

LE MAGAZINE RÉSEAU DE ROGERS // OCTOBRE 2022

network

#100

DOSSIER

We R Meaningful Change

R

3 QUESTIONS À

Arvin Halkhoree, Chief Legal
and Compliance Executive

EXPERTISES

Rogers Capital au cœur
de l'innovation technologique

Rogers

We R Meaningful Change

La riche histoire de Rogers s'est bâtie sur la somme de tous les développements, renouvellements, transformations, améliorations ou innovations que nous avons menés au cours de nos **123** années d'existence et qui ont marqué l'histoire de Maurice en accompagnant son développement socio-économique.

Fidèles à cette culture et à cet héritage, nous avons mené une réflexion ces derniers mois sur qui nous sommes et d'où nous venons. Plus qu'un exercice de rebranding, il s'agit d'une application nouvelle de la mission en lien avec la vision de notre Groupe, ainsi que d'une classification revisitée de nos activités qui passent de quatre « Served Markets » à cinq « Segments ». Cette nouvelle nomenclature s'aligne sur la façon dont nous gérons nos ressources pour avoir un impact significatif et rester en phase avec l'évolution du monde qui nous entoure.

“

Cette 100^e édition de Network est d'autant plus un numéro collector qu'elle reflète, à travers notre nouveau logo et une nouvelle identité graphique, une évolution voulue dans la vie de notre Groupe.

”



Chers collègues,

Le numéro de « Network » que vous tenez entre vos mains est spécial à plus d'un titre.

C'est la 100^e édition de notre magazine d'entreprise, qui, depuis ses débuts en août 1996, a été un espace de partage et d'interaction pour l'ensemble de nos collaborateurs. Cent numéros qui, ces 26 dernières années, ont au fil de leurs pages raconté la riche histoire de Rogers et de ses employés.

Cette 100^e édition de « Network » est d'autant plus un numéro collector qu'elle reflète, à travers notre nouveau logo et une nouvelle identité graphique, une évolution voulue dans la vie de notre Groupe.

Ce nouveau positionnement reflète le réalignement des piliers et de la mission de Rogers avec sa vision, en adéquation avec l'évolution et les ambitions du Groupe. Une nouvelle étape dans la vie du Groupe Rogers, qu'il est important de partager avec chacun d'entre vous, à travers l'ensemble de nos opérations, à Maurice comme à l'étranger.

C'est pourquoi, pour cette édition, nous avons souhaité marquer le coup en imprimant exceptionnellement* ce numéro afin de nous assurer que vous puissiez, à travers ces pages, mieux comprendre toutes les facettes de ce changement.

Pour nos marchés cibles, il s'agit d'un engagement renouvelé. Pour nous, au sein du Groupe, c'est une responsabilité. En effet, nous sommes tous appelés, dans la diversité de nos métiers, à embrasser le changement en y apportant du sens ; à en être les agents en interne et à l'externe pour que nos projets soient impactants, non seulement pour nos entreprises, mais aussi pour les communautés que nous servons et pour la planète.

Voilà ce qui donne sens à notre nouvelle signature de marque – « **Meaningful Change** » –, soit un changement qui ait à la fois une raison d'être et une stratégie. Le « pourquoi » et le « comment ».

Cette nouvelle image de marque qui ravive l'ADN de Rogers est marquante dans la vie de notre Groupe. Elle fait ressortir chacune de nos facettes : **l'agilité, l'engagement et l'excellence** (nos trois valeurs) mais aussi la diversité, la passion, la détermination, la compassion, la résilience qui caractérisent notre Groupe. Cette nouvelle image consolide notre assise, et reflète notre engagement à nous tous, employés de Rogers qui portons cette promesse de marque « Meaningful Change ».

Bonne lecture.

Philippe Espitalier-Noël,
Chief Executive Officer de Rogers

**Afin de réduire notre empreinte carbone, nous avons dématérialisé depuis 2020 notre newsletter trimestrielle. Nous nous engageons à compenser non seulement les émissions de carbone liées à la production exceptionnelle de ce magazine destiné aux 4,700+ employés du Groupe Rogers, mais aussi de l'ensemble des supports produits dans le cadre de la campagne de communication liée à ce repositionnement du Groupe.*

we

R the roots

With over 120 years of resilience across multiple sectors, we have succeeded and thrived through agility backed by capability.

Today, fuelled by diversity, sustainability and excellence, we focus our energy on driving growth and meaningful change for people and our planet.

Rogers



Direction de la publication
Céline Guillot-Sestier

Coordination
Christine Decosta
Fabiola Sophie

Conception et réalisation
Anthony Ah Soon Tin Yan

Contributeurs :
Philippe Espitalier-Noël,
Christine Decosta,
Jonathan David, Annick Corroy,
Axelle Mazéry, Vincent Potage,
Julie Daruty, Henna Ebrahim,
Agathe Du Halgouet,
Neerish Chooramun,
Sandhya Gengudu,
Stephania Mellier,
Mathieu Duez, Christian Nanon

Photos : Banque d'images
du Groupe Rogers

Rogers

Rogers & Co. Ltd
5th Floor, Rogers House,
President John Kennedy Street,
Port Louis 11302, Mauritius

T: +230 202 66 66
E: communication@rogers.mu
W: rogers.mu

© Rogers & Co. Ltd - Oct. 2022

SOMMAIRE

ACTUS

07

HOT NEWS

Consolidation du secteur aérien et neutralité carbone au menu de l'assemblée générale de l'ATAF à Maurice

La partie « retail » de Phoenix Mall station bientôt dévoilée

Le chiffre

08

L'AfrAsia Bank Mauritius Open signe son grand retour après trois années d'absence

Heritage Villas Valriche entame sa dernière phase de commercialisation

Nouvelle image de marque pour Heritage Villas Valriche !

11

FOCUS FINANCE

La rentabilité d'Ascencia franchit la barre du milliard de roupies

LE B.A.-BA DE LA FINANCE

Investir à la Bourse de Maurice...

12

3 QUESTIONS À

Arvin Halkhoree, Chief Legal and Compliance Executive :
« Les entreprises veulent du conseil juridique qui prend en compte la réalité du marché »

14

DOSSIER

We R Meaningful Change



DÉVELOPPEMENT DURABLE

20

PAGES VERTES

Le ludique au service de la créativité

Promouvoir l'autonomisation à travers la formation

La Rogers Hospitality Academy accueille sa troisième cohorte

100 ruches implantées à Case Noyale

22

Bel Ombre nominé pour les Best Tourism Villages 2022

Favoriser l'inclusion en valorisant l'art et l'artisanat mauricien

24

Projet pilote de compostage à Agria

Triple certification ISO pour Velogic

25

VOS TIPS ÉCOLOS

PEOPLE

27

EXPERTISES

Talent Management Programme, entre formation sur mesure et mentoring

L'expertise logistique de Velogic mise à contribution sur un projet aux Maldives

Podcasts : Rogers monte le son

28

Rogers Capital au cœur de l'innovation technologique

30

MÉTIER / PORTRAIT

Rencontre avec Nundcoomar (Tools) Juggernaut, Messenger, Rogers Hospitality

DISCOVERY

33

CLIN D'OEIL

Richard Stedman ou le goût de l'aventure

Tina Staub nage pour une double bonne cause



34

ONLINE

35

BONS PLANS

actu

actus

us

Rogers Aviation

Consolidation du secteur aérien et neutralité carbone au menu de l'assemblée générale de l'ATAF à Maurice

Rogers et Rogers Aviation étaient aux côtés des compagnies aériennes, des agences de voyage et des tour-opérateurs francophones à l'occasion de la 128^e assemblée générale de l'Association des transporteurs aériens francophones (ATAF), qui s'est tenue les 30 septembre et 1^{er} octobre derniers au Trou aux Biches Beachcomber Golf Resort & Spa.

Fondée en 1950, cette association a pour vocation de favoriser le dialogue, les échanges d'expériences et le transfert de savoir-faire entre les membres.

En cette période post-pandémie, les échanges ont porté sur la consolidation du secteur aérien, mais aussi sur les problématiques du climat et sur les efforts requis pour atteindre la neutralité carbone dans cette industrie d'ici à 2050. Membre du comité exécutif de l'ATAF, Philippe Espitalier-Noël a été invité à échanger à l'occasion d'une table ronde aux côtés d'Anne Rigail, Directrice Générale d'Air France et de Jean-Pierre Mas, président des Entreprises du Voyage, sur l'impact environnemental du transport aérien et de l'industrie touristique.



77 ans de collaboration

L'assemblée générale de l'ATAF a également été marquée par la célébration des 77 ans de collaboration entre Air France et le Groupe Rogers qui, à travers Rogers Aviation, représente ce fleuron de l'aviation française dans la région, notamment à Maurice, à La Réunion et aux Comores.

Ascencia

La partie « retail » de Phoenix Mall Station bientôt dévoilée



Phoenix Mall Station. C'est le nom de la station de métro qui sera connectée au centre commercial. Le lancement officiel de ce développement, qui sera le tout nouveau visage de Phoenix Mall, est prévu au début du mois de novembre.

Cette partie du centre commercial comprendra désormais des paliers dont le premier qui sera connecté à la station et proposera des offres originales, notamment des petites et moyennes entreprises,

des restaurants, des magasins, de même que des services de Park & Ride avec 50 aires de stationnement pour commencer. Le food court du mall sera également rénové pour l'occasion.

Pour rappel, ce projet de station connectée à un centre commercial est une première à Maurice et a pu être concrétisé grâce à une collaboration public-privé entre Ascencia et Metro Express Limited (MEL).

Le chiffre : 40



Veranda Resorts, c'est aujourd'hui quarante ans de passion et de savoir-faire, de célébration du mauricianisme au service de ses clients.

Octobre 1982 voit l'ouverture de Veranda Bungalow Village à Grand Baie. L'ambition des fondateurs d'alors – Guy Hugnin et Michel Pitot – est de pallier le manque d'hôtels de charme à Maurice.

En précurseur de l'égalité des genres, la direction nommait une femme – Sybille Manuel – en tant que première Hotel Manager.

Suivront Veranda Paul et Virginie (2000), Veranda Palmar Beach (2001), Veranda Pointe aux Biches (2004) et Veranda Tamarin (2016).

Scannez le code et revivez ces 40 ans d'histoire...



L'AfrAsia Bank Mauritius Open

signe son grand retour après trois années d'absence

La page Covid se tournant enfin, le tournoi de l'AfrAsia Bank Mauritius Open (ABMO) est de retour sur le sol mauricien pour sa sixième édition. Co-sanctionné par le Sunshine Tour et le DP World Tour, cet événement golfique devenu une référence mondiale, accueillera du 15 au 18 décembre prochain la crème du golf mondial. Rogers et sa filiale Rogers Hospitality, sont des sponsors historiques de cet événement considéré comme le tournoi le plus prestigieux de la région.

Cette année encore, l'ABMO promet d'offrir une visibilité mondiale à Maurice, notamment grâce à la retransmission des images dans près de 400 millions de foyers à travers le monde, ce qui ne manquera pas de contribuer à la relance du tourisme local dans un contexte post-Covid.

Grande nouveauté de cette année, cette sixième édition se disputera pour la première fois sur le parcours de championnat de Mont Choisy Le Golf. L'an prochain, c'est Rogers Hospitality qui accueillera la septième édition de l'ABMO à Bel Ombre, sur le parcours de golf flambant neuf du groupe, baptisé La Réserve Golf Links, et dont le soft opening est prévu dès janvier prochain. La création à quatre mains du nouveau parcours a été confiée à Peter Matkovitch, architecte de golf de renom, et au joueur sud-africain Louis Oosthuizen, vainqueur d'un tournoi majeur, l'Open Championship en 2010 – et de plusieurs tournois européens.

“

La Réserve Golf Links sera le parcours qui attirera les golfeurs à Maurice.

”



Suivant les contours des terres montagneuses de Bel Ombre, ce golf de type « links » intègre le cadre naturel dans sa conception. S'alignant sur l'ambition du pays de devenir une destination de golf de premier plan, « La Réserve Golf Links, à Heritage Golf Club, sera le parcours qui attirera les golfeurs à Maurice. C'est le premier et le seul links contemporain de l'océan Indien, offrant une expérience de jeu inégalée. Avec une vue panoramique sur l'océan à chaque trou, ce nouveau parcours fait de la nature un élément intégrant du jeu, à un jet de pierre de la réserve de biosphère de l'Unesco. Le parcours offrira aussi une expérience exclusive, car il sera réservé aux membres du club, à leurs invités et aux résidents de Heritage Resorts. Nous avons hâte de pouvoir accueillir nos premiers golfeurs », déclare Jonathan Menteath, General Manager de Heritage Golf Club.

La Réserve Golf Links est aussi le premier de l'océan Indien (et un des rares au monde) à répondre aux normes de la Golf Environment Organization (GEO). La promesse d'une expérience de jeu inédite aux golfeurs !

Pour devenir membre ou faire l'expérience du Club, c'est par ici !



Heritage Villas Valriche

entame sa dernière phase de commercialisation



Le cadre de vie exceptionnel de Heritage Villas Valriche en plein cœur de Bel Ombre, continue de faire rêver les acheteurs. Au cours du dernier exercice financier, les ventes ont poursuivi leur courbe ascendante avec un total de 22 biens immobiliers – 3 villas sur plans et 19 lots à bâtir – ayant trouvé preneurs pour un montant de plus de \$ 13 millions.

Il ne reste plus que 41 propriétés disponibles à l'acquisition sur les 288 que compte le magnifique développement immobilier de Heritage Villas Valriche qui est régi sous l'Integrated Resort Scheme, et donc accessible également aux acquéreurs étrangers. Dans le quartier de Fifteen West, niché sur une colline, avec une vue à 180°, se trouve l'un des bijoux de la collection, le lot 263.

Cette propriété est considérée comme l'un des endroits les plus féériques de Bel Ombre pour admirer le soleil couchant.

Les futurs propriétaires de ce lot exceptionnel – ou de l'un des 40 autres lots restants – pourront choisir entre construire une résidence sur mesure, en accord avec le cahier des charges du domaine, ou opter pour une somptueuse villa contemporaine de type « Bliss » (photo) ou de type « Glow » proposée sur plans et qui s'articule idéalement avec la topographie du terrain, entre le parcours de golf manucuré, le tableau ondulé de collines et le bleu azur du lagon à l'infini.

Si vous ne le connaissez pas encore, découvrez le domaine de Heritage Villas Valriche au cœur de Bel Ombre sur www.villasvalriche.com.

Il ne reste plus que **41 propriétés** disponibles

Nouvelle image de marque pour Heritage Villas Valriche !

En ligne avec la nouvelle image de marque de Heritage Resorts, Heritage Villas Valriche se dote également d'une nouvelle image. Celle-ci est fondée sur ses facteurs clés de différenciation et les valeurs de sa marque, notamment l'espace vert illimité, la préservation du patrimoine, les vues emblématiques et authentiques du sud de l'île, la réputation d'un partenaire solide, la préservation de l'environnement et le golf.

Ce projet de rebranding articulé autour du slogan « Heritage Villas Valriche – Authentic Island Living SINCE 2008 » a été réalisé conjointement avec Liaison Consulting, agence internationale de services de conseil stratégique et de marketing.

Brett Gregory-Peake, Managing Partner de Liaison Consulting souligne que « Heritage Villas Valriche est un programme immobilier emblématique, qui présente un grand nombre d'atouts recherchés par les étrangers souhaitant acquérir un bien immobilier à Maurice.

Nous sommes ravis d'avoir participé à façonner son avenir avec cette nouvelle orientation de communication ».

Les piliers essentiels de la communication autour de l'art de vivre insulaire authentique, proposé depuis 2008, sont désormais mis en avant par le « vivre autrement ». Ils s'appuient sur les atouts de la région dont son capital naturel, mais aussi les infrastructures de classe mondiale dont bénéficient les acquéreurs, à l'image du parcours de golf, de l'offre hôtelière, des résidences modernes constructibles sur de vastes terrains ou encore du service sur mesure.

L'identité visuelle utilisée dans tous les supports marketing de la marque a été réalignée en conséquence, notamment au niveau des couleurs, des contenus photo et vidéo, des textures et des polices de caractère pour faire de Heritage Villas Valriche la référence des projets immobiliers de luxe à Maurice.



Découvrez ici les atouts de notre programme immobilier !



Le 26 août dernier, Mont Choisy Le Golf a accueilli un tournoi marquant le lancement de l'ABMO. Rogers y était représenté par Michael Li Ying, Peet Strauss, Jonathan Menteath et Avinash Choony (photo ci-dessus, de g. à dr.).

Bilan de l'année financière 2022

La rentabilité d'Ascencia franchit la barre du milliard de roupies

Pour l'exercice 2021-2022 se terminant au 30 juin, le chiffre d'affaires d'Ascencia s'élève à Rs 1,6 milliard contre Rs 1,3 milliard pour l'exercice précédent, soit une croissance de 16% à périmètre comparable. Ascencia affiche également une nette progression de sa rentabilité en franchissant la barre du milliard de roupies, une réalisation qui démontre l'attractivité et la performance soutenue des locataires de ses sept malls.

Ce bilan souligne la résilience d'Ascencia, qui lui a permis de procéder à une distribution record de dividendes de Rs 439 millions pour l'année, soit le montant le plus élevé depuis la création de l'entreprise en 2008.

Ascencia continue sur sa trajectoire avec de nombreux autres projets prévus en cette nouvelle année financière. McDonald's a ouvert ses portes à Bo'Valon Mall, le premier point de vente de l'enseigne dans le sud de l'île en août dernier. Une rénovation aura également lieu à Riche Terre Mall au niveau de sa façade, de son food court et de ses espaces communs dans les mois à venir.

Au niveau de la stratégie de développement durable d'Ascencia, plusieurs projets sont en cours :

- Les panneaux solaires, installés à Bagatelle Mall, Phoenix Mall, Kendra et Les Allées opèrent presque à plein régime.
- L'adhésion des sept centres commerciaux à la certification LEED (Leadership in Energy and Environmental Design).
- Le traitement des déchets : l'installation d'une station pilote de biogaz à Bagatelle Mall, utilisant des déchets organiques, de l'huile usée et du carton, est en cours. On y produira un compost de qualité et du méthane qui sera connecté aux systèmes réfrigérants du centre, une première à Maurice et dans la région.



Chiffre d'affaires FY22
+16% Rs **1,6** md

Dividendes
Rs **439** m

LE B.A.-BA DE LA FINANCE

On vous explique tout !

Investir à la Bourse de Maurice...

Découvrez dans chaque numéro de Network un sujet lié à la finance pour vous permettre de mieux appréhender les spécificités de ce secteur !

Vous souhaitez vous constituer un portefeuille d'actions ? Rien de plus simple, on vous explique comment procéder ici !

Pour acheter et vendre des actions d'entreprises cotées à la Bourse de Maurice (Stock Exchange of Mauritius - SEM), vous devez d'abord ouvrir un compte auprès d'un courtier en valeurs mobilières agréé. Vous trouverez les contacts de tous les courtiers agréés sur le site Internet de la SEM !

Cette étape franchie, vous pouvez passer votre ordre de transaction auprès de votre courtier qui pourra vous recommander un budget et des actions en fonction de vos besoins.

Vous pouvez également utiliser l'application mobile mySEM. Votre agent de change effectuera le processus d'enregistrement pour que vous puissiez accéder à mySEM via un nom d'utilisateur/mot de passe personnalisé.



Lors de l'achat ou de la vente d'actions, vous devrez régler le montant dû par chèque/transfert bancaire, jusqu'à trois jours après la transaction. Pour les transactions d'une valeur inférieure à Rs 3 millions, des frais totaux de 1,25 % seront dus au courtier en valeurs mobilières, à la SEM, au Central Depository & Settlement Co. Ltd et à la Financial Services Commission.

we

growth

At Rogers, we set out every day with a clear mission: creating meaningful value for the sustainable growth of our businesses and communities.

Building on years of dedication and reliability, we achieve growth by creating meaningful change and successfully transforming opportunities into sustainable ventures.

Rogers

Arvin Halkhoree

Chief Legal and Compliance Executive

« **Les entreprises veulent du conseil juridique** qui prend en compte la réalité du marché »



Nouvellement promu au poste de directeur juridique de Rogers, Arvin Halkhoree nous décrit les différentes facettes de la fonction juridique au sein d'un groupe diversifié. Nous avons profité de cette mini-interview pour en savoir plus sur lui.

01.

Vous dirigez le service juridique ainsi que celui du Company Secretariat du Groupe Rogers depuis le 1^{er} août 2022. En quoi consiste cette fonction ?

Le département se compose de trois pôles : le pôle légal, la conformité et le secrétariat. L'idée est d'accompagner tous les segments du Groupe, de servir nos marchés en matière de *company secretariat*, de nous assurer de la conformité aux lois, veillant à ce que toutes les activités se fassent dans le cadre de la législation qui régit chacun de nos secteurs.

Cette fonction consiste aussi à accompagner l'équipe au niveau du Head Office dans sa stratégie de croissance, d'un point de vue juridique et réglementaire.

La fonction comporte aussi un important volet pédagogique puisque nous avons pour responsabilité d'informer les segments des changements apportés aux lois qui influent sur nos activités.

02.

Qu'est-ce qui a motivé ce choix de carrière ? Comment est-ce qu'on devient responsable juridique de Rogers ?

Dès mon plus jeune âge, je voulais être avocat ! Donc, après mon parcours secondaire, j'ai tout mis en œuvre pour entamer des études de droit ; une chose en entraînant une autre, j'ai pu réaliser ce rêve.

Pour la petite histoire j'étais avocat dans un *Business Law Firm* et, de par cette fonction, j'étais souvent appelé à collaborer avec Rogers. Aussi, les activités de ce cabinet nécessitaient que l'on comprenne le business du client dans l'optique d'apporter des conseils juridiques à la fois pratiques et adaptés.

Les huit années passées dans ce cabinet légal m'ont apporté l'expertise voulue pour pouvoir aujourd'hui chapeauter le département juridique de Rogers.

Bien entendu, c'est là une nouvelle fonction que j'endosse avec beaucoup d'humilité. Je suis très fier de cette opportunité et je mesure aussi la lourde tâche qui m'est confiée.

03.

La profession de juriste évolue. Comment, en 2022, s'assurer que le responsable juridique soit un business partner de l'entreprise et participe aussi à la stratégie ?

Aujourd'hui, les entreprises veulent du conseil juridique qui prend en compte la réalité du marché. Il est indispensable de comprendre les impératifs et les défis de chaque secteur, avant de pouvoir prodiguer les conseils adaptés.

Quand je travaillais dans un cabinet, il me manquait cette vue d'ensemble de toutes les activités du client. Aujourd'hui que j'évolue dans un groupe diversifié, je suis amené à voir et comprendre les activités et opérations du Groupe et ainsi donner des conseils ou émettre un avis juridique qui soient taillés sur mesure et qui prennent en compte la réalité commerciale.

Pour moi, le conseil juridique est un maillon important lorsqu'il s'agit de l'élaboration et de la mise en œuvre de la stratégie d'entreprise.

En aparté

Le métier dont je rêvais à 10 ans
Avocat – j'en ai toujours rêvé.

Mon livre de chevet
J'ai plusieurs chevets (*rites*) donc plusieurs livres... une mini-bibliothèque avec l'incontournable *Bhagavad Gita*, *The Alchemist*, de Paulo Coelho, *Good to Great* de Jim Collins, entre autres. Le livre que je lis actuellement (et qui n'est pas à mon chevet !), c'est *The Upside of Uncertainty*, de mon prof à l'INSEAD, Nathan Furr.

Ma série Netflix préférée (« Suits » n'est pas une option !)
Aussi drôle que ça puisse paraître, je ne suis pas « *a Netflix person* ». Occasionnellement j'accompagne ma fille qui regarde ses séries. Donc Netflix à la maison est partagé entre mon épouse et ma fille. Moi, je préfère la lecture.

Le sport que je pratique
Le vélo ; et le sport dangereux que je pratique est d'être parfois en désaccord avec ma femme (*rites*) !

Un talent caché
Le talent est toujours caché !

Mine bouilli ou mine frit
Incontestablement un mine frit fait maison avec beaucoup de légumes et du teokon.

Ce que j'écoute en conduisant
La radio ; parfois ce sont des chansons religieuses et par moment ce sont des TedTalks.

Ma plus grande fierté
Ma fille Shreya est ma plus grande fierté.

Mon principal trait de caractère
Je suis bavard.

En quoi je voudrais être réincarné
Moi-même.

We R Meaningful Change

Une identité visuelle ancrée dans son époque, une signature de marque revisitée, une refonte graphique de son image... Depuis fin octobre, c'est un nouveau positionnement de marque que projette Rogers. Le Groupe affiche ainsi un nouveau logo, porté par une nouvelle signature – « Meaningful Change », dévoilés dans une campagne de communication à travers l'île.

C'est un changement de taille pour ce groupe de 123 ans, qui résulte d'une réflexion menée en interne ces derniers mois quant au positionnement actuel et futur du Groupe. Une réflexion qui a mené à un réalignement des valeurs et de la mission du Groupe, en accord avec sa vision.

Point de départ de cet exercice : le constat de l'évolution et de la transformation que ces cinq dernières années ont apporté au Groupe, non seulement en termes de perspectives de croissance mais aussi en termes d'ajustements de sa stratégie à long terme.

L'accent sur le « Meaningful Change » est également un hommage rendu aux racines du Groupe qui a toujours été porté par un esprit entrepreneurial. « Notre 'Meaningful Change' à nous, c'est la somme de tous ces développements, transformations et innovations que nous menons inlassablement depuis 123 ans pour nous renouveler et dynamiser nos activités », a fait ressortir Philippe Espitalier-Noël, Chief Executive Officer de Rogers dans un message vidéo adressé aux équipes du Groupe.

« A nos yeux, il est essentiel que la prospérité économique aille de pair avec la régénération de la planète et l'amélioration de la qualité de vie. Nous nous efforçons donc de ne plus penser la notion de durabilité comme un projet à part entière mais au contraire, de l'intégrer pleinement dans notre stratégie commerciale et nos modes d'opération. Ce n'est pas chose facile, et cela se rapproche davantage du marathon que du sprint. Nous voulons d'un développement qui soit durable, reflet de notre objectif primordial – 'Meaningful Change' », explique Mehul Bhatt, Chief Strategy and Sustainable Development Executive de Rogers.

C'est également la réponse que le Groupe apporte aux profondes transformations qui s'opèrent dans son environnement afin de rester dans l'air du temps et de réasseoir ses acquis – notamment son capital de marque, sa notoriété et son statut de marque iconique dans le paysage

mauricien et régional. « Ce sont là des acquis précieux pour une marque et, si l'histoire du Groupe est inspirante, son avenir est aussi prometteur. Nous nous donnons les moyens d'être une entreprise 'future-fit'. Nous avons ainsi réaligné notre mission et nos valeurs afin qu'elles soient en adéquation avec ce que nous sommes et ce vers quoi nous tendons, à savoir façonner un avenir meilleur », indique Céline Guillot-Sestier, Chief Communication Executive du Groupe.

Le rebranding, c'est aussi, pour Rogers, l'occasion d'une fidélisation et d'un renforcement de l'engagement des 4 700 employés que compte le Groupe dans treize pays. L'exercice de repositionnement met en effet l'accent non seulement sur l'impact positif des activités du groupe, mais aussi sur le dynamisme et la diversité des équipes et des métiers qui les portent. Plus que jamais, le Groupe met en relief ses multiples facettes ; ses racines et ses engagements ; ses expertises et ses sources d'inspiration, son agilité et sa solidité, mais surtout sa résilience.



“

C'est un changement pour Rogers qui renvoie à sa capacité à avoir un impact positif sur toutes ses parties prenantes quelles qu'elles soient – client, citoyen, partenaire, actionnaire et autres. Il traduit également la vocation de Rogers à créer des opportunités pour tous.

”

Un logo revisité

Solide et bien ancré mais aussi énergique, le nouveau logo de Rogers joue la carte de la modernité et se pare d'un R iconique – en clin d'œil à celui qui a porté le Groupe il y a de nombreuses années – avec une découpe qui dynamise l'ensemble en créant des diagonales et des angles droits dans l'arrondi de la police d'écriture.

Ces angles droits, ayant tous le même point de convergence d'une extrême précision, renvoient aussi à la notion d'Excellence, une des valeurs du Groupe (voir plus loin). Le centre du « R » devient dans la foulée un point focal, d'où partent une série de diagonales. Celles-ci représentent à la fois un point de convergence mais aussi le point de départ vers une multitude de possibilités.

Elles sont utilisées dans les visuels de la marque pour représenter la mosaïque d'activités du Groupe.

Si la couleur bleu marine est conservée, elle est relevée grâce à une touche de rouge corail, reflétant le dynamisme et la diversité du Groupe.

Rogers
Uniting Energy

Rogers
meaningful change

Une nouvelle nomenclature

Les activités principales de Rogers adoptent une nouvelle nomenclature, passant de quatre « Served Markets » à cinq « Segments ». L'objectif de cette réorganisation est de consolider le positionnement « top of mind » de Rogers dans ces secteurs, et d'ouvrir la voie à de nouveaux projets. Ces Segments sont déclinés comme suit :

Rogers

Rogers
Finance & Technology

Rogers
Hospitality & Travel

Rogers
Logistics

Rogers
Malls

Rogers
Real Estate & Agribusiness

Les piliers de la marque réalignés

NOS VALEURS

Agilité

Notre capacité à anticiper les changements, à nous adapter et à nous améliorer, ensemble.

Agility - Our ability to anticipate changes, adapt and improve together.

Engagement

Notre résolution à prendre soin les uns des autres et à façonner un avenir meilleur.

Engagement - Our commitment to care for each other and shape a better future.

Excellence

Notre détermination à fournir de manière constante la qualité promise.

Excellence - Our drive to consistently deliver promised quality.

NOTRE MISSION

Créer de la valeur significative pour la croissance durable de nos entreprises et communautés.

Creating meaningful value for the sustainable growth of our businesses and communities.

NOTRE VISION

Façonner un avenir meilleur.

Shaping a better future.

MISE EN PERSPECTIVE

Visionnez notre film « manifeste » dans le sillage de ce renouvellement de la marque Rogers et découvrez les valeurs qui nous accompagneront désormais au quotidien.

Pour voir le film, scannez ici !



Dans les coulisses du nouveau positionnement de Rogers

Céline Guillot-Sestier (C.G.S.), Chief Communication Executive, **Fabiola Sophie (F.S.)**, Corporate Manager – Marketing & Projects, et **Anthony Ah Soon Tin Yan (A.S.T.Y.)**, Senior Brand Specialist, sont trois des chevilles ouvrières de l'exercice de repositionnement, ces derniers mois. Ils nous partagent leur expérience...



Céline Guillot-Sestier

Fabiola Sophie

Anthony Ah Soon Tin Yan

« Mon rôle dans ce repositionnement de Rogers »

C.G.S.

Il y a d'abord eu tout un travail de réflexion, mené en collaboration avec Circus Advertising et l'ensemble des parties prenantes, allant d'études de perception à des workshops pour s'aligner sur la mission, la vision et les valeurs du Groupe. Un travail de repositionnement qui s'est traduit en un rebranding de Rogers, ainsi qu'une campagne de communication qui se devait d'être représentative des messages que nous voulions transmettre. Un exercice qui se doit d'être bien mené puisqu'un repositionnement a un impact à long terme sur l'entreprise, de même que sur chaque employé.

F.S.

Chargée du suivi de projet, j'avais pour tâche de m'assurer de la contribution de tous les membres de l'équipe, que ce soit au niveau de la production de tous les supports médias, qu'il s'agisse de films, de visuels ou de scripts. J'ai aussi assuré la coordination avec différents prestataires de services et avec les filiales du Groupe, qu'elles soient touchées directement ou indirectement par le rebranding.

A.S.T.Y.

Intervenant sur tout le volet Design, j'étais chargé de la mise en œuvre du nouvel univers graphique par le biais des collatéraux à usage interne ou externe, faisant le lien entre différentes parties prenantes, dont l'agence Circus Advertising et nos fournisseurs. J'ai aussi dû m'assurer que tous les anciens logos, par exemple, ont bien été enlevés de tout l'écosystème de la marque.

« Mon plus gros challenge »

C.G.S.

Conserver la cohésion sur tous les sujets qui entrent en jeu dans le repositionnement d'un groupe et dans son rebranding constitue un défi majeur. Il faut faire de sorte que chaque composante soit cohérente dans son application propre, qu'il s'agisse des visuels publicitaires, du film, du rapport annuel, ou d'habillage de bureaux, et que les messages soient homogènes et impactants en externe et en interne.

F.S.

C'est là un projet aux multiples facettes ; il faut donc penser aux moindres détails, en essayant de ne rien rater. Un rebranding réunit également de nombreux intervenants qui travaillent avec des délais courts. Il est indispensable de travailler vite sans confondre vitesse et précipitation.

A.S.T.Y.

Ça a été une course contre la montre, avec des deadlines serrées, en ce qui concerne la production. De plus, ça a été très compliqué de maintenir la confidentialité de ce projet, car on voulait à tout prix préserver la magie du « reveal » pour tous nos collaborateurs.

« Ma plus grande satisfaction »

C.G.S.

De voir l'engouement des différentes équipes pour ce rebranding, au Corporate Office, comme dans les filiales ! Cela contribue au « feel good factor » et crée un fort sentiment de fierté et d'appartenance, même durant l'étape de préparation. Les équipes sont galvanisées et ça n'a pas de prix.

F.S.

Le travail est colossal mais c'est gratifiant de voir tant de monde s'impliquer pour mener un projet commun qui, d'ailleurs, s'adresse à tant d'audiences distinctes – clients, investisseurs, citoyens, jeunes et moins jeunes. C'est aussi une satisfaction de voir tout un projet prendre vie après des mois de réflexion.

A.S.T.Y.

Après avoir travaillé six ans en agence, j'ai apprécié de pouvoir vivre cette expérience de l'intérieur, avec toute la réflexion qui est associée à un rebranding. J'ai beaucoup appris de l'interaction avec les divers acteurs qui font vivre une marque. C'est formateur et nous donne des ailes.

Comment nos entreprises contribuent au changement



Annick Corroy,
Chief Marketing &
Communication Officer,
Rogers Capital

« Financiers, ingénieurs, fiscalistes, marketeurs, comptables, banquiers : tous sous une seule bannière pour 'keep evolving'.

Le 'Meaningful Change' se traduit dans l'action : une fibre internet hautement sécurisée pour se connecter au monde en toute tranquillité, l'automatisation des opérations au sein des entreprises afin qu'elles augmentent leur efficacité dans un monde économique de plus en plus interconnecté et compétitif. Nous avons évolué, passant d'une ère définie par les mégabits à une ère dans laquelle la connectivité gigabit est fournie à la seconde et où la cybersécurité est omniprésente. »



Axelle Mazery,
Chief Communication
Officer, Rogers Hospitality

« Chez Rogers Hospitality, nous créons des 'Mauments', comme nous les appelons, à savoir des 'moments hors du temps, imprégnés de magie, de soleil et de chaleur' ... Notre palette d'activités et de services va des hôtels et resorts, à la restauration, mais nous sommes tous animés par la même passion, la même philosophie : créer des moments authentiquement mauriciens, triés sur le volet, afin de marquer notre clientèle durablement, tout en ayant un impact positif sur nos communautés, et sur le pays. En tant qu'acteurs du développement durable, nous nous engageons également à illustrer notre engagement environnemental et social en réduisant l'impact de nos activités sur les communautés au sein desquelles nous opérons. Le développement durable fait partie intégrante de notre ADN.



Soorya Oogarah,
Managing Director,
Aviation Services

Rogers Aviation s'appuie sur de solides relations et apporte de la valeur à ses clients, partenaires et employés. Alors que l'industrie du voyage se remet de la crise de la Covid, notre entreprise tire le meilleur parti de son empreinte géographique et de son portefeuille de transporteurs aériens de premier plan pour donner accès à un réseau étendu de prestations de voyage et services de fret.

De son côté, dans le cadre de sa stratégie de digitalisation et de centrage sur le client, notre agence de voyages, BlueSky a mis en place un outil de réservation pour les entreprises, une plateforme de réservation en ligne ainsi qu'une application mobile. Il s'agit pour nous de simplifier les réservations – et d'en faire un service plus autonome – grâce à un outil de comparaison des tarifs. BlueSky propose également des solutions de voyage durable à travers un programme de compensation carbone (FlyGreener). La clientèle peut ainsi compenser son empreinte carbone liée au voyage.



Neerish Chooramun,
Corporate Manager –
Marketing &
Communication, Velogic

« 'Meaningful Change' caractérise ce que nos entreprises pratiquent déjà, mais cette nouvelle tagline nous encourage à essayer de comprendre comment nous pouvons améliorer davantage nos services. Par exemple, quand nous avons revisité les valeurs de Velogic, qui sont désormais *Agility, Customer Centricity et Team Spirit (ACT)* ; nous l'avons fait parce que cela valorise nos interactions avec nos divers interlocuteurs – en interne et en externe. Cette nouvelle culture d'entreprise dynamise nos équipes davantage – elles sont bien plus conscientes de leurs raisons d'être au sein du groupe. »



Stephania Mellier,
Communication Manager,
Ascencia

« Ascencia rassemble. Ses centres commerciaux sont des lieux de rencontre et de partage pour ceux qui souhaitent se poser dans un coin pour travailler ou bouquiner. Ses quatre piliers fondamentaux : l'accessibilité, la sécurité, le confort et l'expérience unique permettent à toutes ces personnes de se réunir et d'avoir envie de se retrouver dans ces espaces de vie. La promesse client 'Shaping Singular Places' prend ainsi tout son sens quand on comprend qu'Ascencia arrive vraiment à créer des souvenirs. »



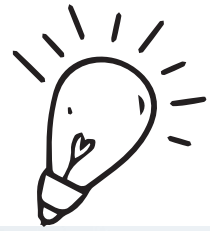
Thierry Sauzier,
Chief Executive Officer,
Agría

« Bel Ombre a vu son destin modifié en 1999 avec la fermeture de l'usine sucrière. Depuis, la compagnie, devenue Agría, a assuré une transition vers une économie différente. Les hôtels cinq étoiles, Kaz'alala, l'immobilier de luxe avec Heritage Villas Valriche, les activités de loisirs avec le Château de Bel Ombre ou Bel Ombre Nature Reserve, les activités agricoles raisonnées, notamment, ont certes valorisé notre capital foncier, mais ils ont, aussi, façonné un territoire unique – 'Bel Ombre. Lamer. Later. Lavi.' Celui-ci s'est donné pour mission de faire prospérer la région en protégeant l'humain et la nature. C'est dans cette perspective qu'Agría poursuit son développement foncier intégré et son exploration de l'économie circulaire. »

dévelop

développement durable

ble



Linkology

Le ludique au service de la créativité

« Pourquoi sommes-nous créatifs ? » Cette question est la clé des recherches de Bippin Makoond, chercheur et docteur en sciences informatiques d'origine mauricienne. En 2016, alors qu'il est *Global Head of R&D and Innovation* d'une société d'ingénierie digitale, il participe au développement du logiciel Linkology avec ses pairs. Si cette plateforme ludique, qui est une forme gamifiée des tests de créativité, est principalement destinée aux jeunes de 7 à 18 ans, elle peut être utilisée à tout âge. Elle entraîne le cerveau à développer de nouvelles associations d'idées et permet aux neurones de créer de nouvelles connections. Actuellement, 2000 étudiants en Inde et en Angleterre l'utilisent quotidiennement pour booster leur créativité.

Grâce à une collaboration de la Rogers Foundation et des Scouts de La Savanne, une trentaine de jeunes, issus de milieux vulnérables de la région de Bel Ombre, ont pu faire l'expérience de Linkology et ont bénéficié d'un suivi détaillé de leurs avancées créatives. Après seulement trois mois de cette expérience, ces jeunes ont démontré

plus d'engagement scolaire, et les statistiques générées par Linkology illustrent une progression continue de leur niveau de créativité.

« Comme l'alphabétisation et les calculs, la créativité est une discipline essentielle à inculquer à nos jeunes car c'est un élément fondamental du succès des individus », explique Bippin Makoond. « S'il est primordial qu'ils acquièrent une spécialité à la fin de leur cursus académique, les encourager à s'intéresser à d'autres sphères de connaissances est la clé pour générer une population adulte créative, capable de trouver des solutions innovantes aux problèmes sociétaux et environnementaux, spécialement dans cette ère d'urgence climatique », enchaîne-t-il.

Si la version gratuite de Linkology est disponible à tous, les statistiques approfondies permettant de faire un réel suivi sur les progrès ne sont disponibles qu'à travers la version payante. La prochaine étape pour la Rogers Foundation et les Scouts de Maurice consiste à étendre l'accès à Linkology à quelque 2000 scouts à travers l'île grâce à une méthode de parrainage.

Agriculture durable

Promouvoir l'autonomisation à travers la formation

25 agri-entrepreneurs de la région sud de l'île reçoivent actuellement à Bel Ombre une formation de trois mois en agriculture tropicale durable, assurée conjointement par Forma'Terra de l'île de la Réunion, le Centre de formation Robert Antoine et la Chambre d'agriculture de Maurice.

Lancée par Agrîa et financée par Heritage Villas Valriche, cette formation a pour objectif d'assurer, d'une part, le développement de l'entrepreneuriat régional durable et, d'autre part, l'inclusion, l'autonomisation et la création d'emploi en permettant aux participants d'acquérir les notions de base nécessaires pour cultiver et pérenniser leurs propres productions agricoles.

Étalés sur trois modules totalisant 114 heures d'apprentissage, ces ateliers professionnalisants visent également à sensibiliser, développer et appliquer les concepts de pratiques agricoles saines et durables bénéfiques pour

tous ceux engagés dans l'agriculture.

Les bénéficiaires de ces cours apprendront toutes les facettes de la production agricole, allant des bases de la culture vivrière aux techniques avancées qui serviront à planifier et développer un potager commun de 600m² mis à leur disposition. Les ateliers pratiques se font sur un terrain d'une superficie totale de 1 200m², situé à côté du Château de Bel Ombre, qui abritait auparavant une pépinière.

Cette initiative s'inscrit dans une lignée visant à encourager l'entrepreneuriat durable, les circuits courts et le développement d'une économie circulaire dans la région de Bel Ombre. Ainsi, toutes les récoltes produites, pendant et après cette formation, seront achetées par les hôtels de Heritage Resorts et sublimées en cuisine par les chefs de ces établissements.



Formation

La Rogers Hospitality Academy accueille sa troisième cohorte

Développer sa confiance en soi, trouver une indépendance financière et une voie professionnelle tout en participant au développement du tourisme. C'est autour de ces axes que s'articulent les formations professionnalisantes délivrées par la Rogers Hospitality Academy. Cette dernière, située à Bel Ombre, accueille depuis juillet son troisième lot d'étudiants.

Depuis sa création en 2019, l'Académie œuvre pour la revalorisation des métiers de l'hôtellerie à travers des formations professionnalisantes qui contribuent à promouvoir les carrières dans ce secteur et à susciter plus d'intérêt auprès des jeunes. A ce jour, 26 étudiants ont bénéficié de ces cours assurés par des instructeurs indépendants qui cumulent une solide expérience professionnelle dans l'hôtellerie et la formation.

Au programme de la troisième édition : six mois d'apprentissage durant lesquels les aspirants professionnels se formeront aux métiers de ce secteur, plus particulièrement aux techniques de base en cuisine et au service en restauration. Une fois la formation complétée, ceux qui auront réussi avec brio seront employés par Heritage Resorts.

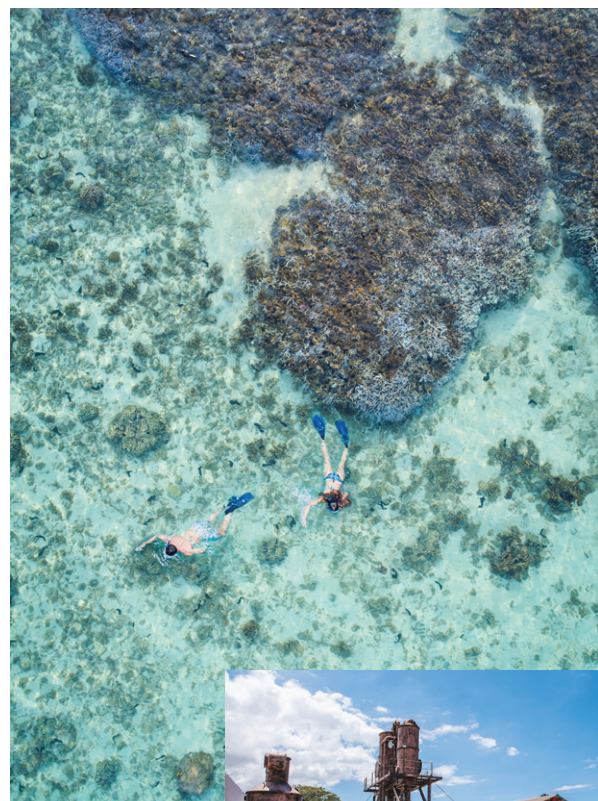


« Depuis sa création en 2019, l'Académie œuvre pour la revalorisation des métiers de l'hôtellerie à travers des formations professionnalisantes. »

100 ruches implantées à Case Noyale



C'est le buzz ! Depuis fin septembre, une centaine de ruches ont été installées sur les terres de Case Noyale Limitée, pour la production de miel local. Étendu sur une période cinq ans, ce projet résulte d'une collaboration avec Étienne de Senneville, apiculteur d'expérience exerçant depuis plus d'une décennie dans l'ouest de l'île. En plus d'assurer une fourniture continue en miel local aux hôtels de Bel Ombre, l'idée est également d'en faire une marque déposée destinée au commerce à des endroits-clés dont les Terres des 7 Couleurs et aux boutiques d'hôtels du Groupe. Écologiquement, ces abeilles contribueront de manière significative à la préservation et à l'épanouissement de la biodiversité dans cette région.



Bel Ombre nominé pour les Best Tourism Villages 2022

Pour la seconde édition du concours international des « Best Tourism Villages » lancé par l'Organisation mondiale du tourisme des Nations unies, le village de Bel Ombre se retrouve en lice avec Trou d'Eau Douce et Grand Baie. Ce label vise à valoriser les villages où le tourisme est porteur d'opportunités et contribue à préserver les cultures, les traditions et la biodiversité tout en célébrant la diversité. La nomination de Bel Ombre survient quelques mois seulement après le lancement de la marque territoriale « Bel Ombre. Lamer. Later. Lavi. » et les résultats seront connus d'ici la fin de cette année.

Rogers Hospitality

Favoriser l'inclusion en valorisant l'art et l'artisanat mauricien

En accord avec les engagements durables du pôle hôtelier du Groupe et afin de répondre à une demande croissante des visiteurs étrangers, l'offre des boutiques d'hôtels de Rogers Hospitality se veut désormais encore plus locale et authentique.

« Nos clients sont de plus en plus sensibles à l'idée de ramener un souvenir local, qu'il s'agisse d'un cadeau à offrir ou d'un souvenir de leurs vacances », constate Pauline Ritter, Manager de Blue Earth Boutique, les boutiques d'hôtels de l'ensemble du groupe. « Ils veulent vivre l'expérience mauricienne jusqu'au bout en ramenant chez eux un petit bout de chez nous. »

Si les boutiques d'hôtel du Groupe ont toujours privilégié les produits locaux, l'offre n'était jusque-là pas toujours au rendez-vous en termes de disponibilité. Désormais, les artisans et artistes locaux proposent un choix plus varié permettant aux boutiques d'hôtels de Rogers Hospitality de limiter les produits importés. Les visiteurs trouveront

également parmi les diverses offres locales une variété littéraire, allant des romans aux livres de recettes bien de chez nous, des instruments de musique telle la ravanne traditionnelle, ainsi qu'une sélection d'albums musicaux d'artistes mauriciens.

Et ce n'est que le début ! Au-delà de la découverte de nos talents et de nos produits locaux, l'ambition est de favoriser la rencontre entre les visiteurs et les artistes et artisans mauriciens. Aussi Rogers Hospitality prévoit prochainement la mise en place d'expositions de peinture temporaires ainsi que des ateliers de *live painting* pour permettre aux artistes-peintres de faire-valoir leur savoir-faire.

« Les artisans sont fiers de partager leur passion avec nous tout en défendant notre patrimoine. A nous d'exprimer notre fierté réciproque en valorisant leurs métiers tout en leur permettant de gagner leur vie », conclut Pauline Ritter.



we

the carers

At Rogers, we drive sustainable growth by being a vehicle for positive change.

We lead meaningful change to shape together a better future by serving our planet, caring for each other and strengthening the communities and economies we operate in.

Rogers

Projet pilote de compostage à Agria

Les équipes d'Agria ont bénéficié de l'accompagnement de Vélo Vert pour la mise en oeuvre d'un projet pilote de compostage. Avec pour ambition de valoriser les déchets verts, ces équipes ont reçu pendant trois mois l'accompagnement hebdomadaire d'un agronome pour apprendre les méthodes de compostage et les différentes « recettes » réalisables. Les techniques de suivi de production, telles que le contrôle des températures et de l'humidité, ont également été inculquées pour la confection d'un composte de qualité. Ce dernier pourra être utilisé sur les terres de Bel Ombre.



Triple certification ISO pour Velogic



La triple certification ISO reçue par **David Tin**, Manager Operations, **Priscilla Coutet**, IMS Coordinator, et **Davisen Chinapiel**, Health & Safety Manager - Sustainability & Inclusiveness, de Velogic, a été remise par **Sanjay Jaunky**, National Certification Manager d'AJA EQS (Mtius).

Velogic a reçu en avril une triple certification *Integrated Management System* (IMS) fondée sur les trois normes ISO 9001, 14001 et 45001. Cette certification, délivrée par la filiale mauricienne de AJA EQS, englobe notamment le respect des normes de qualité, environnementales ainsi que la sécurité au travail respectivement.

De ce fait, Velogic devient la première filiale du Groupe détentrice d'une telle accréditation. « *Ce sont des critères qui font la différence que ce soit lors d'appels d'offres tant au niveau local qu'international, ou pour réaffirmer nos engagements, non seulement au niveau du service auprès des clients, mais aussi pour la santé et la sécurité de nos employés ainsi que pour la planète* », explique Davisen Chinapiel, *Health & Safety Manager - Sustainability & Inclusiveness* à Velogic. « *Pendant les mois précédant les inspections, tous les employés de Velogic étaient mobilisés pour nous permettre de franchir cette étape. Aujourd'hui, c'est l'ensemble de nos opérations qui bénéficient de ce nouveau statut qui, entre autres, nous positionne comme un partenaire logistique de choix* », se réjouit-il.

Vinaigre blanc, bicarbonate, citron...

Les produits naturels ont tout bon. Des indispensables de votre cuisine, ils se transforment en produits tout-terrain pour les soins du corps ou le nettoyage. Voici quelques recettes à tester très vite.

MASQUE BONNE MINE AU MIEL



Recette de nos collègues de Seven Colours Spa ! Quand beauté et bien-être se conjuguent au naturel.

Ingrédients :

- 1 blanc d'œuf
- 1 cuillère à soupe de miel liquide
- 1/2 cuillère à soupe de jus de citron
- 1 cuillère à soupe de yaourt ou de crème fraîche

Pour qui ?

Ceux et celles qui ont les traits fatigués, résultat de nuits trop courtes ou de surmenage.

Préparation ?

Battez le blanc d'œuf puis ajoutez le miel et le jus de citron. Incorporez le yaourt et remuez bien afin d'obtenir un mélange homogène. Appliquez la pâte sur votre visage et laissez reposer pendant 15 minutes. Rincez à l'eau tiède.

Bénéfices du miel

Riche en sels minéraux, vitamines et acides aminés, le miel a des propriétés apaisantes, purificatrices et adoucissantes.

Source : « Seven Colours Spa (sevencolours.mu) »

BOOSTEZ-VOUS CHAQUE MATIN



Saviez-vous que le citron est non seulement riche en vitamine C mais contient également de la vitamine E, du fer, du magnésium, du potassium et plein d'autres éléments bons pour l'organisme ?

Prenez chaque matin un jus de citron mélangé à un peu d'eau tiède. Ajoutez-y une cuillère à café de miel et le tour est joué. Vos batteries seront rechargées à bloc pour toute la journée !

Source : « Bicarbonate, vinaigre, citron... Les produits magiques de nos grand-mères - Larousse »

DÉFATIGUEZ VOS MAINS



Nos mains sont constamment sollicitées avec les 1001 tâches du quotidien. Afin d'améliorer leur circulation sanguine en quelques minutes, ajoutez dans une bassine d'eau tiède :

- 1 cuillère à soupe d'huile d'olive
- 5 gouttes d'huiles essentielles de cyprès et de citron
- 1 verre de vinaigre d'alcool ou de cidre
- 1 cuillère à soupe de bicarbonate

Lavez-vous les mains et laissez-les tremper 15-20 minutes dans ce mélange.

Source : « Bicarbonate, vinaigre, citron... Les produits magiques de nos grand-mères - Larousse »



Le Challenge

Ça y est, vous vous êtes lancé et vous avez reproduit une de nos recettes ? Partagez vos photos avec nous sur communication@rogers.mu et nous publierons une sélection dans le prochain numéro de Network.

Sharing is caring !

Partagez-nous vos Green Tips à l'adresse suivante : communication@rogers.mu Nous nous ferons un plaisir de les publier.

Rogers Aviation

Talent Management Programme

Entre formation sur mesure et mentoring

Participer au développement des talents de l'organisation, favoriser leur engagement et les retenir : ce sont là quelques-uns des objectifs du Talent Management Programme (TMP) de Rogers Aviation. Claire Laure, *Customer Relationship Manager*, BlueSky Mauritius, Henna Ebrahim, *Marketing Manager*, Rogers Aviation/BlueSky, et Annaëlle Auguste, *Human Resources Manager*, Rogers Aviation, ont pu en bénéficier.

Frédéric Curé, *Chief Human Resources Officer* de Rogers Aviation, explique que la première étape de ce programme mis en place en 2019 consiste à identifier ces collaborateurs prometteurs et à concevoir un programme individuel. L'objectif est d'élaborer un plan de gestion des talents intégré et solide qui favorise non seulement la croissance de l'employé mais aussi celle de l'entreprise dans son ensemble.

Avec un calendrier de formation sur mesure, associé à un programme de mentoring cette formation prévoit également une interaction régulière avec les cadres supérieurs de l'entreprise afin de maintenir l'élan et un engagement élevé. Ces employés sont également exposés à divers projets interfonctionnels au sein du groupe dans son ensemble, afin d'élargir leurs perspectives.

Claire Laure, Henna Ebrahim, et Annaëlle Auguste partagent leurs expériences. Tour d'horizon !

« Il est rare de trouver une compagnie qui reconnaît le travail et la valeur d'un employé. C'est un honneur et une fierté de faire partie de ce programme qui me permet d'évoluer et de grandir davantage. »

Annaëlle Auguste, *Human Resources Manager*, Rogers Aviation.



« Le Talent Management Programme a élargi mes connaissances sur divers aspects des opérations, et m'a permis de grandir en prenant la responsabilité de certains projets. J'ai aussi reçu un accompagnement continu de mon responsable qui m'a encadrée et soutenue, en partageant son savoir-faire. Le TMP nous permet de nous sentir valorisés au sein de Rogers Aviation. »

Henna Ebrahim, *Marketing Manager*, Rogers Aviation/BlueSky

« Le TMP m'a permis d'évoluer dans mon travail en participant au plan stratégique et à son suivi. Les nombreux outils proposés dans le cadre de la formation et qui aident au développement personnel, au leadership, entres autres, m'ont permis de donner une autre dimension à mon travail. »

Claire Laure, *Customer Relationship Manager*, BlueSky Mauritius

L'expertise logistique de Velogic mise à contribution sur un projet aux Maldives



L'entreprise indienne Varindera Constructions Ltd (VCL) a récemment fait appel aux diverses expertises transfrontalières du Groupe Velogic dans le cadre d'un projet de logements sociaux aux Maldives.

Il s'agit de la seconde collaboration entre VCL et Velogic, qui assure le transport de matériaux de construction et d'équipements entre l'Inde et les Maldives. C'est sur un projet de construction de 956 logements sociaux à Mare Tabac et Dagotière, entre 2018 et 2021, que les deux entreprises ont été amenées à travailler en étroite collaboration, Velogic apportant un soutien logistique clé au constructeur indien qui en était alors à son premier projet à l'international.

Lancé en avril dernier, le projet devrait être complété en 2025.

Podcasts : Rogers monte le son

« Educate, Empower, Enable » : ce sont là les ambitions de la chaîne de podcasts, lancée en juillet par Rogers et destinée à ses 4,700 + collaborateurs. Cet outil pédagogique 3.0 se positionne comme un levier de développement à la fois professionnel et personnel, un dispositif de transmission de connaissances, de même qu'un espace de partage d'expérience. Ces contenus numériques sont hébergés sur une plateforme réservée aux équipes de Rogers et qui leur permet d'accéder aux podcasts en fonction des thématiques.

people
people
people

Atelier de réflexion

Rogers Capital au cœur de l'innovation technologique



L'innovation et la transformation numérique, moteurs de compétitivité technologique et de croissance...

Rogers Capital a consacré une journée entière à cette thématique, en collaboration avec le Mauritius Institute of Directors le 17 août dernier, invitant des professionnels des technologies de l'information et de la communication à une réflexion sur la nécessité d'accélérer le processus permettant aux innovations de voir le jour.

Le partage d'expérience était donc au cœur de cette journée de travail. Dix-huit intervenants issus du secteur public, de la communauté des affaires, ou encore de la recherche et du développement ont ainsi fait le point sur les solutions utilisées dans leurs entreprises respectives et sur les bénéfices qui en découlent. S'il est déjà établi que ces solutions technologiques permettent aux organismes d'améliorer leur production, leur efficacité et par la même occasion leur avantage concurrentiel et leur rentabilité, il est aujourd'hui nécessaire de voir

plus loin, estiment les intervenants. Dev Hurkoo, Managing Director de Rogers Capital Technology est de ceux qui estiment que « *la technologie a le potentiel de réinventer nos métiers* ».

Les technologies de l'intelligence artificielle, l'automatisation robotisée des processus, le cloud computing et la cybersécurité, entre autres, ouvrent aujourd'hui d'immenses possibilités que les prestataires locaux sont appelés à explorer afin de développer leurs propres produits et services, tout en les mettant à la disposition de tiers.

C'est la voie choisie par Rogers Capital qui a récemment mis au point plusieurs solutions technologiques grâce à son laboratoire.

ExtrAi. Cet outil permet d'extraire des données de tous types de documents (factures, formulaires, passeports, etc.).

TranscrAi est dédié à la transcription d'enregistrements audio de réunions en format texte, misant sur la reconnaissance vocale des différents

intervenants, et de la langue parlée et des accents, ainsi que la correction des textes.

MedAi, pour sa part, fait usage de l'automatisation et de l'intelligence artificielle pour analyser des radiographies pulmonaires et aider les radiologues à affiner leurs diagnostics.

Oriyel. Cet outil de cybersécurité offre aux employés un accès hypersécurisé aux données de leur entreprise lorsqu'ils sont en télétravail. Aucune information n'est stockée sur l'outil de travail de l'employé, réduisant ainsi les risques de perte ou de violation de données.

Pour en savoir plus
T: 211 7801
E: RCTS.Sales@rogerscapital.mu



we

R

opportunity

At Rogers, we thrive on diversity, expertise, synergy and international alliances that help us build a stronger borderless future.

Fuelled by our drive for excellence, capacity for agility and sustained engagement, we create meaningful change for sustainable growth and shape a better future together.

Rogers

Rencontre avec Nundcoomar (Toolsi) Juggernauth, Messenger, Rogers Hospitality

“

*J'étais là à l'ouverture
de Veranda Grand Baie
Hotel & Spa...*

”

Veranda Resorts fête cette année ses 40 ans d'existence. Au moment de l'ouverture de Veranda Bungalow Village – le tout premier hôtel de Veranda Resorts qui deviendra plus tard Veranda Grand Baie Hotel & Spa – Toolsi Juggernauth est déjà en poste, en tant que jardinier. Désormais Messenger à Rogers Hospitality, il nous raconte son parcours marqué de belles rencontres.



Les débuts

Nous sommes en 1982. Toolsi a 18 ans et commence tout juste sa carrière de mécanicien. « Un jour, mon papa, qui est alors jardinier, est appelé par Monsieur Guy Hugnin pour s'occuper du landscaping au Veranda Bungalow Village. Il y avait alors beaucoup de travail et moi, je venais lui donner un coup de main. » Toolsi s'improvise jardinier et assiste l'équipe avec l'enthousiasme de son jeune âge. « Je me suis retrouvé à faire pas mal de choses, des tâches supplémentaires, et finalement, comme j'avais fait mes preuves, Monsieur Hugnin m'a proposé un travail à long terme. »

Une expérience enrichissante

En 1982, se remémore Toolsi, Veranda Bungalow est une première dans sa catégorie. « J'étais là à l'ouverture de l'établissement. On voulait faire découvrir aux clients une facette typiquement mauricienne. C'était pour moi une nouvelle expérience que je qualifierai de très intéressante. Exaltante. On était environ 20 personnes et Veranda était notre bébé. Il y avait déjà une belle entente entre nous au quotidien. »

La transition

Aujourd'hui, Veranda Resorts fait partie de Rogers Hospitality, un opérateur important de l'industrie du tourisme. C'est, pour Toolsi, une transition qui lui a permis d'évoluer et qui rime désormais avec davantage de travail, de coordination et de responsabilités, d'autant plus qu'il s'occupe également de la maintenance des bureaux, des tâches qui touchent aux travaux électriques, à la plomberie et à la menuiserie, à Mapou : « C'est un plaisir de participer à l'avancement de ce groupe que je qualifierai de formidable. » Ce qui lui plaît et le motive à venir travailler, chaque jour, c'est « l'ambiance avec les collègues, l'entente avec le management, le travail en lui-même. »

Des souvenirs inoubliables

Quatre décennies au sein du groupe, cela en fait, de beaux souvenirs. « Si je devais en choisir un en particulier, ce serait le premier prix du 'Meilleur Jardin et landscaping dans le Nord de l'île'. C'était il y a très longtemps, en 1985 ou 1986. Je me souviens que Monsieur Hugnin et moi avons reçu ce prix pour la première fois à l'Hôtel du gouvernement. Veranda a reçu le premier prix dans cette catégorie durant 13 années consécutives ! »

Des rencontres déterminantes

Les belles rencontres se sont multipliées, raconte Toolsi. Certaines d'entre elles ont contribué à son avancement, et il a une pensée particulière pour trois personnes : « J'ai une pensée spéciale pour Patrick Hardy, Division Manager, Maintenance & Projects, pour Carina Yip, Head of Treasury & Administration, et pour Audrey Herve, ancienne Head Of Sales qui hélas nous a quittés il y a quelque temps. Ils m'ont toujours apporté un soutien précieux, grâce à leur écoute, leur gentillesse. »



« Être présent... »

Le secret de sa longévité au travail ? Toolsi affirme qu'il s'est toujours efforcé de répondre présent quand on avait besoin de lui. Il estime avoir aussi travaillé à maintenir une bonne entente avec ses pairs en restant serviable, positif et respectueux envers ses collègues. Il avoue que c'est sa passion pour l'hospitalité qui a toujours eu le dessus !

discovery

discovery

POV

CLIN D'OEIL



La chemise à motifs ananas est un choix vestimentaire assumé pour Richard Stedman, l'ananas étant le symbole de l'hospitalité.

Départ à la retraite

Richard Stedman ou le goût de l'aventure

Il a passé sa vie – et sa carrière – à parcourir le monde, à découvrir l'essence de chaque pays et de chaque culture qui l'accueillait. Curieux de nature, intrépide, dynamique et déterminé, il s'est imposé maints défis dans le seul but d'élargir le champ des possibles. Fort d'une carrière de plus de 40 ans dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, Richard Stedman, *Chief Transformation Officer* de Rogers Hospitality, se retire de la vie professionnelle, l'heure de la retraite ayant sonné.

Mais pour Richard, il n'y a jamais de fin. « Être à la recherche de la prochaine grande aventure a été une constante dans ma vie. » Enfant, ses parents lui apprennent très tôt qu'il faut être soi-même et toujours faire ce que son cœur lui dicte. Ça tombe bien. Il sait déjà qu'il veut évoluer dans l'hôtellerie et la restauration, un secteur « bouillonnant et en constant changement ». Direction : l'Ecole hôtelière de Lausanne. Mais c'est sur le terrain qu'il apprend le métier et comprend « qu'un hôtelier heureux, ça donne des clients heureux ! »

Il aura l'occasion de vérifier cet adage à Rogers Hospitality en tant que premier *General Manager* du Telfair Golf & Spa Resort en 2004, puis *Chief Executive Officer* du pôle

loisirs, d'Island Living, en 2017 et en tant que *Chief Transformation Officer* de Rogers Hospitality en 2020. Sa plus grande fierté à ces postes ? D'avoir étoffé l'offre de loisirs et de restauration, notamment en négociant des contrats de franchises internationales (Ocean Basket et Domino's Pizza), en développant des marques ancrées dans la communauté (Moka'z et Kaz'alala), en enrichissant l'offre de l'hôtellerie d'affaires à Maurice avec Voilà Hotel & Voilà Meetings et en créant World of Seashells pour valoriser la biodiversité marine.

Naviguer en territoire inconnu, travailler en équipe pour tirer le meilleur parti d'un marché très compétitif, rajouter de la valeur à un projet... c'est là que réside le plaisir et la fierté de Richard. « *'Challenge' est mon terme préféré dans le milieu professionnel. Il vous teste et repousse vos limites. C'est aussi dans l'inconfort que l'on se découvre.* »

Ce qu'on peut lui souhaiter aujourd'hui ? De continuer de se découvrir... et de découvrir le monde. Et surtout, on lui dit un grand merci pour sa contribution au développement du pôle Hospitality au sein du Groupe Rogers !

Veranda Resorts

Tina Staub nage pour une double bonne cause

Neuf jours pour faire le tour de l'île à la nage, vingt kilomètres chaque jour... Faites le compte ! Tina Staub, ne compte pas ses efforts. La jeune spécialiste des courses d'endurance met ses muscles à contribution pour lever des fonds destinés à deux associations : la Muscular Dystrophy Association et Reef Conservation, tout en sensibilisant les Mauriciens à ces causes. Un exploit que Veranda Resorts a décidé de soutenir en l'accueillant après chaque étape.

Ainsi, du 26 octobre au 4 novembre prochain, la jeune athlète pourra recharger ses batteries dans certains des boutique-hôtels du groupe ainsi qu'à Kaz'alala, à Bel Ombre. Le départ et l'arrivée auront lieu à Veranda Tamarin.

Veranda Resorts invite en outre sa clientèle à participer à la levée de fonds, à travers la plateforme de financement Small Step Matters.

Plongez dans l'univers de
Tina et suivez son parcours !



Velogic reste à la page avec son nouveau site web

Le nouveau site Internet de Velogic se veut désormais plus interactif avec, en outre, une géolocalisation en temps réel de ses 38 bureaux, répartis sur sept territoires dans le monde, et la possibilité de contacter directement leurs équipes commerciales respectives. La nouvelle rubrique « *Investors* » propose une expérience digitale enrichie pour les actionnaires ou investisseurs potentiels. L'on retrouve également une section « *Careers* » où les offres d'emplois sont publiées alors que les prises de parole et partages d'expériences des employés sont accessibles sous la section « *People of Velogic* ».

Scannez le code et parcourez le nouveau site.

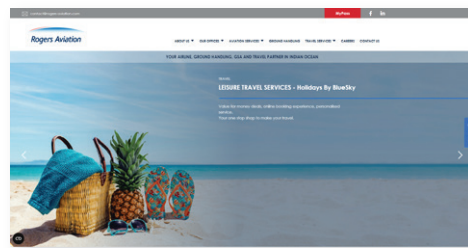


Le site Internet de Heritage Resorts fait également peau neuve !

Heritage Resorts affiche désormais une nouvelle identité visuelle. A l'instar de cette marque d'hôtels exceptionnels situés au cœur du domaine de Bel Ombre, le site reste fidèle à l'univers de la marque hôtelière de Rogers Hospitality. Moderne, frais et intuitif, il répond aussi aux attentes des visiteurs et voyageurs à la recherche de plus de confort de navigation en ligne.

Au-delà de la réservation en ligne et des offres spéciales, ce site propose une immersion en douceur dans l'univers des deux hôtels Heritage et de la vaste offre de loisirs et de services qu'ils proposent que ce soit à travers le Heritage Golf Club, le Château de Bel Ombre ou encore le C Beach Club.

Scannez le code et parcourez le nouveau site.



Rogers Aviation : nouvel envol pour son site web

Du côté de Rogers Aviation, le site web a aussi été mis au goût du jour ! Cette plateforme est désormais une vitrine pour l'empreinte globale de notre pôle aviation et l'ensemble de ses opérations dans chacun des huit pays où il opère. Il est aussi possible de s'enquérir quotidiennement des horaires de vols et d'entrer directement en contact avec l'un des 20 bureaux internationaux de Rogers Aviation. Ceux qui souhaiteraient rejoindre cette équipe dynamique peuvent quant à eux faire acte de candidature directement en ligne et y charger leur CV pour des candidatures spontanées.

Visitez le nouveau site de Rogers Aviation.

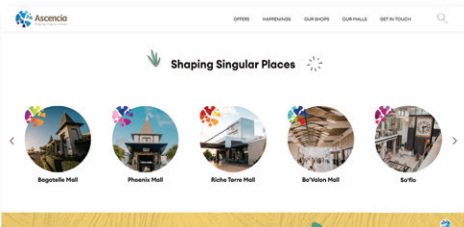


Ascenciamalls.com : une seule adresse qui rassemble les sept malls du Groupe !

Le nouveau site web des malls d'Ascencia vaut le détour. On y retrouve les sept malls et les 156 enseignes locales et internationales qu'ils représentent ainsi que les heures d'ouverture des magasins, les dernières actualités, événements et soldes en cours dans chacun des centres commerciaux.

Sous la rubrique « *Get in Touch* », les emplois disponibles à travers tous les magasins sont publiés alors que les enseignes à la recherche d'un emplacement peuvent s'adresser directement aux équipes commerciales sous la rubrique « *Rent a Space* ».

Découvrez le nouveau site des malls d'Ascencia ici !



Domino's Pizza Mauritius relance son application mobile sur iOS et Android

Vos commandes de pizza à portée de clic ! Avec la nouvelle mouture de l'application mobile de Domino's Pizza Mauritius, c'est encore plus facile ! Ergonomique et simple d'utilisation, cette version propose en plus des offres exceptionnelles, plusieurs nouvelles options telles que le "Pizza Tracker" qui permet de suivre en temps réel la préparation de votre pizza jusqu'à sa livraison.

La nouvelle app comporte également un système sécurisé pour les paiements en ligne. Pour les habitués, elle offre aussi

la possibilité de répéter les commandes en un seul clic. Cerise sur le gâteau, en s'inscrivant, chaque utilisateur pourra être éligible à recevoir des cadeaux pour son anniversaire.

Pour télécharger vous aussi l'App de Domino's, c'est par ici !

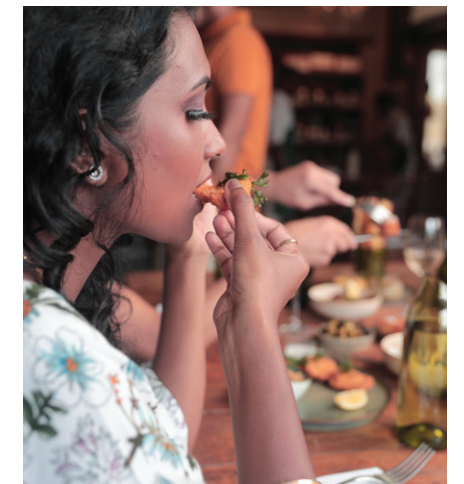


Tapas à Rivière-Noire

« Vous connaissez les tapas ? C'est ce qui fait la renommée de Moustache Tapas and Wine Bar, à Rivière-Noire ! Ce restau vaut aussi le détour pour sa sélection de vins et son cadre agréable et atypique. Le type de cuisine qu'ils servent ne peut être trouvé nulle part ailleurs à Maurice et leurs vins s'accordent bien avec les plats. Que ce soit pour un repas entre amis ou un dîner romantique, c'est l'endroit idéal ! »

Mayuhree Unnuth, Assistant Accountant, Heritage Villas Valriche

Adresse: La Mivoie, Tamarin, Tél : 483 7728



Nail Artiste à Roche-Bois

« J'aime prendre soin de moi, jusqu'au bout des ongles ! Quand une de mes amies m'a dit que sa fille, Anaïs Jean, était Nail Artiste, j'ai tout de suite pris rendez-vous. Cela fait maintenant deux ans que je vais régulièrement chez elle pour une jolie manucure. Quand mes collègues remarquent mes ongles, je n'hésite pas à leur recommander Anaïs. L'avantage, c'est qu'elle reçoit sa clientèle à domicile, à Roche-Bois, et que ce n'est pas loin de Velogic ! On peut même aller se faire les ongles durant la pause-déjeuner ! »

Josiane Pamela Attow, Cleaner/ Exhibition Attendant, Velogic

www.facebook.com/Anais2603
Tél : 5 472 5064



Plats typiques à Belle Mare

« Qui ne connaît pas Sankar Snack, l'un des plus anciens snacks de Belle-Mare ? Si vous avez envie de saveurs typiquement mauriciennes, c'est définitivement là-bas que vous les trouverez, à un coût très abordable. Vous pouvez aussi profiter d'une petite balade dans le village pour y déjeuner ou faire le plein de gâteaux. En plus, variété rime avec qualité ! »

Nasreenbee Serajuddy, Acting People Operations Specialist, Veranda Palmar Beach Hotel

Sankar Snack
Adresse : Route Royale, Belle Mare
Tél : 5 494 4942



Saveurs mauriciennes à Moka

« Les meilleurs plats mauriciens, c'est sans hésitation chez Mokaray ! Le plat que j'adore, c'est le mine frit-poisson salé. Situé à l'entrée de Vivéa Business Park, à Moka, ce restaurant propose des plats du jour, des boissons bien locales comme un bon jus de tamarin ou de citronnelle à des prix très abordables. On peut passer sa commande à l'avance et le service est très rapide. Les dames qui y travaillent sont des entrepreneures de la cité Telfair. Elles tiennent aussi un petit commerce appelé Bazar Kreaions où on trouve des produits upcycled. D'ailleurs, même au restaurant, les sous-plats et la déco sont fabriqués avec des matériaux recyclés ! »

Elodie Duval, IT and Sales Administrator, Rogers Aviation

Adresse : Vivéa Business Park, Moka
www.facebook.com/Bazartmokaray
Tél : 432 0239

Ils ont testé pour nous !

Nous avons demandé à des collaborateurs de partager leurs bonnes adresses à proximité de leurs lieux de travail.

Découverte...

Food & Shoes à Port-Louis

« Corner Express, au Harbour Front Building, est un lieu assez original à Port-Louis. Ce magasin de chaussures familial a trouvé un double emploi, en convertissant la moitié des locaux en coin restauration ! On y trouve des pains fourrés, des sandwichs, salades – l'idéal pour le repas de midi –, mais aussi de la pâtisserie ! C'est juste à côté de nos locaux et je peux passer ma commande pour les déjeuners de travail, les réunions ou une petite fête d'anniversaire improvisée au bureau ! Et c'est sans compter le service irréprochable et la courtoisie de Tony et de Pooja, qui vous servent avec le sourire ! »

Karishma Beharee, Personal Assistant to CEO, Rogers Capital

Adresse : Harbour Front Building, John Kennedy Street, Port-Louis, Tél : 212 3971

Vous avez aussi de bonnes adresses à partager ? Envoyez-les-nous à communication@rogers.mu, nous en sélectionnerons quelques-unes pour publication dans le prochain numéro !

we

bring about
meaningful
change

At Rogers, we set out every day with a clear mission: creating meaningful value for the sustainable growth of our businesses and communities.

Acting as a vehicle for positive impact, we pave the way for meaningful change by creating prosperity while caring for each other and shaping a better future together.

rogers.mu

Rogers