce pays européen. À cette occasion, les pratiques douteuses d'une société belge, *Unibra*, ont été pointées par la presse¹. Les pratiques du groupe *Castel* n'ont été que peu relayées².

Tout commence en 2007. Pour attirer les sociétés titulaires de ces « actifs immatériels » ou de ces « droits intellectuels », le Luxembourg modifie alors son Code des impôts et décide d'exonérer à 80 % « les revenus perçus à titre de rémunération pour l'usage [...] d'un droit d'auteur sur des logiciels informatique, d'un brevet, d'une marque de fabrique ou de commerce, d'un nom de domaine, d'un dessin ou d'un modèle »³. Le pays fixe simplement deux conditions pour bénéficier de cette belle exonération : ces droits doivent avoir été constitués ou acquis après le 31 décembre 2007 et ils

ne peuvent pas être issus d'une société associée. En d'autres termes, l'exonération ne s'applique pas si une société vend une licence à sa filiale. Une restriction théorique à bien des égards, comme le montre le dossier *Unibra-Castel*.

La marque Skol pour l'Afrique

Unibra, aujourd'hui surtout active dans l'immobilier et les placements financiers, est aussi l'héritière d'une longue tradition brassicole, en Belgique et au sud du Sahara. Elle possède notamment dans son portefeuille d'actifs une petite pépite : la licence pour l'Afrique de la Skol, une des plus importantes marques de bière mondiale, leader du marché en Guinée et principale concurrente de la *Primus d'Heineken* en République démocratique du Congo. Chaque fois qu'une brasserie vend, dans un de ces pays, une bière sous la marque Skol, elle verse des royalties au groupe *Unibra*. Naturellement, ces redevances réduisent d'autant les bénéfices imposables de l'entreprise dans le pays de production.

En 2008, *Unibra* conclut un accord de partenariat avec le groupe *Castel* : la société belge cède au groupe français sa brasserie en Guinée (Sobragui)⁴ et les deux entreprises créent une joint-venture, *Skol Development Africa SA* (SDA) pour développer la marque Skol en Afrique. Le deal est simple : « *Unibra* apporte à cette société l'usage de la marque Skol tandis que le Groupe *Castel* lui ouvre l'accès aux marchés sur lesquels il est actif »⁵. Le capital de *Skol Development Africa SA* est

1 X. Counasse, « Unibra : Quand une exonération de 80 % ne suffit pas », *Le Soir*, 7 novembre 2014 – <https://plus.lesoir.be/34271/article/2016-04-06/unibra-quand-une-exoneration-de-80-ne-suffit-pas>.

2 K. Clerix, « Belgisch-Afrikaans bier geniet van Luxemburgse belastingaftrek », *Mo**, 7 novembre 2014 – <https://www.mo.be/nieuws/belgisch-afrikaans-bier-geniet-van-luxemburgse-belastingaftrek>.

3 Arti. 50bis de la Loi concernant l'impôt sur le revenu du Luxembourg (LIR).

4 Sur les dernières décennies, *Unibra* a progressivement cédé au groupe *Castel* l'essentiel de ses usines de production africaine : en Guinée, mais aussi en République démocratique du Congo (*Bracongo*, 1996), à Madagascar (*Nouvelle Brasserie de Madagascar*, 2013) et plus récemment, en 2018, en Éthiopie (brasserie *Zebidar*). Aujourd'hui, elle n'est plus implantée qu'au Rwanda.

5 *Unibra, Rapport annuel 2008*, p. 10.

alors détenu à parts égales par *Unibra* et par une toute jeune société, *Ariane Holding Ltd*, créée pour l'occasion à Gibraltar, qui est elle-même une filiale à 100 % des *Brasseries internationales Holding Ltd* (BIH), la principale holding brassicole du groupe *Castel*.

Accords fiscaux très accommodants

Opportunément, *Skol Development Africa SA* est domiciliée au Luxembourg pour bénéficier des toutes nouvelles exonérations sur la propriété intellectuelle. Deux filiales d'*Unibra*, *Skol International Developments Ltd* (SID), domiciliée aux Bermudes⁶, et *Skol International Development*

Luxembourg SA (SIDL), qui détenaient les licences d'exploitation de la marque *Skol* pour l'Afrique, lui cèdent chacune leurs droits d'exploitation contre une rémunération annuelle minimale de 88 000 euros sur 30 ans, tout en conservant la propriété juridique de la marque. Comme SID et SIDL ne sont pas détenues directement par *Unibra* (elles appartiennent au même groupe *Unibra* mais sont la propriété d'une autre filiale, la *Compagnie internationale de participation et d'investissement*) la licence n'est pas considérée comme issue d'une société associée. Ce montage pour le moins astucieux comme le prix d'achat des droits – apparemment sous-évalué de 3,8 millions d'euros – sont finalement validés par le fisc luxembourgeois à l'occasion d'un « rescrit » confidentiel. C'est cet accord secret, préparé par la société *Price-Waterhouse Coopers* et accepté par l'administration en septembre 2009, qui a été rendu public à l'occasion des « Luxleaks »⁷.

L'exonération à 80 % des royalties issues de l'exploitation de la marque par *Skol Development Africa* peut

Mr Marius Kohl

Administration des Contributions Directes
Bureau d'imposition Sociétés VI
18, rue du Fort Wedell
L-2982 Luxembourg

Le 24 juin 2009

Références: SES/CEQN/C15009001M-SES

Skol Development Africa S.A. - Numéro fiscal : 2008 2215 523
Skol International Development Luxembourg S.A. - Numéro fiscal : 2003 2207 716
Compagnie Internationale de Participation et d'Investissement S.A. -
Numéro fiscal : 1995 2217 839

Traitement d'un actif incorporel

Monsieur le Préposé,

A la demande de notre client, nous avons l'honneur de solliciter votre accord quant au traitement fiscal de la reconnaissance d'un actif incorporel dans le chef de la société *Skol Development Africa S.A.* (ci-après « SDA. ») consistant en une licence exclusive octroyée par *Skol International Development Luxembourg S.A.* (ci-après « SIDL ») et *Skol International Developments Limites (Bermudes)* (ci-après « SID ») pour l'utilisation de la Marque « SKOL » dans certains pays du continent africain.

PricewaterhouseCoopers
Société à responsabilité limitée
Réviseur d'entreprises
400, route d'Esch
B.P. 1443
L-1014 Luxembourg
Téléphone +352 494848-1
Fax +352 494848-2900
www.pwc.com/lu
info@lu.pwc.com



donc s'appliquer. Entre 2008 et 2014, ce sont ainsi 12,7 millions d'euros de produits qui bénéficient d'un traitement fiscal très favorable. *Unibra* et *Castel* se partagent près de 9 millions d'euros de dividendes. Des sommes qui pourraient paraître dérisoires au regard des bénéfices du groupe *Castel* dans son ensemble. Mais les grandes rivières de bénéfices sont aussi faites de ces multiples petits ruisseaux d'optimisation fiscale.

En 2015, sous la pression de l'Union européenne et de l'OCDE, le Luxembourg a été contraint de revoir sa législation fiscale et d'abroger l'article 50 bis, si décrié. Est-ce le hasard ? Depuis cette réforme fiscale, les revenus annuels moyens de *Skol Development Africa* se sont effondrés. Ils s'établissent à 400 000 euros sur 2015-2019, contre 1,8 millions d'euros en moyenne entre 2008 et 2014. De quoi interroger la façon dont l'entreprise fixe le montant des royalties dues pour l'utilisation de ses licences. Et sans doute motiver la refonte du montage et la dissolution, en 2020, de la société *Ariane Holding Ltd*.

⁶ SID a finalement été transférée au Luxembourg en 2015.

⁷ <https://projects.icij.org/luxembourg-leaks/viz/documents/529.html>.



c'est ainsi que *Castel* rémunère *Diageo* pour la production de Guinness en Côte d'Ivoire ou Coca Cola pour la diffusion de ses marques dans une quinzaine de pays africains. La licence peut également être entre les mains d'une autre société du groupe. Dans ce cas, se posent alors les questions de la « juste rémunération » du droit d'utilisation de la marque, puisque les royalties versées viennent en déduction des bénéfices de l'entreprise qui a produit et vendu la boisson, et de la domiciliation de la société propriétaire de la licence, avec une concurrence fiscale exacerbée entre les pays pour attirer ces « actifs immatériels ». C'est ainsi qu'une filiale commune du groupe *Castel* et du groupe *Unibra*, propriétaire de la marque Skol pour l'Afrique, a été opportunément installée au Luxembourg en 2008, au lendemain de l'adoption par ce pays d'une législation fiscale particulièrement favorable pour les « droits intellectuels » (cf. encadré ***Unibra, Castel et les Luxleaks : une affaire de licence***).

La domiciliation des licences est un sujet d'importance pour le groupe *Castel*, qui fabrique

des bières sous des dizaines de marques différentes. Certaines sont des marques « nationales », historiques, généralement diffusées dans un seul pays. D'autres sont des marques « internationales », communes à plusieurs pays ou à l'ensemble du groupe. Les premières sont souvent la propriété des brasseries nationales du groupe ; les secondes appartiennent principalement à deux sociétés, *BGI Trade Mark*, domiciliée en France, mais surtout à une filiale des *Brasseries internationales Holding Ltd* de Gibraltar, *Beverage Trade Mark Compagny Ltd*, longtemps enregistrée aux îles Vierges britanniques. Des dizaines de marques (*Castel Beer*, *Beaufort*, la boisson énergisante *XXL Énergie*, *Pulp'Up*, *Top*, *World Cola*, les eaux *Crystal*, la *Flag* pour certains pays, etc.) et les licences de nouveaux produits (*Manyan* au Cameroun, *Black Noko* au Congo, etc.) sont ainsi domiciliées dans cette petite île des Caraïbes, où les revenus qu'elles génèrent sont naturellement totalement exonérés d'impôt.

Quand une seule marque, Skol, génère chaque année plusieurs centaines de milliers d'euros de redevance (cf. encadré ***Unibra, Castel et les Luxleaks : une affaire de licence***) alors qu'elle n'est produite et diffusée que dans un nombre réduit de pays (principalement en République démocratique du Congo et en Guinée, dans une moindre mesure à Madagascar et au Rwanda), on imagine les revenus qu'a pu drainer *Beverage Trade Mark Compagny Ltd* avec des dizaines de licences sur des dizaines de pays. Le flux de ces redevances payées par les filiales africaines du groupe se perd donc dans ce trou noir de la finance offshore, qui n'impose évidemment aucune obligation de publication des comptes de la société – c'est un autre intérêt des îles Vierges britanniques.



M^{me} Arancha González (ancienne directrice du centre du commerce international, agence conjointe de la CNUCED et de l'OMC) et Mr Pierre Castel, 10 Oct. 2019.
Photo : International Trade Centre (ITC). Source : Wikimedia, CC.

Toujours est-il que lorsque *Beverage Trade Mark Compagny Ltd* a décidé, en février 2020, de transférer son siège au Luxembourg, le capital social de la société s'élevait à 224 millions d'euros, avec un actif net au moins égal à ce montant.

3. Centrales d'achat offshore

Un autre exemple de cette stratégie globale d'optimisation est donné par la domiciliation des « centrales d'achat » du groupe, la *Sacofrina SA*, *Makaron* ou *Globe Export Ltd*, dans des territoires fiscalement attrayants. La première, qui s'occupe de la fourniture des machines et pièces détachées, est une agence commerciale et de représentation inscrite au registre du commerce de Genève, en Suisse. La deuxième, qui approvisionne les usines de *Somdiaa* en matières premières, en pièces de

rechange ou en conditionnement et revend du sucre aux brasseries du groupe, a préféré s'installer à l'île Maurice – elle était précédemment domiciliée à Gibraltar. La troisième, *Globe Export Ltd*, alimente les usines en malt, houblon et bouteilles et s'approvisionne pour partie dans les filiales du groupe en Afrique. C'est une filiale de *Brasseries Internationales Holding Ltd* (BIH) installée à Gibraltar. L'intérêt fiscal est ici évident : Gibraltar applique un des taux d'imposition sur les bénéfices les plus bas d'Europe (10 %) et de nombreuses exonérations sur le paiement des dividendes. Surtout, seuls les bénéfices issus d'une activité commerciale réalisée sur le territoire de Gibraltar ou en lien avec le territoire sont imposables. Quand ces profits résultent d'une activité réalisée à l'étranger – comme des achats effectués à l'étranger pour le compte de sociétés étrangères – ils sont totalement exonérés.

Entre 2014 et 2017, *Globe Export Ltd* a ainsi acheté chaque année pour 565 millions d'euros en moyenne de produits, revendus ensuite aux filiales africaines du groupe avec une confortable marge. Selon les documents transmis par la société à la justice française dans le cadre d'une affaire impliquant l'un de ses fournisseurs, on apprend que ceux-ci doivent également payer à *Globe Export Ltd* des droits de référencement très élevés¹⁰. Autant de revenus qui viennent gonfler les bénéfices de la société. Ses salarié·e·s – une douzaine de personnes – détiennent finalement le record de productivité du groupe puisqu'ils et elles génèrent chaque année plusieurs dizaines de millions d'euros de profits et jusqu'à 98 millions d'euros de bénéfice net en 2017. Soit une marge nette moyenne de plus de 13 % sur l'achat des matières premières, qui vient réduire d'autant les bénéfices – et donc les impôts perçus par les États africains – de l'ensemble des brasseries qui ont passé commande ou des filiales qui ont assuré la fourniture en matières premières.

Jusqu'en 2015, *Globe Export Ltd* est exonérée du paiement de l'impôt sur les sociétés, pour l'ensemble de son activité. Son statut fiscal change en 2016, mais une fois déduits les revenus non imposables et diverses charges, la société échappe de nouveau à la taxation de ses profits. Il faudra donc attendre 2017 pour que *Globe Export Ltd* paie, pour la première fois, une charge d'impôt sur une part significative de ses bénéfices. La somme reste modeste – 6,7 millions d'euros pour un bénéfice avant impôts de 105 millions d'euros –, surtout si on la compare aux dividendes re-

çus par le propriétaire, BIH, de cette modeste société. En seulement 4 années (2014-2017), il aura perçu plus de 437 millions d'euros... non imposables, naturellement.



Les racines de l'empire *Castel* sont profondément ancrées en Afrique francophone et dans son histoire coloniale. Le groupe a fait fructifier cet héritage, en profitant de la vague libérale, de ses réseaux d'« amitié », de la croissance africaine retrouvée et de la dépendance du continent aux capitaux extérieurs. Il n'a eu de cesse de s'étendre davantage, dans de nouveaux pays – y compris en dehors du pré carré francophone – et dans de nouveaux secteurs.

En trois décennies, *Castel* a ainsi totalement changé de visage : **l'entreprise familiale est devenue multinationale, avec ses centaines de filiales, ses holdings en cascade, ses échanges intra-groupe, ses flux financiers qui passent d'un continent à l'autre.** Avec ses montages d'optimisation fiscale aussi, ses sociétés offshore déplacées au gré de l'évolution des législations, ses trusts et ses propriétaires ultimes inconnus. Mais une chose ne change pas : la richesse du groupe vient d'Afrique, par centaines de millions d'euros chaque année. Sans transparence fiscale, sans une profonde réforme des règles d'imposition des multinationales, le continent ne pourra faire cesser l'hémorragie.

10 Tribunal administratif de Montreuil, 4 mai 2016, n°1506666.



4. Comment lutter contre la fraude et l'évasion fiscales ?

Depuis 2006, la Plate-forme paradis fiscaux et judiciaires réunit 19 organisations de la société civile française engagées dans la lutte contre les paradis fiscaux, dont Survie : des organisations non gouvernementales de développement, des associations de lutte contre la corruption, des syndicats, des associations confessionnelles et des organisations environnementales. Les membres de la Plateforme mènent un travail collectif d'expertise et de plaidoyer sur les mesures à prendre pour réduire l'opacité financière, lutter efficacement contre l'évasion fiscale et financer durablement le développement.

1. Exigeons la transparence fiscale !

L'opacité du système financier est encore aujourd'hui un levier majeur pour les pratiques de fraude et d'évasion fiscales.

Les filiales du groupe *Castel* payent-elles des impôts dans des pays africains où il réalise l'essentiel de son chiffre d'affaires ? Les filiales du groupe *Castel* implantées dans les paradis fiscaux (au Luxembourg, aux îles Vierges britanniques, à l'île Maurice, etc.) servent-elles avant tout à siphonner les bénéfices et les impôts qui devraient être payés dans les pays africains ? Combien échappe aux administrations fiscales du continent ? Seule une mesure de transparence fiscale permettrait de répondre clairement à ces questions d'intérêt public.

Obligation des multinationales à publier des informations clés sur les impôts qu'elles payent et leurs activités dans tous les pays où elles opèrent, par un « reporting pays par pays public »

Ce reporting pays par pays public devra inclure a minima les informations suivantes, pour tous les pays où elles opèrent : listes des filiales, bénéfices, chiffre d'affaires, impôts payés, nombre d'employé·e-s, subventions, actifs, ventes et achats.

Une directive européenne est en cours de négociation, mais elle pourrait limiter la publication des informations aux activités réalisées dans les pays de l'Union européenne et des pays listés comme paradis fiscaux, liste par ailleurs très lacunaire. Cela rendrait la mesure inutile, puisqu'il est nécessaire de visualiser l'ensemble des activités pour déceler les montages d'évasion fiscale. De plus, les pays du Sud, dont les pays africains donc, seraient tout simplement privés de l'accès à ces informations ! Les institutions européennes doivent s'accorder sur une mesure réellement efficace, avec la publication d'activités dans tous les pays, et la France doit s'engager pour l'adoption d'une mesure réellement ambitieuse.

À qui appartient réellement IBB, le fonds d'investissement de Singapour qui possède la maison-mère du groupe *Castel* ? C'est impossible de le dire aujourd'hui, faute de transparence suffisante sur les propriétaires réels des entreprises et des trusts, ces structures qui organisent l'opacité en différenciant les administrateurs et « prête-noms » des bénéficiaires et propriétaires réels.

Création des registres publics des bénéficiaires effectifs des sociétés et des trusts, sous format ouvert

À la suite de l'adoption des 4^e et 5^e directives anti-blanchiment en 2015 et 2018, les États de l'Union européenne ont l'obligation de créer des registres publics des propriétaires réels des sociétés. Près d'un an après la date limite de transposition de la 5^e directive anti-blanchiment, la France a finalement ouvert au public son registre sur les bénéficiaires effectifs des sociétés au printemps 2021. Si l'on peut se féliciter de l'accès gratuit aux informations contenues dans ce registre, les modalités de consultation « à la pièce » limitent néanmoins la capacité des journalistes et organisations de la société civile à analyser ces informations et à les croiser avec d'autres sources. Les trusts échappent pour l'instant à cette obligation de transparence, alors qu'ils sont un véhicule important de la fraude et de l'évasion fiscales.



2. Pour une réforme des règles d'imposition des entreprises !

Comment mettre un terme aux montages fiscaux des entreprises, à la structuration avec des filiales dans les paradis fiscaux dans le seul but d'échapper à l'impôt ? Comment faire pour que les entreprises multinationales paient leurs impôts là où elles ont vraiment une activité ?

Le système fiscal international repose sur des règles complexes et inadaptées à l'activité des entreprises multinationales et à la réalité des échanges économiques du 21^e siècle. Il permet aux entreprises de créer des filiales dans les paradis fiscaux dans le seul but d'échapper à l'impôt, prend peu en compte les activités numériques et repose une répartition des droits injustes entre pays des maisons-mères des multinationales (souvent des pays riches) et pays d'activités (y compris des pays du Sud).

Réforme des règles d'imposition des entreprises multinationales, sur la base d'une taxation unitaire des multinationales selon une formule de répartition reflétant leurs activités réelles, juste et équilibrée envers les pays en développement, accompagnée d'un taux minimum d'imposition effectif sans exception, applicable pays par pays

Création d'un organisme fiscal intergouvernemental à l'ONU et la mise en place d'une convention sur les questions fiscales

Promue depuis longtemps par économistes et ONG comme l'alternative logique au système actuel, la « taxation unitaire » permettrait de taxer les entreprises en fonction de leurs activités économiques réelles dans chaque pays, comme le montant des ventes, le nombre de salarié·e·s, les actifs, etc. ; au lieu de laisser les entreprises délocaliser artificiellement leurs bénéfices dans leurs filiales dans les paradis fiscaux. La mise en place d'un impôt minimum sur les bénéfices des entreprises s'est imposée plus récemment dans les débats, comme un moyen de prévenir les montages via les paradis fiscaux et de freiner la course au moins-disant fiscal en imposant un taux plancher d'impôt à payer, en comprenant l'ensemble des exonérations, crédits d'impôts, etc.

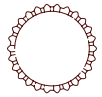
Si les limites du système fiscal international sont de plus en plus évidentes, son évolution est encore lente et parcellaire. Le G20 a adopté un premier plan de réformes en 2015, « BEPS » (Erosion de la Base d'imposition et Transferts de Bénéfices), négocié par les pays de l'OCDE. Il propose des modifications à la marge, sans s'attaquer aux fondements du système actuel, et ignore les problématiques propres aux pays en développement, qui n'ont pu participer aux négociations. En parallèle de ces négociations, de nombreux pays en développement intensifient leurs efforts pour la création d'un organisme fiscal international à l'ONU, où tous les pays pourraient négocier sur un pied d'égalité, et les négociations du sommet sur le Financement du Développement de 2015 s'étaient cristallisées sur cette question, mais les pays riches font barrage.

Devant les limites de ce plan, l'OCDE a entamé de nouvelles négociations en 2019 sur deux piliers :

📍 le premier pourrait créer de nouveaux droits d'imposition pour certaines activités numériques, pour les pays de marché : il fait encore l'objet de négociations sur son périmètre, notamment entre grands pays, mais devrait dans tous les cas concerner une part très réduite des bénéficiaires, avantager les pays riches, et complexifier le système fiscal. Nous sommes loin d'une véritable taxation unitaire.

📍 le second pourrait créer un taux minimum d'imposition effectif. Les États-Unis ont récemment proposé de le fixer à 21 %, bien plus haut que les 12,5 % proposés jusqu'ici. Pour autant, si ce sont les pays des maisons-mères des multinationales qui peuvent appliquer ce taux plutôt que les pays d'activités, le bénéfice que pourront en tirer les pays en développement est incertain, alors même qu'ils sont davantage victimes de l'évasion fiscale.

Fin février 2021, les conclusions du haut panel de l'ONU sur les flux financiers illicites (« FACTI panel ») pointaient les limites du système fiscal international mais aussi des négociations au sein de l'OCDE. Cette instance recommande elle aussi la création d'un organisme fiscal international à l'ONU pour que tous les États puissent négocier sur un pied d'égalité, et la mise en place d'une convention sur les questions fiscales, comme il en existe par exemple une sur les questions climatiques.



Contact : <http://survie.org>

Twitter/Facebook : @Survie

(+33) 6 52 21 15 61

contact@survie.org
