



LE MAGAZINE RÉSEAU DE ROGERS / MARS 2017

network

DOSSIER

Rogers Capital

INITIATIVES

*Manish Bundhun :
Les valeurs du groupe Rogers*

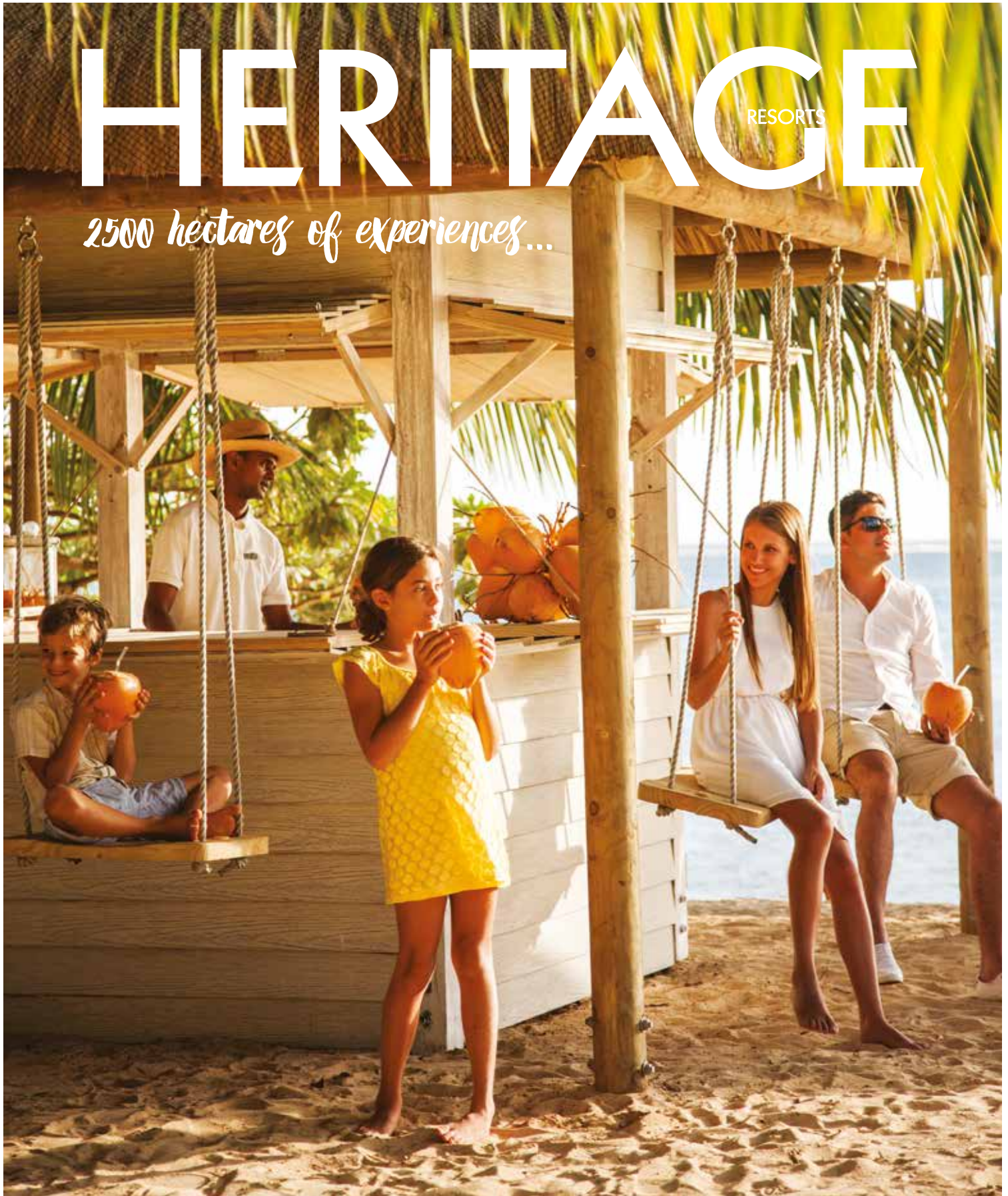
88



Rogers

HERITAGE RESORTS

2500 hectares of experiences...



HERITAGE LE TELFAIR

HERITAGE THE VILLAS

HERITAGE AWALI

2 SPAS | 12 RESTAURANTS | HERITAGE GOLF CLUB | C BEACH CLUB | CHÂTEAU DE BEL OMBRE | FREDERICA NATURE RESERVE | KITESURF SCHOOL & SPOT



T. 266 9736
www.heritageresorts.mu

HERITAGE *H* RESORTS
MAURITIUS





ÉDITORIAL

Karine Curé

Nouvelle année, nouveaux défis

Chaque nouvelle année est un pas de plus vers la concrétisation de nos objectifs. Et ce sont les accomplissements réalisés (ou pas) d'une année à l'autre qui permettent d'établir de nouveaux objectifs afin d'avancer vers l'avenir avec panache !

Pour le groupe, 2016 aura été synonyme de nombreuses réalisations : la réinvention de Rogers Aviation, les rénovations intensives de Riche Terre Mall et Phoenix Mall, la réouverture du restaurant Le Chamarel, le repositionnement de la marque Rogers Capital dans le secteur des FinTech, l'expansion de Velogic au Kenya, l'ascension d'Ascencia en Bourse et la troisième distinction d'affilée de Heritage Golf Club aux *World Golf Awards*, sans oublier notre engagement concret envers les causes sociales et environnementales.

Cette année, nous nous focaliserons notamment sur une cohésion des offres du groupe autour du pôle Loisirs avec l'avancée du projet de développement du Domaine de Bel Ombre, la création d'un second parcours de golf, la tenue de la troisième édition de l'AfrAsia Bank of Mauritius Open. Dans nos autres secteurs, Rogers Capital prévoit l'ouverture de nouveaux bureaux à l'étranger et des nouveautés en matière de technologie, VLH entamera la rénovation du Telfair Golf & Spa Resort et du Tamarin Hotel, Velogic compte améliorer son offre de transport routier et élargir son éventail de services au Kenya, tandis qu'Ascencia prépare l'ouverture de So'Flo ainsi que de nouveaux projets d'immobilier commercial et de bureaux.

Ce sont autant de sujets que nous ne manquerons pas d'aborder au cours de l'année, notamment dans les prochaines éditions de Network et sur la plate-forme numérique du magazine, qui est en passe d'être finalisée.

Je profite enfin de cet éditorial pour vous souhaiter à tous une bonne année 2017 pleine d'énergie, de dynamisme, d'agilité et de leadership !

LE COMITÉ DE RÉDACTION : Karine Curé • Raphaëlle de Laubier • Manish Bundhun • Audrey d'Hotman de Villiers • Guillaume Lefebvre • Frédéric Curé • Annick Corroy • Jean Cyril Jullienne • Bertrand Abraham • Ania Adelaïde • Khurshid Vayid • Pavina Fekna • Reshma Dhooky
Rogers House, Port Louis
Coordination, mise en page, rédaction: Evolution Ltd

SOMMAIRE

- 4** Actus
- 11** Energy Drives People
- 14** Développement durable
- 17** Dossier
- 20** Initiatives
Manish Bundhun : Les valeurs du groupe Beyond 2015



FOCUS

Les nouvelles couleurs du Chamarel

- 24** International
Salons touristiques internationaux
- 26** Tikoulou @ Domaine de Bel Ombre



« ...nous avons pu alléger et simplifier notre structure, nous positionnant désormais comme une société internationale d'investissement focalisée sur les services. »

PHILIPPE ESPITALIER-NOËL, CEO DE ROGERS

EN ROUTE VERS LES OBJECTIFS DE 2020

2016 ayant tiré sa révérence, l'heure est aux bilans ! Notre CEO, Philippe Espitalier-Noël, livre son analyse de l'année écoulée, des transformations qui se sont opérées au sein du groupe ainsi que les ambitions de Rogers pour 2017 et les années à venir.

Quel est votre bilan de l'année passée ?

On peut dire que 2016 a été une bonne année avec une amélioration des résultats globaux du groupe. Grâce à l'agilité, l'efficacité et la fiabilité de nos équipes, notre chiffre d'affaires a augmenté de 14 % durant l'exercice financier écoulé et tous nos secteurs d'activité, à l'exception de Real Estate & Agribusiness, affichent une meilleure rentabilité. D'ailleurs, si l'on exclut cette dernière, notre résultat net a connu une progression de 7 %.

Ascencia demeure, encore une fois, l'un de nos principaux moteurs de rentabilité. Nos centres commerciaux sont parmi les plus populaires du pays et notre entité immobilière a étoffé davantage son portefeuille à travers des acquisitions stratégiques. Bénéficiant d'une reprise dans le tourisme avec une hausse de 10,8 % des arrivées sur l'année calendaire, conjuguée à l'énergie de ses équipes, VLH a plus que doublé son résultat d'exploitation.

Notre plate-forme logistique, Velogic, a également réalisé un bond important avec une prise de participation significative dans deux sociétés kényanes. Cela vient renforcer notre ancrage régional et notre potentiel d'expansion en Afrique de l'Est, voire au-delà. Notre pôle Aviation a également connu une refonte de son modèle d'affaires afin de s'aligner davantage sur les tendances mondiales actuelles. Rogers Capital a, pour sa part, évolué en une marque axée sur les FinTech.

Ce sont là les pierres d'assises de notre stratégie de croissance pour 2017 et les années à venir. Nous continuons aussi de perfectionner les compétences de nos leaders en vue d'atteindre les objectifs fixés dans notre plan stratégique à 2020.

Nous avons pu observer en 2016 un recentrage des activités du groupe sur quatre « served markets ». Qu'est-ce que cela implique ?

Évoluant initialement dans un marché local relativement exigü, Rogers avait investi dans de multiples opérations au fil de plus d'un siècle d'existence. Il était difficile d'assurer une qualité de focalisation suffisante, pourtant essentielle dans le monde des affaires actuel. Nous avons donc opté de nous désengager graduellement de certaines de ces activités pour mieux canaliser nos énergies sur nos véritables cœurs de métier, dans lesquels nous avons une profondeur d'expertise reconnue. Le recentrage de nos activités sur ces quatre « *served markets* », qui sont notamment les FinTech, le tourisme, la Logistique et le foncier, est en fait le résultat d'un long cheminement qui a débuté en 2000.

Grâce à une série d'ajustements d'envergure, nous avons pu alléger et simplifier notre structure, nous positionnant désormais comme une société internationale d'investissement focalisée sur les services. Les FinTech, par exemple, précisent davantage notre projection vers l'avenir, alliant une expertise financière de premier ordre à des technologies de pointe pour offrir des solutions d'affaires avancées et adaptées aux besoins des clients. Nos sept secteurs d'activité sont maintenant représentés dans quatre grands marchés, sur lesquels nous nous concentrons afin d'assurer le succès à long terme de Rogers à travers une croissance continue de la valeur de l'entreprise.

2016 a également été synonyme de la création de Rogers Capital...

Rogers Capital est une nouvelle marque qui va soutenir pleinement cet esprit FinTech de demain que nous souhaitons consolider. Nous constatons qu'à travers le monde, le numérique a grandement contribué à révolutionner le secteur des services financiers. Nous avons la chance de réunir au sein du groupe un pôle informatique avec des compétences pointues, EIS, ainsi que l'expertise voulue pour offrir une gamme étendue de services financiers sophistiqués à travers Kross

Border et Rogers Asset Management. Nous avons choisi de regrouper les activités de ces trois plates-formes sous une même ombrelle. Le but étant de rapprocher les compétences technologiques et financières afin d'occuper un nouvel espace plus en phase avec les demandes actuelles des marchés local et mondial. Le dossier de ce numéro y est consacré et je vous invite à le parcourir.



Rogers Aviation affine sa stratégie web avec le lancement de trois nouveaux sites

Désormais en ligne, trois nouveaux sites Internet intègrent la stratégie digitale Loisirs de Rogers Aviation : Ile-Maurice-Pratique.com, Météo-Ile-Maurice.com et FrédéricaNatureReserve.com en partenariat avec les équipes de Bel Ombre.

Le premier aide les internautes à organiser leur voyage en fournissant des informations touristiques sur Maurice, des descriptifs d'hôtel et des conseils variés. Ile Maurice Pratique propose aussi des séjours thématiques et des activités à faire par région.

Comme son nom l'indique, Météo Ile Maurice présente les prévisions météorologiques de Maurice. Il est également possible de consulter des cartes, de suivre les cyclones et de lire les bulletins météo.

Au-delà des services qu'ils proposent l'objectif de ces deux sites est de canaliser des clients potentiels vers les sites vendeurs et notamment resamaurice.com.

Frédérica Nature Reserve présente la réserve naturelle de Frédérica à Bel Ombre et les différentes expériences et activités que le parc propose. Il est possible de télécharger la liste des tarifs en roupies mauriciennes et de réserver et payer son activité en ligne.

Rogers Foundation : 5 mini vidéos qui informent pour mieux agir



Afin d'informer de ses actions et sensibiliser le public aux causes qu'elle soutient, la fondation de Rogers a réalisé cinq mini vidéos, à découvrir sur la chaîne YouTube de Rogers Group et aux cinémas Star.

Déjà en ligne, *OLEA* lève le voile sur un programme psychosocial qui a permis d'aider 42 familles à sortir de la pauvreté en 16 mois. De son côté, le film *Bis La Mer* explique les actions de cette unité mobile qui parcourt l'île à la rencontre des écoliers et du grand public afin de sensibiliser aux questions environnementales liées à la mer.

Bientôt sur la toile, une vidéo abordera le nettoyage des plages par les employés d'Heritage Resorts, une façon de sensibiliser le personnel quant à leur impact sur l'environnement. Un autre film s'articulera autour des bons gestes liés à la protection du littoral et du lagon, en ligne avec la campagne « Respect our coast » de Reef Conservation, alors qu'une cinquième production, prévue pour avril, parlera de PLANKTON, une unité de recyclage de verre qui traite environ 400 tonnes de bouteilles par an.

Network version 2.0

Notre magazine d'entreprise, Network, fait son entrée sur la toile afin de vous tenir au parfum des dernières actualités du groupe. E-Network sera une plateforme informative et riche en ressources qui complétera les trois parutions annuelles de la version papier. Accessible depuis votre ordinateur, tablette tactile et smartphone, une newsletter mensuel vous tiendra informés de toutes les nouveautés locales et internationales touchant notre groupe. Bonne lecture !





ROGERS: SPONSOR OFFICIEL DU JARDIN DES DÉLICES

Lors du dernier festival Porlwi by Light en décembre dernier, il est bien une attraction qui n'a pas manqué de susciter des réactions : la reconversion du Jardin de la Compagnie en Jardin des Délices. Il s'agissait d'un concept de l'artiste plasticienne Nirvada Alleck qui s'est inspirée du triptyque de l'artiste Jérôme Bosch portant le nom de « *Jardin des Délices* ». Avec le support logistique de la société Omnibox et sous la supervision technique du Français Denis Koransky pour l'agencement des lumières, l'artiste a souhaité créer « *un monde multiple où les perceptions semblent infinies, entre trous noirs et nouvelles dimensions* ». Alors que le festival avait pour thème principal « *People* », l'artiste a souhaité placer l'humain et ses perceptions au centre de sa création. L'utilisation de multiples surfaces réfléchissantes comme la surface de l'eau ou des miroirs était également un moyen de placer les visiteurs face à eux-mêmes dans un espace totalement étranger, immersif et surprenant. Notre groupe a soutenu ce projet créatif afin de soutenir le plus important événement culturel mauricien de l'année.



Un French Desk désormais chez Rogers Capital

Rogers Capital ne cesse d'innover ! Le French Desk est une équipe composée de professionnels, spécialistes de la France, qui a été mise en place en novembre 2016. Les aptitudes de cette équipe s'étendent sur l'administration d'entreprise, la comptabilité, gestion des taxes et des salaires ainsi que le développement des affaires. C'est sous la houlette de Nadia de Chazal que cette escouade, innovante, unique en son genre évoluera. Ainsi le French Desk devient le premier point de contact pour tout investisseur ou businessman français souhaitant externaliser des services, par exemple toute la facette administrative de ses affaires ou la gestion des ressources humaines.



Maurice classée deuxième à la Company of the Year Competition

La *Company of the Year Competition* est un concours régional annuel organisé par la branche zimbabwéenne de *Junior Achievement*. L'équipe mauricienne a pu prétendre à la seconde place lors de la sixième édition de cette compétition en décembre dernier. Composée d'élèves du collège Ebène SSS Girls, l'équipe PraSino Trypa a bénéficié des conseils et de l'expérience d'Urmila Toofany de Rogers Capital pour la mise sur pied de leur projet de recyclage d'objets usés destinés à la confection de produits de qualité écologiques et éthiques. Les deux produits présentés étaient les « *Smiley Led Pillows* » et les « *Vintage Notebooks* ». Plus de 55 étudiants issus de pays d'Afrique sub-saharienne ont participé à cette compétition et ont été jugés par un panel de jury composé d'acteurs financiers influents issus d'Afrique. 2016 a également été marquée par le parrainage du programme JA Mini Company par Rogers Capital. Ce programme, lancé à Maurice en 2011, permet aux participants de lancer et de développer une petite entreprise. Lors de la dernière édition, c'est le Gabon qui a remporté le prix avec un projet de création de fournitures de bureau et de lampes à base de noix de cocos recyclées.



Rogers Capital – Technology Services certifié ISO 27001 : 13

Depuis septembre, Rogers Capital – Technology Services (ex-EIS) est doté d'une nouvelle certification ISO 27001. Cette norme, reconnue internationalement, garantit aux clients, actionnaires, partenaires et autorités de tutelle que la sécurité des systèmes d'information a été pleinement prise en compte et que l'organisme s'est engagé dans un processus d'amélioration continue. « *L'information est un actif précieux, dont la valeur est importante pour toute organisation, explique Reshma Seewoosurrin, Manager – Customer Service, Quality Audit & Training chez Rogers Capital – Technology Services, il devient primordial de garantir la protection d'une organisation et de prendre les meilleures précautions pour la sécurité de ses données* ». Un argument de taille qui prouve une fois de plus la qualité des services et la protection optimale offerte par Rogers Capital – Technology Services à ses clients.



Après l'obtention d'une certification ISO 9001 : 2008 en 2004 et la récente certification ISO 27001, nos experts de l'informatique travaillent désormais sur la nouvelle norme ISO 9001/2015 qui devrait être implémentée d'ici septembre 2018.



Renaissance du Centre Commercial Phoenix

Créer un espace et une expérience de shopping hors du commun pour sa clientèle. C'est ce à quoi aspire la direction du centre commercial suite aux travaux de rénovations qui y ont eu lieu de février à décembre 2016. Ayant nécessité un investissement d'au moins Rs410 millions, ce renouvellement du shopping mall apportera une certaine fraîcheur et une meilleure disposition des différentes boutiques au sein du complexe. Au-delà des changements architecturaux comme le Butterfly Canopy, situé au niveau du Food Court, la direction souhaitait également apporter une certaine cohérence en harmonisant l'identité visuelle du centre commercial, désormais appelé Phoenix Mall, reflétant ainsi l'exercice de rebranding dont il a été sujet et sa nouvelle stratégie axée sur l'innovation.

Les travaux réalisés reflètent cette quête d'amélioration continue des services et par ricochet de l'expérience client, que ce soit au niveau de l'infrastructure ou des services proposés. Avec 80 boutiques, désormais regroupés par catégories, et une augmentation de plus 35% en terme de taux de fréquentation par jour, il est aujourd'hui indispensable de trouver de nouvelles formules afin de satisfaire locataires et clients. Ainsi, les locataires bénéficient d'une plus grande visibilité et les visiteurs peuvent profiter d'un cadre moderne, sophistiqué et adapté à leurs besoins.

Durant ces 10 mois de travaux, des dispositifs ont été mis en place pour ne pas perturber les habitudes et l'expérience des shoppers, permettant ainsi au centre commercial de rester opérationnel pour le grand bonheur des clients et des visiteurs.



BAGATELLE FÊTE SES 5 ANS



Bagatelle Mall of Mauritius célébrait le 30 septembre dernier ses cinq ans d'existence à La Place du Moulin à Bel Ombre. Un grand moment de réjouissance partagé entre les locataires du Centre Commercial, les partenaires, les prestataires de service et les employés d'EnAtt Ltd. Un anniversaire également célébré en grande pompe dans le centre commercial également durant tout un mois ponctué d'activités en tous genres. Comprenant désormais 55,000m² et 155 enseignes, la panoplie de services offerts s'étant étoffée en 2015 avec l'addition d'une nouvelle aile Home & Leisure, dédiée à la maison, au bien-être et à la détente. De quoi ravir davantage les 700,000 visiteurs qu'accueille en moyenne le centre commercial chaque mois.





Hôtel Tamarin : un nouvel établissement au portefeuille de VLH

La marque hôtelière Veranda Resorts est désormais implantée sur la côte ouest de l'île avec un nouvel hôtel trois étoiles à son inventaire : Hôtel Tamarin by Veranda Resorts. Celui-ci, ancré dans la légendaire Baie de Tamarin, propose 66 chambres au style rétro, un restaurant et deux bars, une grande piscine, un spa, ainsi qu'une salle de conférence faisant de temps à autre office de cinéma. L'Hôtel Tamarin propose de nombreuses activités nautiques, entre cours de surf, SUP, sorties en kayak, observation des dauphins, plongée sous-marine et kitesurf. L'établissement invite également sa clientèle à s'immerger dans la vie du village, à contempler les magnifiques couchers de soleil, et à se joindre à ses soirées Jazz uniques à Maurice. L'emplacement de l'hôtel est idéal pour découvrir la région ouest/sud-ouest et ses nombreux sites : les Salines, Casela Nature & Leisure Park, Chamarel, le Parc National de la Rivière Noire ou encore le Morne Brabant.

Heritage Resorts remporte deux titres aux World Golf Awards 2016

Le 12 novembre dernier, Jonathan Menteach, Directeur de l'Heritage Golf Club, assistait à la cérémonie de gala des World Golf Awards au Portugal. Il a ramené dans ses valises le trophée du « Meilleur parcours de golf de l'océan Indien » pour l'Heritage Golf Club, et celui du « Meilleur hôtel de golf de l'océan Indien » pour Heritage Le Telfair Golf & Spa Resort.

Le titre de « Meilleur parcours de golf de l'océan Indien », obtenu pour la troisième année consécutive, souligne tous les efforts fournis par les équipes afin de maintenir le parcours aux plus hauts standards, alors que

celui de « Meilleur hôtel de golf de l'océan Indien » confirme Heritage Le Telfair en tant qu'établissement destiné aux golfeurs. À travers ces deux récompenses, les deux entités prouvent désormais qu'elles sont la combinaison gagnante pour un séjour de golf dans l'océan Indien.

Les World Golf Awards célèbrent et récompensent l'excellence dans le tourisme du golf et aident à stimuler le segment sur le marché international. Cette édition s'est axée sur les 130 principaux pays qui façonnent l'avenir de cette industrie dynamique et toujours en évolution.



La campagne Energy en chiffres

L'énergie : ce moteur de notre excellence forme la base du leadership, l'assise de l'agilité et l'essence du dynamisme qui nous guide chaque jour. C'est cette énergie qui a été placée au centre de notre campagne créée et diffusée en 2016 à Maurice et à l'étranger, insufflant une nouvelle dynamique aux valeurs actualisées du groupe.

12 déclinaisons de la campagne de presse

6 semaines

de publicités dans 12 magazines locaux et internationaux ainsi que sur 4 sites et dans 1 guide international.

1 an

de diffusion au cinéma pour le film réalisé par Azim Moollan

+ 38 000 vues du film sur notre page FB

Campagne en ligne vue

587890 fois

à Maurice en 1 semaine

Des maisons de luxe signées Velogic

Alors que Velogic ne cesse de gravir les échelons sur la scène de la logistique internationale, c'est dans la reconversion de conteneurs en maisons de luxe que s'illustrent actuellement nos collègues de ce département. Bien qu'il s'agisse d'un secteur dans lequel ils ne cessent d'innover depuis 2008, cette activité connaît depuis une belle ascension, faisant aujourd'hui de Velogic une référence dans le domaine. Plus d'une centaine de conteneurs sont convertis annuellement avec une demande croissante de la clientèle locale.

Cinq à sept fois plus rapide qu'une fabrication de maison traditionnelle, la reconversion des conteneurs a pour but de donner une seconde vie à ceux qui ne seront plus utilisés dans le transport maritime. Ainsi, cela permet de reconvertir ces conteneurs, en maisons, en bureaux, en écoles, en emplacements de stockage et autres pour tous les types de clients et d'usages à travers l'île. Avec leur taille pouvant varier selon le nombre de conteneurs utilisés, une architecture unique, une durabilité irréprochable et un esthétisme au charme particulier, ces maisons sont remises « clés en main » aux clients.

La Maison du Morne (photos ci-contre) est une des plus belles réalisations des techniciens de l'équipe du Workshop de Velogic, vue l'emplacement unique de cette demeure. D'ailleurs, Velogic a, à ce jour, déjà réalisé plusieurs autres maisons de ce style dans d'autres régions de l'île. Aujourd'hui, le but de Velogic est d'étendre son savoir-faire à l'élaboration de projets d'envergures.



Des wagons à l'Aventure du Sucre

Le savoir-faire de Velogic en matière de métallurgie n'est plus un secret pour personne. À la demande d'un architecte et ingénieur de l'Aventure du Sucre, nos experts de la logistique se sont vus demander de concevoir des wagons qui seront principalement utilisés comme attraction pour le musée. Essentiellement composés de métal, ces wagons ont nécessité la participation d'une équipe de cinq personnes durant une quarantaine de jours pour leur réalisation. Il s'agit d'une première, à la fois pour Maurice mais aussi pour le groupe, qui de surcroît a pu sortir nos collègues du Workshop de leur quotidien.



Présence est de retour !

Cette année, le magazine du groupe, Présence, fait la part belle au secteur du tourisme de loisirs à Maurice. Près d'une trentaine de pages au cours desquelles les lecteurs pourront découvrir l'évolution de ce secteur à Maurice, les développements en matières de développement durable et les multiples projets en cours plus particulièrement autour du Domaine de Bel Ombre, véritable joyaux pour le groupe mais aussi pour l'île.

Vous découvrirez également une interview collective de Kabir Ruhee, le CEO fraîchement nommé de Rogers Capital, en compagnie de deux de ses « *Managing Partners* » des secteurs *Financial* et *Corporate* suite à la réorientation stratégique de la marque. Présence fait aussi la part belle à l'expansion globale de Velogic et les multiples causes auxquelles notre groupe participe activement tout au long de l'année. Bonne lecture !

Nawaz Gobindram invité à un forum international



Invité au débat international sur le thème des « *Défis et Opportunités* » du commerce entre les États arabes du Golfe et l'Inde, le Regional Manager - Indian subcontinent de Velogic, Nawaz Gobindram, a introduit le groupe Rogers à près de 150 dirigeants d'entreprises issus des pays du Golfe. C'est notamment grâce à la participation active de Velogic Inde aux divers forums commerciaux tenus sur la Grande Péninsule que Nawaz Gobindram s'est retrouvé dans la délégation indienne invitée pour ce forum de deux jours à Djeddah. Ce sommet a été l'occasion pour le Regional Manager - Indian subcontinent de s'actualiser sur les derniers développements économiques et industriels touchant les deux nations et de créer de nouveaux réseaux stratégiques et riches en opportunités pour Velogic et le groupe Rogers avec des acteurs majeurs de l'économie golfe et indienne. Invité également pour une interview sur la chaîne nationale saoudienne, le Regional Manager - Indian subcontinent a saisi l'opportunité pour présenter et promouvoir l'étendue des activités du groupe Rogers autour du globe. Une expérience enrichissante au cours de laquelle Nawaz Gobindram s'est également entretenu avec le ministre du Commerce et de l'Industrie de l'Arabie Saoudite, Tawfig F. Alrabiah, et le Secrétaire Général de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Golfe, Dr. Abdullatif bin Rashid Al -Zayani, entre autres invités de marque.

Deuxième édition des VLH Excellence Awards



C'est dans une ambiance conviviale et le superbe décor de L'Aventure du Sucre que s'est déroulée, la deuxième édition des VLH Excellence Awards. Cette cérémonie vise à encourager les équipes de VLH à se surpasser et à innover pour mieux répondre aux besoins des clients. Onze récompenses ont été remises et trois nouvelles ont fait leur apparition

« hors-concours », à savoir le « *Oustanding Achievement Award* », le « *Best Customer Champion Award* » et le « *Most Inspiring Leader Award* ». Lors de son discours, François Eynaud, CEO de VLH, a souligné que le groupe a enregistré une très belle performance pour l'année 2015-2016 avec une occupation annuelle moyenne qui atteint 85%, soit sept

points de plus que l'année précédente. Il a également parlé de la stratégie de VLH qui s'articulera autour du développement de l'offre touristique de la destination « *Bel Ombre* » et du déploiement de la marque Veranda Resorts à Maurice et dans la région, pour la période 2016-2020.

Master Class sur l'exécution stratégique avec Phil Parker de l'INSEAD



Le Leadership Team des différents secteurs du groupe ainsi que quelques Senior Managers de ENL ont eu l'occasion d'assister, en octobre dernier, au master class « *Strategy Execution for Business Leaders* » de Phil Parker.

Les participants ont ainsi eu l'opportunité de travailler sur des thématiques telles que les objectifs, les audits, les modèles stratégiques, l'exécution de la stratégie, ainsi que les outils pour le suivi et l'évaluation. Les échanges sur ces thématiques ont abouti à une revisite des plans stratégiques et de la mise en place de plan d'actions pour chaque secteur.

Cet intense séminaire d'une durée de 5 jours qui a regroupé les 70 « *senior leaders* » du groupe, a permis de renforcer la collaboration entre les secteurs.

Phil Parker est professeur titulaire en Sciences Managériales à l'Institut Européen d'Administration des Affaires (INSEAD). Exerçant actuellement à Singapour, il y enseigne également la Stratégie en affaires et le Marketing. Il a également enseigné en Afrique, en Asie, en Amérique latine, en Europe et au Moyen Orient.

Rogers au centre du CFA Research Challenge

CFA (*Chartered Financial Analysts*) Society Mauritius a lancé le 20 octobre dernier son concours annuel, le *Research Challenge*. Il s'agit d'un concours destiné aux étudiants de niveau universitaire qui devront préparer et présenter un travail de recherche sur un sujet spécifique. Pour cette édition, le sujet de ce projet n'est nul autre que le groupe Rogers. Ce challenge a vu la participation d'institutions telles que l'Université de Maurice, le Charles Telfair Institute, l'Université de Technologie de Maurice, l'Université des Mascareignes et l'Université de Middlesex. Une session de questions-réponses a été animée par Ziyad Bundhun, *Chief Finance and Investment Executive*, en novembre dernier afin de familiariser ces étudiants à l'histoire et aux activités du groupe. Pour les participants, la prochaine étape consistera à rédiger une première ébauche avant d'attaquer la présentation finale sous le mentorat de leur doyen de faculté et leur « *Industry Mentor* » respectifs. Ces travaux de recherches seront évalués par un panel d'experts de l'industrie. Les grands gagnants de cette compétition s'envoleront en direction de Prague pour la compétition régionale prévue en avril prochain.



Velogic parraine Jessica Jocelyn pour la World Cup Diamond 2016

Jessica Jocelyn, *Supervisor Accounts Payable* chez Velogic, est revenue au pays avec une médaille d'argent, suite à la 6^{ème} édition de la *World Cup Diamond 2016* à Anapa en Russie. La *World Cup Diamond* est un des plus prestigieux tournois internationaux de kick-boxing annuels. Jessica Jocelyn n'en était pas à sa première compétition internationale ayant participé à la Coupe du Monde de Hongrie en 2013.

Sélectionnée par la Fédération mauricienne de kick-boxing et disciplines assimilées, Jessica a été sponsorisée par Velogic où elle travaille depuis sept ans. Sa détermination et ses progrès fulgurants ont su convaincre l'entreprise.

Si Jessica Jocelyn a fait ses débuts dans les sports de combat avec le taekwondo, elle s'est ensuite tournée vers le kick-boxing, plus compétitif. Elle a participé à de nombreux tournois internationaux et compte continuer sur sa lancée grâce au soutien de ses supérieurs et de sa famille.

À son retour, elle a été chaleureusement accueillie autour d'un pot par Vishal Nunkoo, Naveen Sangeelee et André de Comarmond, respectivement CEO, CFO et *Regional Manager* de Velogic.



C'est l'équipe du Charles Telfair Institute qui a remporté l'édition 2015 du concours



Leaders Awards : Reconnaître et récompenser l’effort

Infuser les valeurs du groupe tout en inspirant les employés. Telle sera la vocation des *Leaders Awards*, nouveau programme de valorisation et de reconnaissance de la contribution et de l’effort fourni par les leaders du groupe. Ciblant les managers du groupe, les *Rogers Leaders Awards* se veulent être un événement fédérateur annuel. Alors que le concept et les lignes directrices ont été présentés au groupe en octobre dernier, c’est en août 2017 que se tiendra la première soirée de remise de trophées. « *L’intention n’est pas de substituer le programme existant déjà dans certains secteurs comme les Excellence Awards dans le secteur de l’hôtellerie, explique Manish Bundhun, Chief Human Resource Officer du groupe, mais plutôt d’étendre cette initiative à l’ensemble du groupe* ». Les récompenses seront répertoriées sous deux catégories : les *Team Awards* et les *Individual Awards*. Intimement liés aux valeurs du groupe, les *Team Awards* valoriseront notamment l’Agilité, le Dynamisme et le Leadership. Les trophées individuels, comme l’indique leur nom, récompenseront l’effort et la contribution d’employés à titres individuels pour une performance particulière au cours de l’année passé (idée novatrice, nouvelle opportunité saisie, projet accompli). « *Une fois de plus, c’est l’élément d’intrapreneuriat et les comportements positifs que nous voulons valoriser et cultiver au sein du groupe que nous récompenseront chaque année* », soutient Manish Bundhun. Ainsi seront connus le *Customer Champion of the Year*, pour un service clientèle impeccable, le *Leader of the Year*, qui aura su faire grandir les autres autour de lui de manière significative, ou encore l’Entrepreneur et l’Innovateur de l’Année. Rendez en juillet pour connaître les grands gagnants.

Renforcement du leadership



Renforcer la notion de leadership et les valeurs actuelles du groupe. C’est dans ce but que le *Management Development Program, ACE (Ability, Competence & Expertise)*, a été introduit en 2016.

Le but de cette formation est d’accroître le potentiel des ressources humaines en commençant par le « *top management* », notamment les managers des différents pôles d’activité du groupe. Étalaé sur une période de 10 mois, cette formation comprend neuf modules, chacun destiné à forger l’esprit et les capacités de leadership des participants. Les notions de « *Self-leadership* », de « *gestion de carrière* », voire même de « *service clientèle efficace* », sont quelques unes des thématiques qu’aborderont les quelque 40 managers du groupe. Ces derniers constituent le premier groupe à bénéficier de cet apprentissage. C’est en partenariat avec le Charles Telfair Institute que cette formation, dont la fin est programmée pour juin, a été créée et est dispensée. « *Cette formation a été spécialement conçue pour les employés du groupe, notamment par rapport au contexte particulier dans évoluent les différents participants à ce programme de formation* », explique Manish Bundhun, Chief Human Resource Officer, qui s’est chargé de dispenser le premier module centré sur le « *self-leadership* ».



En octobre dernier, les employés du corporate office ont eu l'occasion de visionner le film documentaire de Marc de la Ménardière et Nathanaël Coste, *En Quête de Sens*. Ce film qui traite à la fois d'environnement, de voyages et de la quête intérieure de deux amis d'enfance remet en question nos rôles dans une société orientée essentiellement vers la consommation et de plus en plus éloignée de la nature. Partis à la rencontre d'acteurs du changement aux quatre coins du globe, les deux réalisateurs transmettent à travers leur film des points de vue, des philosophies pour nous faire comprendre que nous devons être les acteurs du changement que nous souhaitons voir au sein de notre société. Un beau documentaire avec une belle morale qui ne manquera pas de nous inspirer.



Premiers résultats du projet de Sainte-Catherine

Depuis 2015, les groupes Rogers, ENL, Ecosia et HSBC travaillent conjointement sur un projet de co-parrainage de Cité Sainte-Catherine, à Saint-Pierre dans le but de lutter contre la précarité dans cette région. Basé sur le modèle des programmes « *OLEA Living Together* » et *Les Expériences de la Balise Marina*, pour l'efficacité des pratiques employées dans ces deux projets, cette initiative vise en outre à l'allègement de la pauvreté à travers sept piliers identifiés par tous les CSR Managers. Ces piliers, concernent notamment l'infrastructure des habitats, l'éducation, la formation et l'insertion professionnelle, la santé, l'étayage des familles, l'environnement ainsi que les fléaux de la drogue et du VIH/Sida. Comme tout projet de parrainage, les résultats deviendront palpables sur le long terme. Toutefois, la directrice du projet, la psychologue ainsi que les travailleurs sociaux et de terrain, observent déjà les premiers résultats positifs de ce projet sur les parents et les enfants, certains habitants de la région ont également réussi à trouver un emploi stable.

Travaillant de concert avec les autorités locales, les principaux acteurs de ce projet s'attèlent actuellement à l'établissement d'un plan de lutte contre la pauvreté pour la région.

EKOLO DAN BIRO EKOLO DAN LAKAZ

POUR UN USAGE ÉCOLOGIQUE DE L'EAU

Alors que vous attendez que l'eau de la douche ne se réchauffe, placez-y un seau pour collecter cette eau froide que vous laissez partir bêtement.

Fermez votre robinet alors que vous vous brossez les dents ou que vous vous savonnez les mains. Laissez fuir l'eau durant ces moments contribue au gaspillage.

Conservez l'eau utilisée pour faire bouillir vos pâtes ou autres aliments et laissez la refroidir pour l'arrosage des plantes.

Réadaptez votre tuyauterie afin de rediriger certaines eaux usées (machine à laver, lavabos, vaisselle, etc.). Elles pourraient être réutilisées ailleurs comme dans les toilettes.

Un pic de consommation sur votre facture mensuelle pourrait être indicative d'une fuite. Soyez vigilant.

INTRODUCTION DU LAGOON DIRECTORY DE REEF CONSERVATION

Bientôt disponible dans chacune des chambres des hôtels Heritage Resorts, le *Lagoon Directory* est un répertoire richement illustré et regorgeant d'informations sur le lagon de Bel Ombre. Riche en biodiversité, ce lagon est l'un des sites le mieux préservés de l'île. Destiné aux enfants comme aux adultes, ce cahier permet de découvrir l'environnement côtier et marin de l'île Maurice, avec un focus sur les spécificités du lagon de Bel Ombre, ses écosystèmes et les espèces présentes les plus communes. La vocation de cet ouvrage, né d'un effort collaboratif entre le groupe VLH et l'ONG Reef Conservation, est d'informer notre clientèle sur les pratiques et les activités nuisibles aux habitats marins et côtiers, ainsi que les mesures de sécurité à adopter en mer. La publication de ce guide fait partie d'un vaste projet de conservation du lagon de Bel Ombre. Un projet impliquant à la fois les partenaires de la région – hôteliers, communauté côtière, ONG, autorités concernées – et les clients des hôtels. En chantier depuis un an déjà, ces actions aboutiront à terme sur un centre interactif terrestre et marin qui se trouvera dans l'ancienne usine de Bel Ombre. Ce projet de grande envergure influera sur le développement durable de Bel Ombre et des environs, auquel VLH est d'ores et déjà partie prenante.



Tous ensemble pour l'environnement !

En décembre dernier, des équipes des hôtels Veranda Resorts, aidées par certains volontaires du groupe VLH, se sont mobilisées pour un nettoyage de l'îlot Bernaches situé dans le lagon de Grand-Gaube. Il s'agit d'une initiative faite en collaboration avec l'entreprise sociale Belle Verte, l'ONG Reef Conservation et soutenue par le groupe Rogers. L'équipe de Belle Verte, dirigée par Martine Lassemillante, a assuré la logistique en fournissant les moyens de transport et les outils nécessaires et adéquats à la collecte et au tri des déchets. Au total, 120 kg de déchets ont été collectés. Ces détritiques ont été par la suite acheminés vers les déchetteries publiques et tous ceux recyclables transportés vers l'usine Baz'Recup de Médine afin d'être transformés et réutilisés !

Un plan d'action similaire a été déployé par les employés d'Heritage Resorts et Belle Verte au site historique du Batelage à Bel Ombre en septembre dernier. « *En tant qu'hôteliers, nous sommes conscients de l'importance de préserver l'environnement et plus particulièrement nos plages et lagons*, explique Emmeline Forget, Sustainable Development Coordinator de Heritage Resorts, *nous travaillons en étroite collaboration avec les forces vives des villages avoisinants et les enfants à qui nous tentons d'inculquer ces valeurs environnementales et citoyennes* ». A l'issue de cette demi-journée de ramassage de détritiques, plus d'une dizaine de sacs d'ordures

(cannettes, bols en polystyrène, bouteilles en plastique et en verre) ont été recueillis. Il est toutefois bon de souligner que la plage de Bel Ombre et les environs du Batelage sont nettoyés à plusieurs reprises au cours de l'année et que nos collègues de Heritage Resorts ont noté depuis quelques années une diminution du nombre de déchets. De quoi les sensibiliser et les encourager à persévérer dans leur engagement et leurs actions auprès des populations et de l'environnement.



Le Bis Lamer invité à la kermesse du Service Civil

Alors que le Bis Lamer ne cesse de sillonner l'île afin de sensibiliser la population sur l'importance de notre patrimoine océanique, c'est par la Présidente de la République en personne qu'il a été invité à s'arrêter à la grande kermesse annuelle du Service Civil en novembre dernier. Afin d'être partie prenante de la levée de fonds organisée lors de cet événement, le Bis Lamer n'était accessible qu'à condition d'avoir acheté un ticket de tombola auquel tout le monde avait la chance de gagner. Bien que le Bis Lamer était une attraction phare de cette kermesse, d'autres stands se sont également démarqués à l'instar de celui de la Présidente où l'on pouvait se procurer des plantes endémiques sorties tout droit du Château du Réduit. Une belle façon de mettre en avant les causes environnementales chères à notre île, démontrant par la même occasion l'importance de la mer et des plantes endémiques aux yeux de notre Présidente.



Ocean Advocasea Bootcamp



Former les jeunes pour faire d'eux les porte-paroles des causes environnementales liées à notre espace marin. C'est ce à quoi aspire SIDS Youth AIMS Hub (SYAH) à travers les Ocean Advocasea Bootcamps : une série de séminaires durant lesquels des jeunes sont formés au plaidoyer en faveur des causes liées aux océans et cela sur la scène locale, régionale et internationale. En août dernier, SYAH a accueilli le premier groupe de jeunes aptes à être formés au plaidoyer et aux actions issues de ces plaidoyers. Pour cette première édition du Ocean Advocasea Bootcamp, l'équipe de SYAH s'est attelée à former ces futures « seatizens » sur les notions de base de la natation et du snorkeling ainsi que les fondamentaux du leadership, du financement, de la gestion et de l'implémentation de projets. Ce bootcamp a aussi vu la participation de nombreux intervenants extérieurs tels que Raj Mohabeer, Chargé d'Affaires à la Commission de l'Océan Indien (COI); Mario Radegonde, Manager de la Fondation ENL; Chantal Andrianarivo, Experte en Biodiversité à la COI; Katileho Mohono, de la Faculté de Leadership Entrepreneurial à l'African Leadership University, entre autres. Des échanges d'idées et d'opinions qui se sont révélés fructueux durant les diverses sessions de travail étendues sur trois jours et qui devraient intéresser ces jeunes aux enjeux océaniques internationaux.

Nos employés plus éco-conscients !

Notre engagement quant au respect de nos zones côtières gagne du terrain auprès des employés du groupe. C'est ce que révèle la seconde édition du *Mid-term Knowledge, Attitude, Perception & Behaviour (KAPB) Survey* qui a compté 139 participants, soit 64% de plus de participants par rapport à la première étude réalisée en 2014.

22% des personnes interrogées seraient d'accord de mettre fin aux industries polluantes, même si cela engendre la perte d'emploi;

50% des sondés comprennent le concept de développement durable ;

94% seraient prêts à sacrifier leur bien-être pour le bien de l'environnement ;

57% prennent des actions contre les pollueurs ;

92% estiment que les plantes et les animaux ont tous autant de droits que nous d'exister ;

Toutefois, seul

5% d'entre eux sont d'accord d'adopter une nouvelle attitude qui ferait la différence.

ROGERS CAPITAL SE RÉINVENTE POUR MIEUX SERVIR

Dans sa quête d'innovation et d'amélioration continue de ses services, Rogers Capital se réinvente après un quart de siècle de présence dans les services financiers. Ainsi, depuis le 6 octobre, Rogers Capital regroupe sous une seule marque trois de ses services phares : les services financiers, informatiques et d'entreprises.

Dans un monde régi par les nouvelles technologies de l'information et de la communication, l'adaptation des entreprises et de leur *business model* aux nouvelles tendances devient capitale en vue d'assurer l'efficacité et une complémentarité des services dispensés. Ainsi, Rogers Capital a décidé de créer des synergies entre les services informatiques et de gestion d'entreprise – tous trois naturellement complémentaires. Il s'agit là d'une étape majeure qui permettra au groupe de focaliser l'étendue de ses services et son expérience accrue sur le marché du FinTech, un secteur à fort potentiel qui connaît actuellement un véritable apogée autour du globe.

C'est ainsi que les entités préalablement connues sous les noms de *Rogers Assets Management*, *Kross Border* et *Enterprise Information Solutions* (EIS) se regroupent au sein d'une seule et même entité, devenant respectivement *Rogers Capital – Corporate Services*, *Rogers Capital – Technology Services* et *Rogers Capital – Financial Services*.

Pour le CEO de Rogers Group, Philippe Espitalier-Noël, « *la marque Rogers Capital combinera les forces et les capacités des trois secteurs avec l'adjonction de nouvelles couches de services pour en faire un acteur majeur, offrant une proposition de services uniques dans le secteur du Fintech à Maurice et au-delà de nos frontières* ».

Ainsi, la finalité de cette démarche consiste à proposer une expérience améliorée à son portefeuille de 1 200 clients, à travers l'expertise d'une équipe de 305 employés. Rogers Capital mise également sur la symbiose de ses trois pôles d'activités afin de développer des idées et des solutions d'affaires innovantes, ouvrant par la même occasion des perspectives de croissance à travers la création de nouveaux services. Un véritable bond vers l'unicité et l'innovation en termes de services intégrés proposés aux clients surtout face aux concurrents exerçant dans les secteurs d'activités similaires.

Pour le CEO de Rogers Group,
Philippe Espitalier-Noël

« *la marque Rogers Capital combinera les forces et les capacités des trois secteurs avec l'adjonction de nouvelles couches de services pour en faire un acteur majeur, offrant une proposition de services uniques dans le secteur du Fintech à Maurice et au-delà de nos frontières* »

L'AVÈNEMENT DU FINTECH MAURICIEN

Faisant suite au succès du lancement du secteur *Fintech*, Kabir Ruhee a été nommé CEO de l'entité le 1er février 2017. Possédant une longue expérience dans le secteur des technologies de l'information et de la télécommunication, il sera la personne-clé qui chapeautera les trois secteurs regroupés sous Rogers Capital.

En vue d'assurer une synergie et de gérer de façon optimale les opérations des trois secteurs que chapeaute Rogers Capital, Didier Lenette a été nommé *Partner* aux *Corporate Services* alors que Marc Ah Ching a été nommé *Chief Finance Officer & Partner* du secteur *Financial Services*. En ce qu'il s'agit du secteur *Technologies*, ce sont Alain Lim (*Partner – Cloud & Mobility*) et Manish Rajwani (*Partner – Telco & Innovation*) qui gèreront les opérations. Cette gestion visera à assurer la cohésion, la synergie et le bon fonctionnement des trois secteurs de *Corporate Services*, *Technology Services* et *Financial Services*.

Cette transition vers l'unification des services offerts était une étape évidente vers laquelle ces pôles convergeraient tôt ou tard. Pour Didier Lenette, « *ce regroupement d'expertises se faisait déjà de façon informelle au sein de l'entreprise* ». Selon lui, la mise en place d'opérations structurées et intégrées ne fera qu'améliorer la qualité et la cohérence des services dispensés aux clients.

« *Rogers Capital a pour vocation de consolider la position du groupe dans le secteur financier mauricien, un des piliers de notre économie, soutient Marc Ah Ching, avec une équipe soudée, les valeurs de leadership, de dynamisme et d'agilité de Rogers, nous allons proposer un portefeuille de services unique en son genre dans le pays* ».

Et Kabir Ruhee d'ajouter que « *les technologies de l'information et le numérique sont désormais à la genèse de nouveaux modèles d'affaires, amènent une diversité certaine dans les canaux de distribution et façonnent de plus en plus l'expérience client* ».



UNE PANOPLIE DE SERVICES INTÉGRÉS

Les services financiers

À travers son pôle de services financiers, *Rogers Capital – Financial Services*, le groupe met à disposition des clients un choix varié de services spécialisés de gestion et de conseil en investissement dans les principales catégories d'actifs. L'offre comprend également des services conseils en gestion de patrimoine, incluant la gestion de portefeuille, des conseils financiers et d'autres services transactionnels.

Les services informatiques

Productivité et efficacité optimales sont les maîtres mots chez *Rogers Capital – Technology Services*. Offrant les meilleures solutions informatiques intégrées, des logiciels adaptables et des services de haute facture visant à accroître le rendement des opérations, ce pôle s'attelle principalement à répondre aux besoins professionnels complexes des sociétés. Les entreprises, moyennes et grandes, bénéficieront notamment d'une panoplie d'applications constituant un ensemble complet de technologies.

Les services aux entreprises

Offrant un éventail complet de services fiduciaires professionnels, le pôle des services corporatifs de *Rogers Capital* permet aux investisseurs d'accroître leur présence internationale à travers la mise en place et la conduite d'activités à valeur ajoutée à Maurice. La géolocalisation et la juridiction mauricienne permettront aux investisseurs étrangers d'utiliser l'île comme plateforme pour investir principalement en Asie et en Afrique. Les services proposés par *Rogers Capital – Corporate Services* varient de l'administration et la domiciliation d'entreprises aux services de gestion de sociétés captives, incluant la comptabilité et l'administration de fonds.



« Aujourd'hui nous encourageons chaque personne au sein de l'entreprise à être et à agir comme un entrepreneur. »

*Manish Bundhun,
Chief Human Resource Executive chez Rogers*

MANISH BUNDHUN : LES VALEURS DU GROUPE BEYOND 2015

Agilité, dynamisme et leadership. Trois valeurs autour desquelles Rogers souhaite aujourd'hui se concentrer pour mener au mieux sa stratégie d'expansion - Beyond 2015. Entre la valorisation des employés par le biais de l'intrapreneuriat (entrepreneuriat interne), des programmes de formation de qualité et une reconnaissance des meilleures performances à travers le Recognition Program, le groupe mise désormais sur ses biens les plus précieux : ses ressources humaines. Tour d'horizon avec Manish Bundhun, *Chief Human Resource Executive* du groupe.

Est-il essentiel pour une entreprise de se remettre en question pour mieux avancer dans le long terme ?

Manish Bundhun : Une entreprise doit aussi souvent que possible analyser ses forces, ses faiblesses, les opportunités et les obstacles qui se dressent sur son parcours. Il est essentiel de faire un constat et de voir les rouages de l'entreprise avec du recul et une vision globale. Nous évoluons dans des secteurs d'activités très changeants et un environnement global. Il est important de comprendre comment certains événements externes, en dehors de notre contrôle, impactent sur l'organisation et comment mieux nous préparer à cela en interne.

Que cherchez-vous à transmettre aux employés à travers les valeurs du groupe ?

M.B : Cette capacité à pouvoir mieux s'adapter aux éléments extérieurs, à ce qui se passe en dehors de la compagnie est intimement liée à l'une des valeurs du groupe : l'agilité. L'agilité est une capacité à anticiper les changements dans notre environnement, aussi bien qu'à mesurer

les conséquences de nos actions en tant que groupe. Elle permet également d'agir en dehors des contraintes de notre environnement : faire mieux que ce que les conditions nous permettent d'accomplir. Cette valeur est très appropriée au contexte dans lequel évolue le groupe aujourd'hui. L'espace d'un instant une simple fluctuation, un simple événement peut changer tellement de choses. Ce que nous recherchons c'est de nous préparer au mieux à de telles situations.

Le leadership n'est-il pas déjà existant au sein du groupe ?

M.B. Évidemment, le leadership n'a rien de nouveau en soi. Ce que nous souhaitons mettre en avant à travers cette valeur est principalement la notion de 'self leadership'. La capacité à pouvoir se remettre soi-même en question au niveau de ses performances et prendre des initiatives pour pouvoir avancer de manière plus efficace est quelque chose sur laquelle nous n'avions pas encore mis suffisamment d'emphase dans le passé. Notre philosophie est de : « *Lead yourself first before leading others* ».

Donc le leadership n'est aujourd'hui plus une question de hiérarchie au sein de l'entreprise ?

M.B. Lorsque nous parlons de leadership au sein de Rogers, nous parlons de leadership à tous les niveaux peu importe la position de l'employé dans la hiérarchie du groupe. La notion de self leadership commence par là. Ne dépendons plus des consignes de la hiérarchie pour décider d'agir, pour se remotiver, pour déclencher une prise d'action. Comment faire face à certaines situations ? Comment pouvoir prendre du recul, rester centré sur soi et son but au sein de l'entreprise tout en faisant preuve d'enthousiasme, de courage et de détermination ? La capacité à prendre en main son propre développement pour se projeter avec force et conviction dans l'avenir. Ce sont là autant de challenges que le self leadership résoudra.

Quelle est la vision de Rogers à long terme en implémentant ces valeurs ?

M.B. La finalité est de générer un changement de culture dans la manière de procéder au sein de l'entreprise et cela à tous les niveaux. Créer une culture qui favorise l'agilité, la prise d'initiative et de décisions, la remise en question de soi, et créer le dynamisme qui conduit à la prise d'initiatives face aux défis.

Comment se concrétisent ces actions au quotidien pour l'employé ?

M.B. Au quotidien, nous nous focalisons sur la question de leadership et d'agilité. Ces deux valeurs entraînent automatiquement le dynamisme que nous vivons tous les jours avec les changements qui s'opèrent autour de nous. Les entreprises sont des entités en constante évolution.

En termes de leadership et d'agilité, il s'agit d'abord de savoir comment grandir et faire grandir les autres autour de soi et les préparer à faire face à de multiples situations. Dans la finalité, chaque employé sera un peu un entrepreneur à lui seul.

Faire de chaque collaborateur un entrepreneur... Est-ce quelque part un retour aux sources, lors de la création et de la diversification du groupe ?

M.B. Aujourd'hui nous encourageons chaque personne au sein de l'entreprise à être et à agir comme un entrepreneur. Lorsque cela s'applique au sein d'une entreprise, nous y faisons référence sous l'appellation d'intrapreneuriat. Tout cela se transforme pour le groupe en une valeur ajoutée avec des ressources humaines plus fonctionnelles et également pour les divers clients qui reçoivent un service encore plus professionnalisé lorsqu'ils font appel à nos services. Les valeurs que nous avons mises en place permettent justement de converger vers l'esprit d'entrepreneuriat. Chaque employé est attiré à venir partager avec nous de nouvelles idées car n'importe qui peut avoir une « *killer idea* », ce n'est pas une capacité réservée nécessairement à un manager ou un CEO. Tout le monde est entendu de la même façon. Le Recognition Program viendra également récompenser et encourager l'esprit d'entrepreneuriat.

Comment ces valeurs sont-elles inculquées au sein du groupe ?

M.B. Il existe de multiples programmes de formations dispensés et diverses communications à propos des valeurs de Rogers qui sont diffusées dans le groupe. Les valeurs de Rogers agissent en tant que valeurs de comportement, certes, mais elles viennent également compléter les valeurs et la philosophie des différents secteurs et entreprises du groupe. Nous allons d'ailleurs bientôt lancer un « *Blue Book* » pour tous les employés du groupe. Ce « *livre bleu* » compilera l'ensemble des valeurs du groupe, leur

philosophie ainsi qu'un ensemble des meilleures pratiques à adopter pour rester en conformité avec les valeurs Beyond 2015. À travers des ateliers de travail comme le *Management Development Program*, nous cherchons à infuser davantage les valeurs comme le leadership à travers des formations. Le Recognition Program, d'un autre côté, sera une façon d'ancrer nos valeurs en récompensant ceux et celles qui ont excellé durant l'année par rapport aux valeurs du groupe.

Quel est le concept du Recognition Program ?

M.B. C'est un programme à travers lequel nous reconnaissons et récompensons la contribution des leaders au sein de l'entreprise. Deux types de récompenses sont décernés : les *Team Awards* et les *Individual Awards*. Les *Team Awards* sont intimement liés aux valeurs du groupe avec par exemple le *Leadership Trophy* ou le *Agility Trophy*. Il s'agit là également d'une façon d'infuser les valeurs de Rogers au sein du groupe. Les *Individual Awards* viseront à récompenser la contribution individuelle d'un cadre qui aurait apporté quelque chose d'extraordinaire durant l'année. Ce plus peut prendre la forme de nouvelles idées matérialisées, des nouveaux projets achevés ou une nouvelle opportunité saisie. Ici c'est surtout l'élément d'intrapreneuriat qui sera reconnu et récompensé aussi bien que les comportements positifs que nous souhaitons encourager.

Ces formations sont-elles ouvertes à tous ?

M.B. Étant donné que nous sommes dans un groupe de 4600 employés, dans 12 pays, nous focalisons le premier niveau de formation aux 400 managers du groupe dans un premier temps. Le but est également de ne pas créer de confusion au niveau des valeurs des différentes entreprises présentes dans le groupe. Nous avons déjà établi un calendrier comprenant des dates calées avec les différentes formations qui seront dispensées tout le long de l'année.

Le *Management Development Programme* a déjà débuté et nous avons bouclé le premier module de formation qui était justement axé sur le Self leadership.



LES NOUVELLES COULEURS DU CHAMAREL

Figure incontournable de l'univers gastronomique mauricien depuis le début des années 90, Le Chamarel se remet au goût du jour. Du lieu au menu, en passant par l'image de marque même de l'établissement, tout a été revu pour apporter un nouveau souffle à ce restaurant spécialisé dans les produits du terroir mauricien.

Ah, Chamarel ! Village historique et pittoresque au cachet unique, aux Terres de 7 couleurs, aux forêts endémiques à perte de vue et à la cascade légendaire. Chamarel c'est également son restaurant éponyme qui fait la réputation de cette région du sud-ouest de l'île depuis plus de deux décennies. C'est sur la route vers ce village que se logent les locaux du restaurant Le Chamarel. Face à une vue imprenable sur le lagon turquoise du sud, nous découvrons la nouvelle architecture de ce restaurant aux plats débordants d'originalité.

Pour François Baudot, Leisure Manager de CSBO, il était temps, après presque un quart de siècle d'existence, de renouveler l'image de ce restaurant emblématique de la région. « *Comme dans tout autre secteur de l'économie, nous devons constamment innover pour rester compétitif. Le restaurant Le Chamarel existe depuis déjà 25 ans et il était temps de donner un coup de neuf à sa structure et redynamiser notre style de cuisine* », explique-t-il.

Rétrospective

Figurant sur la liste des lieux touristiques les plus prisés de l'île, le Chamarel doit sa conception au développement de la région, rendu possible grâce aux Terres de 7 couleurs et à l'intérêt grandissant que suscitait ce site auprès des touristes au début des années 1990.

Suivant l'impulsion du moment, le Conseil d'Administration de la Compagnie Sucrière de Bel Ombre décide d'ouvrir un restaurant sur les ruines de l'ancien campement des Rontaunay. Le Chamarel répondit alors à la demande pour un service de restauration tout en participant activement au développement et à la création d'emploi dans la région.

« *Comme le secteur touristique connaissait un boom durant cette période, il y avait grand besoin pour ce type de produit et de service* », soutient François Baudot. Visant principalement une clientèle touristique, la promotion du restaurant se faisait au départ par l'intermédiaire des tour-opérateurs. Deux ans plus tard, le restaurant prend de l'ampleur et se crée également une clientèle mauricienne. Le Chamarel propose alors une table hybride avec un steak house et des mets locaux.

En 2009, le restaurant connaîtra une première phase de rénovation. À sa réouverture en 2010, le Chamarel revoit son style de cuisine proposant désormais des mets 100 % mauriciens tout en faisant la part belle aux produits du terroir.



Relooking respectueux de l'écologie

Lorsque la première pierre du Chamarel a été posée, le souhait initial était d'intégrer le restaurant dans le décor de la région. La direction de l'établissement ne souhaitait pas que l'environnement soit dénaturé par rapport à l'endroit où se situe le restaurant. « *C'est la raison pour laquelle, le Chamarel a été bâti autour de la nature, plutôt que d'adapter la nature à l'établissement* », précise le Leisure Manager de CSBO.

Favorisant la mise en avant du confort et du modernisme lors des récents travaux de rénovation, une architecture rustique a été favorisée en faisant un emploi extensif de la pierre, du bois et de la taule, pour refléter l'optique et la philosophie de la cuisine. Des travaux ayant nécessité neuf mois de labeur et un investissement de près de Rs70 millions. Ayant quasiment doublé sa capacité de couverts, Le Chamarel a encore de beaux jours devant lui.



La cuisine

Proposant, pour le plus grand bonheur de ses clients, une cuisine mauricienne réinventée « *Terroir-Fusion* », le Chamarel peut désormais compter sur l'expertise du chef Roddy Soprayachetty. Ce dernier proposera aux convives des mets composés de produits du terroir, agrémentés d'une touche contemporaine grâce à de nouvelles techniques de cuisine, de nouveaux modes de préparation, le tout présenté de façon plus esthétique.

S'approvisionnant principalement auprès de producteurs et de fournisseurs de la région, le Chamarel fera la part belle au cerf, au bar, au palmiste, au « *cochon marron* » ou encore aux légumes fraîchement cueillis.

Se voulant être un véritable exemple de développement durable dans la région, Le Chamarel emploie aussi des membres du personnel dans les régions avoisinantes, générant ainsi plus d'une trentaine d'emplois.

Si sa cible demeure majoritairement touristique, le restaurant veut également faire profiter aux Mauriciens de ce lieu mythique de l'île, ouvrant ainsi ses portes pour des événements tels que des fiançailles, des anniversaires, des mariages et autres événements « *corporate* ».



Roddy Soprayachetty : le Chef résident



Roddy Soprayachetty est un chef de nationalité mauricienne. Comptant une riche carrière en Australie, il a collaboré avec de nombreux établissements hôteliers à Victoria tels que le Royal Mail Hotel à Dunkeld, le Lakehouse Boutique Hotel de Daylesford et le Wye Beach Hotel. Roddy a également collaboré au sein de sociétés de service traiteur pour de grands événements à Melbourne tels que l'Open de Tennis, le MotoGP, Formula One et le Spring Carnival. En 2013 il a également eu le privilège de faire l'ouverture de l'hôtel Centara Grand Azuri à Roches Noires. Ayant rejoint les rangs du Chamarel en 2016, c'est avec une riche expérience dans l'univers culinaire qu'il est venu consolider le nouveau concept « *terroir-fusion* » du restaurant.



SALONS TOURISTIQUES INTERNATIONAUX

UNE VITRINE POUR L'HÔTELLERIE MAURICIENNE

Au-delà des échanges et du développement continu d'un réseau professionnel à l'échelle internationale, les salons touristiques internationaux sont l'occasion pour notre île de redoubler de visibilité auprès de nos principaux marchés touristiques et partenaires d'outre-mer. Tour d'horizon de ces salons et survol de leur importance pour le secteur du tourisme mauricien.

Accueillant annuellement plus d'un million de vacanciers, Maurice devient plus que jamais une destination touristique prisée des aficionados de sports nautiques, de golf, de culture mais encore de détente ou de bien-être. Alors que l'industrie touristique rapporte à elle seule près de Rs45 milliards à l'économie locale, il reste pertinent pour les acteurs du tourisme local d'afficher une participation active et fréquente aux divers salons touristiques internationaux organisés à travers le monde et plus particulièrement ceux composant le marché touristique mauricien.

Une participation essentielle

Pour Christine Dupont, Chief Sales & Marketing Officer du groupe hôtelier Veranda Leisure & Hospitality (VLH), la présence assidue de l'île Maurice dans ces salons est essentielle pour assurer une visibilité constante de notre destination et un développement continu de l'industrie du tourisme et du voyage à Maurice.

C'est sous les marques Heritage Resorts et Veranda Resorts que l'équipe de VLH représente les couleurs locales, notamment dans des salons touristiques professionnels se tenant sur nos trois cibles les plus importantes : Paris, Berlin et Londres. Une participation qui a évolué au fur et à mesure du développement du stand de la destination Maurice.



« Participer à ces salons est l'occasion de rencontrer nos partenaires et tour-opérateurs évoluant dans ces trois marchés prioritaires, explique Christine Dupont, nous profitons également de ces rassemblements pour faire d'une pierre deux coups et voir les opérateurs des marchés « périphériques » dispersés à travers l'Europe et que nous ne pouvons rencontrer en temps normaux ».

Échanges et orientation stratégique

Bien que la présence et la participation de Maurice à ces salons représentent un investissement conséquent pour les hôteliers et la Mauritius Tourism Promotion Authority, il s'agit toutefois d'une démarche essentielle. « *La mise en avant de la destination mauricienne est notre rempart vis-à-vis des destinations « concurrentes » dans le vaste monde du Tourisme et du Voyage, concède la Chief Sales & Marketing Officer de VLH, il est important de mettre en avant la diversité de nos offres hôtelières, balnéaires, culturelles, sportives ou nautiques et de rester au parfum de ce que fait la compétition* ». Favorisant également les échanges avec les autres parties prenantes du tourisme mauricien (hôteliers, compagnies aériennes, tour-opérateurs), ces rassemblements permettent de prendre la température afin de dégager les tendances de notre marché avec synergie.



Le Salon International du Tourisme de Berlin

Accueillant annuellement une moyenne de 180 000 visiteurs dont 108 000 professionnels et 10 000 exposants de près de 190 pays, le salon ITB est un rendez-vous incontournable pour les professionnels de l'industrie touristique. En plus des possibilités de rencontres en face-à-face avec les acteurs internationaux de ce secteur, ce salon s'impose également comme une plateforme d'échange d'idées et de partage d'informations sur les innovations essentielles à ceux exerçant dans le domaine. Marché à fort potentiel, les arrivées touristiques allemandes ont connu une progression de +39.5 % entre 2015 et 2016.

Le World Travel Market au Royaume-Uni

Affichant la participation de plus de 50 000 professionnels du secteur, de ministres, de représentants d'agences et des médias du monde entier, WTM est un événement majeur du secteur où de nombreux partenariats commerciaux sont créés. Les arrivées touristiques en provenance de Grande Bretagne vers Maurice ont connu une progression stable de +14 % (entre 2014 et 2015) et de +8.2 % (2015 à 2016) ces deux dernières années.



Heritage Resorts au World Travel Market 2016

C'est en présence de Jocelyn Kwok, CEO de l'Association des Hôteliers et Restaurateurs de l'île Maurice (AHRIM), et de Kevin Ramkaloan, Directeur de la Mauritius Tourism Promotion Authority (MTPA), que s'est tenue la 12^{ème} édition des Heritage Awards à l'Oxo Tower London. Une soirée durant laquelle les membres de la presse anglaise, les tour-opérateurs, les agences de voyages et les partenaires ayant le mieux représenté les intérêts du groupe Héritage étaient mis en avant et félicités pour le travail accompli durant l'année écoulée.

2017 promet d'être riche en nouvelles aventures pour Heritage Resorts avec la rénovation d'Heritage Le Telfair, la construction d'un deuxième golf sans compter la tenue en novembre 2017 de la troisième édition de l'AfrAsia Bank Mauritius Open, tournoi sanctionné par trois tours majeurs : le Tour Européen, Asiatique et Sunshine.

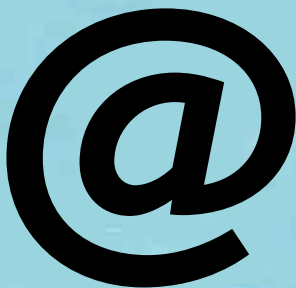
L'IFTM Top Resa à Paris

Unique salon français multi-segments dédié au voyage et au tourisme, l'IFTM Top Resa est un rendez-vous immanquable pour les acteurs locaux du tourisme.

Cette année, ils étaient 30 929 professionnels de l'industrie du tourisme et du voyage à avoir répondu présents lors de ces quatre jours d'exposition. Au total, ces professionnels représentaient 1 694 marques, sur 543 stands, regroupées sur 31,000 m². C'est face à 165 autres destinations que nos ambassadeurs mauriciens ont défendu les couleurs et la valeur de Maurice cette année. La France reste incontestablement le marché touristique principal de Maurice avec 238,522 arrivées de janvier à novembre 2016.



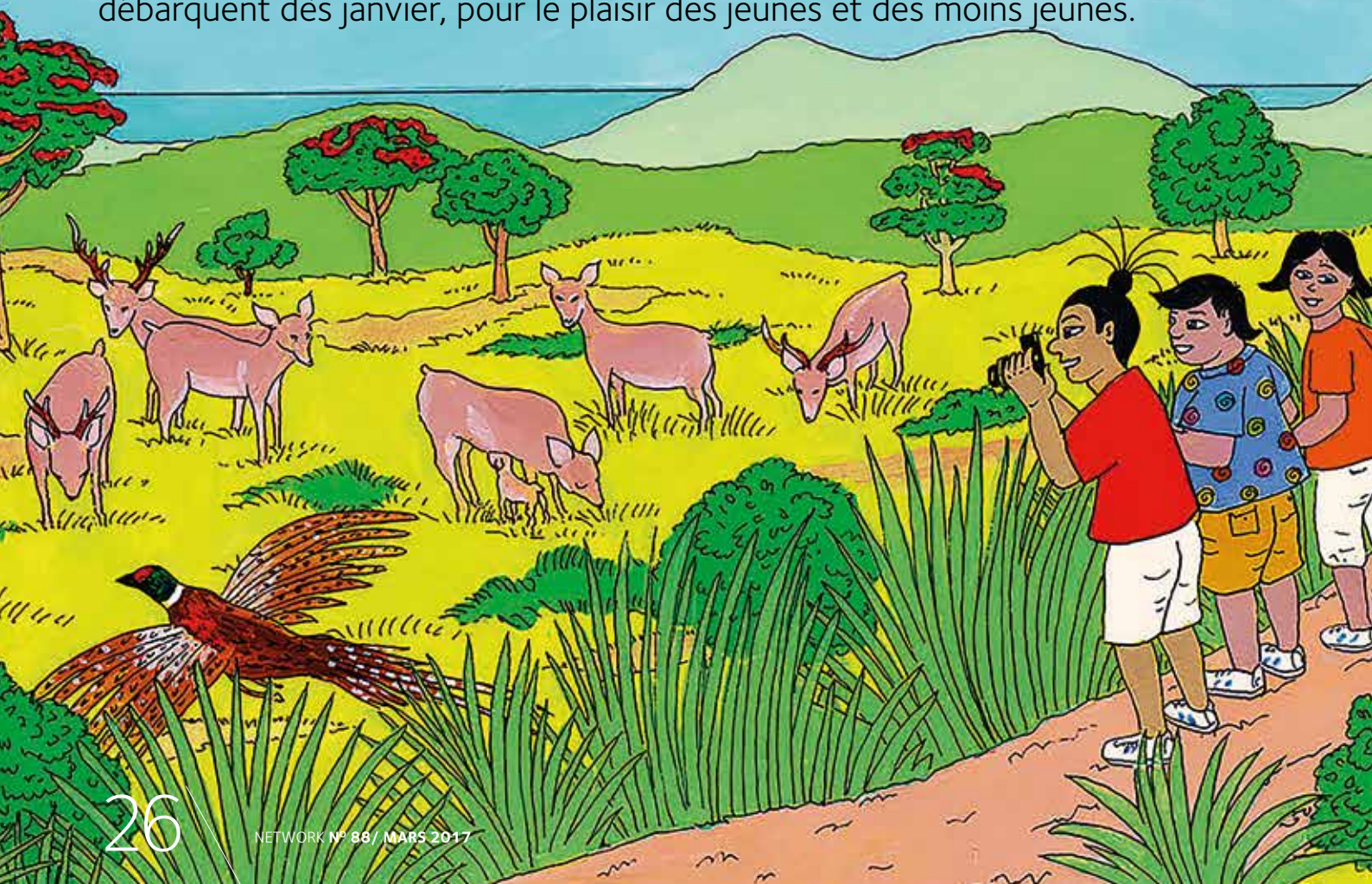
TIKOULOU



BEL OMBRE

À LA POURSUITE DE L'OMBRE LÉGENDAIRE

Qui de mieux que Tikoulou pourrait nous faire découvrir ou redécouvrir la beauté et l'authenticité des écosystèmes de Bel Ombre ? Nées d'un partenariat entre Reef Conservation, le groupe Rogers et les éditions Vizavi, les prochaines expéditions de Tikoulou dans cette région pittoresque de l'île débarquent dès janvier, pour le plaisir des jeunes et des moins jeunes.



Quand pédagogie et divertissement s'unissent, le résultat ne peut être qu'exceptionnel, et pour cause ! Tikoulou et son ami Gromarto reviennent en force pour de nouvelles aventures. Après avoir exploré, au fil de 14 albums, les vestiges de la Citadelle, les recoins de Rodrigues ou encore les fonds marins de nos lagons, le décor est cette fois-ci planté dans le sud de l'île. Alors que la région de Bel Ombre est en phase de se développer de manière extensive et durable, l'heure est également à la sensibilisation des adultes d'aujourd'hui mais surtout ceux de demain.

Un projet d'envergure

Bel Ombre est l'une des seules régions de l'île où se regroupent tous les écosystèmes de Maurice. Une observation faite de tous mais autour de laquelle Reef Conservation et le groupe Rogers souhaitent développer de nouveaux projets et une pléiade d'activités novatrices tout en respectant la nature environnante. Un des chantiers actuellement en phase d'idéation est une reconversion du vieux moulin de Bel Ombre en centre éducatif et interactif qui agira comme vitrine à tous les écosystèmes terrestres et marins de la région.

Reef Conservation travaille également depuis plus de deux ans avec les hôteliers et la compagnie sucrière de cette zone sur un plan de réaménagement des habitats naturels de Bel Ombre que ce soit au niveau du lagon, du littoral et des rivières. Malgré les mesures mises en place et le travail de fond effectué, une question trottait dans la tête des développeurs de ces projets : « *Comment communiquer sur ces développements tout en assurant la continuité d'une telle démarche, voire l'expansion du projet aux régions avoisinantes?* »



Un rôle taillé sur mesure

C'est au terme d'une réflexion approfondie que l'idée survint aux membres de Reef Conservation. « *Tikoulou est un personnage bien mauricien à travers lequel des thèmes et des causes liés à l'environnement ont été maintes fois traités*, explique-t-il, *dès lors nous savions qu'il serait le vecteur parfait pour transmettre notre philosophie et notre vision* ». François Rogers, Président de Reef Conservation, rencontre alors Henri Koombes, créateur du personnage Tikoulou, et l'éditrice Pascale Siew pour partager l'idée et l'envie de Reef Conservation de faire un nouvel album de Tikoulou. Il leur présente l'histoire et le thème sur lequel il souhaite s'approfondir dans ce nouveau tome. Le projet est chaleureusement accueilli par l'illustrateur et l'éditrice. Claire Rose de Reef Conservation rejoint alors l'équipe qui s'attelle à peaufiner le contexte, l'histoire et les textes.

Un mystère passionnant

C'est accompagné de leur professeur de sciences que Tikoulou et ses acolytes se lanceront à la recherche de l'Ombre légendaire d'où cette région de l'île tirerait son nom. Selon la légende, l'Ombre, un poisson d'eau douce retrouvé communément en Europe et sur le sous-continent Nord-Américain, aurait jadis peuplé les cours d'eau du sud de Maurice, notamment à la Rivière des Galets. Ce qui semblait être au départ une simple expédition pédagogique se transformera alors en quête de vérité à la poursuite de l'Ombre



mauricien. Parviendront-ils à lever le voile sur ce mystère ?

La richesse de notre écosystème

Ainsi, au fil de leur nouvelle aventure à la poursuite de l'Ombre légendaire, Tikoulou et ses amis feront parcourir aux lecteurs pas moins de 7 écosystèmes, tous représentatifs de la richesse de la biodiversité du sud de l'île. C'est à travers les forêts, les savanes, les rivières, les mangroves et les marécages, entre autres, que Tikoulou poursuivra sa quête. Durant ce périple, le lecteur découvrira les nombreux clins d'oeil à cette faune et cette flore uniques de l'île et de la région. L'on retrouve ainsi l'oiseau à lunettes, une espèce protégée de Maurice, la grosse Cateau verte,



le bois d'ébène, le bois d'olive ou encore nos célèbres « *cochons marron* », entre autres.

Distribution gratuite

Touchant en moyenne 2 800 élèves du primaire annuellement, le Bis Lamer sera le vecteur de distribution des nouvelles aventures de Tikoulou aux plus jeunes. Au terme des sessions pédagogiques que dispense le Bis Lamer aux écoliers de 8 à 11 ans, un album sera offert à chacun d'entre eux durant la première année suivant la publication. Le groupe hôtelier Heritage Resorts distribuera aussi des exemplaires à ses résidents. Si la première édition de ce tome sera imprimée en français et sera exclusivement destinée à la distribution aux écoliers, une seconde édition, traduite en anglais, est prévue pour être commercialisée. Une démarche qui ne manquera pas de marquer les esprits d'une jeune génération à qui l'avenir de l'environnement mauricien appartient.



Energy drives people.

We truly love what we do and we do it with **zeal and creativity**. We are diverse in talents and expertise and **we all share that personal vitality that energizes us to go the extra mile**. We believe in creating an environment of respect, trust and care where **we all have opportunities to realize our true potential as individuals** and contribute to the Group's progress.



Rogers
Focused Energy, Every Day

FINTECH | HOSPITALITY | LOGISTICS | PROPERTY