



LE MAGAZINE RÉSEAU DE ROGERS / OCTOBRE 2017

network

DOSSIER

Island Living

INITIATIVES

*Heritage Le Telfair Golf & Wellness
Resort : une offre bien-être
élargie*

89





Authorised
Service
Contractor

Mauritius: A shared ambition

Velogic is UPS's Authorised Service Contractor in Mauritius. This unique collaboration combines 109 years of UPS expertise with Velogic's strong local knowledge. Offering services to more than 220 countries across the globe, we are here to help you meet your local, regional and global ambitions.

Velogic's endeavor is to provide an integrated platform to meet all logistic needs of its customers and aims to broaden its extensive range of services including freight forwarding, customs clearing, domestic transport, warehousing, container services, shipping services, air cargo GSA, exhibitions, sugar packaging and stevedoring.



a *Rogers* enterprise



ÉDITORIAL

Karine Curé

Un engagement fort

L'année financière 2016-2017 qui vient de s'achever a été riche à bien des égards... Nous pouvons certes parler de chiffres ou d'événements, tels que ceux que vous découvrirez au fil des pages de ce numéro de *Network*, mais j'aimerais surtout m'attarder sur les outils de communication du groupe, notamment, la version numérique de notre newsletter interne. Elle a été lancée il y a quelques mois avec pour objectif de réduire la distance entre nos différentes entités à travers tout le pays. Cette idée de rapprochement est bien sûr une métaphore des liens étroits que nous voulons tisser entre l'entreprise et les employés. Nous comptons sur vos suggestions pour améliorer cet outil digital et en faire à la fois un outil de travail et un instrument de partage.

Nos films CSR (*Corporate Social Responsibility*) sont un autre vecteur de communication qui nous tient à cœur. Les amateurs de cinéma qui fréquentent les salles de cinéma Star, ou encore ceux qui suivent nos réseaux sociaux, auront sans doute noté la diffusion de plusieurs clips consacrés à nos valeurs d'entraide et de solidarité. Les clips sur les Bis Lamer, les Eco-schools, le nettoyage des plages viennent ainsi jeter un nouvel éclairage sur notre stratégie environnementale et sur la force de notre engagement auprès de la communauté.

Durant le mois de septembre, nous avons aussi lancé une campagne intitulée « We've got the Swing » pour la promotion de notre participation à l'« AfrAsia Bank Mauritius Open » (ABMO). Elle inclut le programme « We Swing for our Coast ». Celle-ci permet de faire défiler un compteur de swings dans nos filiales. Elle contribuera, de manière ludique, à attirer l'attention sur notre action concertée en faveur de la préservation des côtes et de la réhabilitation des plages, dans le sud, à Bel Ombre. Cet événement nous mènera à l'ABMO qui a lieu du 30 novembre au 3 décembre 2017 et que nous sponsorisons. Nous avons ainsi à cœur de démontrer que nous avons, avec le golf, des valeurs en commun : le fair-play, l'intégrité, la discipline, le respect de l'adversaire, mais aussi celui de l'environnement.

LE COMITÉ DE RÉDACTION : Karine Curé • Christine Decosta • 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
- 13** Energy Drives People
- 15** Développement durable
- 18** Dossier
- 20** Initiatives
Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort :
une offre bien-être élargie



- 24** International
Rogers Capital s'implante en Afrique et envisage d'autres expansions
- 26** Tikoulou @ Domaine de Bel Ombre



« Il s'agissait de nous adapter au marché pour présenter une offre homogène et cohérente à nos interlocuteurs du monde des affaires. »

PHILIPPE ESPITALIER-NOËL, CEO DE ROGERS

LE MOT DU CEO

UNE QUESTION D'AGILITÉ

Fidèle à ses valeurs, Rogers a entrepris plusieurs projets au cours de l'année 2016-2017 pour continuer son expansion. De l'industrie des loisirs aux services FinTech, notre groupe a su investir intelligemment pour aborder la nouvelle année financière avec sérénité.

De toutes nos valeurs, il en est une qui nous aura permis, ces derniers mois, de maintenir le cap et de continuer d'avancer en gardant toujours en ligne de mire nos ambitions et notre mission. Il s'agit de l'agilité, cette capacité d'observation, d'anticipation et d'adaptation, afin de rester en phase avec les conditions qui prévalent dans notre environnement. Nous saisissons les opportunités et ajustons le tir quand il le faut, tout en restant concentrés sur la stratégie et les objectifs de nos différents cœurs de métier. C'est dans cette optique que nous avons mené nos actions.

Nous avons ainsi entrepris plusieurs initiatives afin de renforcer notre participation dans le « Hospitality Served Market ». Malgré quelques traverses et quelques écueils depuis 2008, notre foi en cette industrie dont nous avons contribué à jeter les bases est encore intacte. Plus que jamais, nous estimons qu'elle a de l'avenir. Alors que d'autres ont abandonné certains métiers de l'hôtellerie, nous avons lutté afin de maintenir notre présence dans tous les maillons de la chaîne et consolider nos investissements dans ce secteur au sens large. N'est-ce pas grâce à notre agilité, justement, que nous avons réussi à surmonter les mutations du secteur ?

Ainsi, en 2016-2017 nous avons racheté 2 % de Veranda, et VLH a racheté Le Tamarin Hotel, rebaptisé Veranda Tamarin, avec un important programme de rénovation. À ceci viennent s'ajouter, pour VLH, les travaux de rénovation d'Heritage Le Telfair, d'Heritage Awali et de Veranda Paul et Virginie ou de réhabilitation des plages Bel Ombre.

Nous avons aussi, en 2017, augmenté notre actionnariat au sein de New Mauritius Hotels. Ce faisant, avec ENL Land, nous avons pris le contrôle effectif de la compagnie et, comme le requiert la législation, nous avons fait une « mandatory offer » aux autres actionnaires, leur donnant ainsi la possibilité de se retirer s'ils le souhaitent.

L'acquisition de ces actions, au même titre que la transaction de février 2016, va dans le droit fil de notre stratégie de consolidation de notre pôle hôtelier. En effet, chez Rogers, nous n'oublions jamais que nous sommes un investisseur historique de New Mauritius Hotels. Nous étions présents, en 1952, au moment de la création du Park Hotel, premier établissement du groupe alors nommé Mauritius Hotels, à Curepipe. Il y a 65 ans, nous croyions à la possibilité d'une industrie de l'hôtellerie et du tourisme florissante et nous avons raison d'y croire.

C'est poussé par une foi semblable que nous avons, ces derniers mois, multiplié nos efforts dans le cadre d'un vaste programme de valorisation de la région de Bel Ombre. Celle-ci est un joyau que nous voulons continuer de préserver à travers diverses initiatives

sociales ou environnementales. Bel Ombre et sa périphérie sont au cœur de nos programmes de protection de la côte, de gestion du lagon, de réhabilitation des plages, de mise en valeur du patrimoine naturel – notamment les différents écosystèmes qui constituent la région. Notre vision de l'épanouissement de cette communauté est calquée sur un modèle inclusif de développement, respectueux de l'environnement social autant que des écosystèmes. C'est aussi à Bel Ombre que nous avons choisi de redéfinir et d'améliorer l'expérience client en nous appuyant sur toute cette dynamique, notamment sur la rénovation de l'hôtel Heritage Le Telfair et du Château de Bel Ombre.

Récemment, nous avons aussi apporté des changements structurels au cœur même de notre « Hospitality Served Market ». Après avoir fait l'acquisition d'ENL Lifestyle et, partant, de toutes les enseignes qui y étaient associées – Voilà Bagatelle, Ocean Basket, Savinia Bistrot et Moka'z – Rogers a opté pour un changement d'identité de la compagnie. Devenue Island Living depuis le 1^{er} août, elle inclut aussi le Chamarel Restaurant, la Terre de 7 couleurs ainsi que la Réserve Naturelle de Frédéric.

Pour nous, au-delà du changement d'appellation et d'identité visuelle, il s'agissait de nous adapter au marché pour présenter une offre homogène et cohérente à nos interlocuteurs du monde des affaires. Car s'il faut se démarquer dans le secteur du B to C celui du B to B requiert aussi des efforts semblables, d'autant plus que nous voulons jouer un rôle de premier plan sur des marchés internationaux qui sont, mondialisés, de plus en plus concurrentiels.

C'est fort de tous ces changements, que nous abordons la nouvelle année financière. 2016-2017 s'est terminée sur une note positive – c'est là, à bien des égards, la résultante des efforts consentis durant plusieurs années.

Nous avons également injecté des capitaux dans les autres « Served Markets ». Ces engagements financiers mûrement planifiés devraient vite porter leurs fruits, nous en sommes convaincus.

L'année ainsi été marquée par des investissements importants dans notre « FinTech Served Market », aussi bien en termes de ressources humaines que de coûts initiaux pour la mise en œuvre de nouveaux services. Du côté de l'immobilier, la rénovation de Phoenix Mall a été l'un des grands chantiers de ces derniers mois avec une réouverture bien réussie. Nos investissements réalisés au Kenya commencent maintenant à engranger des résultats. Tous les espoirs sont donc permis. Nous sommes fin prêts à prendre avantage de la reprise économique qui, déjà, se met en place.



Le convoi exceptionnel orchestré par Velogic.

CONVOI UNIQUE POUR VELOGIC

C'est un convoi exceptionnel que Velogic a effectué au début du mois de février. Des équipements techniques ont été livrés dans l'île dans le cadre de l'installation de la centrale thermique du CEB à Saint Louis. Le client, Burmeister & Wain Scandinavian Contractors (BWSC), a fait appel à cette filiale de Rogers pour le transport à terre.

Ce sont les moteurs les plus gros et les plus lourds jamais transportés à Maurice, mesurant 8,1 m de haut – l'équivalent d'un bâtiment de trois étages.

D'importants travaux routiers, approuvés préalablement par les autorités, ont dû être effectués pour le passage de ces moteurs et générateurs.

Neuf ponts et ponceaux ont dû être sécurisés tout au long de la route. Une partie de la séparation entre l'autoroute près des conserveries alimentaires a été démolie. La passerelle à la rue Brabant près des locaux de Honda a été enlevée. Un drain a dû être recouvert de 37 feuilles en acier. Enfin, tous les câbles du CEB et de Mauritius Telecom ont été enlevés le long de la route. Le convoi a été effectué tard dans la nuit pour ne pas perturber la circulation.

Marcel Lagesse (*Regional Manager* de Rogers Shipping et Responsable du département Project Cargo de Velogic), en charge de la logistique pour ce convoi exceptionnel, a beaucoup d'expérience dans ce type de gestion logistique.

« Ma relation avec BWSC date de 1994 lorsque la compagnie est arrivée à Maurice. J'ai travaillé avec elle comme chef de projet dans le passé pour le prolongement de la centrale thermique de Fort George, explique Marcel Lagesse. Toute l'extension de la centrale du CEB depuis 1994 a été conduite par moi en tant que chef de projet pour le transport routier aussi bien à Maurice qu'à Rodrigues. »

LE CONVOI ÉTAIT CONSTITUÉ DE :

8 sections
de cheminée pesant
chacune 30 tonnes

4 générateurs
de 66,73 tonnes
chacun

4 transformateurs
pesant 37 tonnes
chacun

4 moteurs
de 285 tonnes
chacun

Rogers partenaire du CFA Research Challenge



Comme chaque année, le CFA Research Challenge a permis à des étudiants de bénéficier d'un encadrement et d'une formation intensive en matière d'analyse financière. Les équipes participantes devaient écrire un rapport de recommandations pour une entreprise désignée avant de le présenter devant un jury de professionnels des secteurs d'activité concernés.

Si la première édition de 2002 à New York impliquait seulement cinq équipes, la compétition se déroule désormais dans 75 pays et compte la participation de 900 universités.

Le 16 mars 2017, la CFA Society Mauritius a vu la participation de quatre équipes qui ont choisi d'analyser quatre secteurs d'activité de Rogers Co. Ltd

Le classement des équipes gagnantes est le suivant :

1^{er} : Université de Maurice

2^e : Charles Telfair Institute

3^e : Université de Technologie

PwC Corporate Reporting Awards : Ascencia remporte le « Best Report Award »



Belinda Wong-Vacher, Head of Projects & Corporate Advisory, chez Ascencia, a reçu son trophée des mains du ministre Sesungkur.

La cérémonie des PwC Corporate Reporting Awards (CRA) s'est déroulée le 8 mars dernier au Hennessy Park Hotel devant une assistance composée d'une centaine de chefs d'entreprise.

Ascencia a remporté le « Best Report Award » dans la catégorie des « Listed Companies » parmi 64 autres challengers. C'est Belinda Wong-Vacher, *Head of Projects & Corporate Advisory* chez Ascencia Ltd, qui a eu le privilège de récupérer le trophée des mains de l'Honorable Dharmendar Sesungkur, ministre des Services financiers et de la bonne gouvernance.

Les *Corporate Reporting Awards* ont été conçus en 1998 dans l'optique de récompenser les efforts déployés par les entreprises afin d'améliorer la présentation et le contenu de leurs rapports annuels. L'objectif est de les encourager à aller au-delà des exigences minimales requises en matière de reporting.

Aujourd'hui, l'événement occupe une place importante dans le monde des affaires. Depuis 2014, les rapports annuels sont examinés en s'appuyant sur les critères de l'*International Integrated Reporting Framework*, approuvé le 5 décembre 2013 par l'International Integrated Reporting Council (IIRC).

Ascencia partenaire du concert de Patrick Bruel



Seize ans après sa prestation mémorable à la Citadelle, Patrick Bruel était de retour à l'île Maurice pour un concert unique à guichets fermés. Entouré de ses musiciens, il a interprété ses plus grands tubes au Swami Vivekananda International Convention Centre de Pailles le dimanche 2 avril. Face à la presse la veille de ses retrouvailles avec le public mauricien, le chanteur français a rappelé qu'il était souvent venu passer ses vacances à l'île Maurice depuis 2001, mais qu'il avait pris le temps de revenir pour un spectacle. « *C'est un moment important qu'il faut prévoir. J'attends les bonnes occasions pour me produire en concert. Et c'est très touchant de savoir que, 16 ans plus tard, le public est toujours au rendez-vous avec une salle comble.* »

Ce concert a reçu le soutien de nombreux partenaires dont Ascencia. À cette occasion, la filiale du groupe Rogers a rappelé qu'elle travaille au cœur de la culture à Maurice, étant à la tête des malls, notamment Bagatelle Mall of Mauritius, Phoenix Mall, Riche Terre Mall, les centres commerciaux Kendra et les Allées d'Helvetia. « *Notre entreprise a comme vision de contribuer aux loisirs des Mauriciens, en apportant son soutien tout en augmentant sa visibilité dans toute activité culturelle et sociale,* a indiqué Frédéric Tyack, CEO d'Ascencia. *Le concert de Patrick Bruel à Maurice est une opportunité qui fait partie de ces grands événements qui rassemblent, et qui divertissent les Mauriciens.* »

Nouveaux locaux de Yacht Management à La Balise Marina



Créé en 2003 par Bertrand Hardy et acquis par Rogers Aviation en 2014, Yacht Management offre un éventail de services liés à la navigation de plaisance, allant de la location à la vente de bateaux, en passant par un service après-vente fiable et complet. Initialement installé à la National Park Road de Rivière Noire, le spécialiste de la gestion et de la vente de bateaux de plaisance à Maurice occupe de nouveaux locaux à La Balise Marina, à Rivière Noire, depuis plusieurs mois.

Profitant désormais d'une situation stratégique, Yacht Management continue de proposer une large gamme de modèles – voile et moteur, catamaran et monocoque – dont les prestigieuses marques Bénéteau et Fontaine Pajot. Dans ce nouveau cadre plus moderne et spacieux, l'expérience client est optimisée. Accueillis dans un lounge, les futurs acquéreurs pourront visionner des films présentant les bateaux disponibles à la vente avant de rencontrer l'équipe commerciale. Ouvert du lundi au vendredi entre 8 h et 17 h, et le samedi de 8 h à midi, Yacht Management permet aussi d'essayer les embarcations avant l'achat.



ITB : VLH fait découvrir Berlin à bord du Gourmet Bus

La direction commerciale de VLH s'est rendue comme tous les ans au salon du tourisme ITB à Berlin, afin de rencontrer ses collaborateurs internationaux. Cette édition de l'ITB a été l'occasion pour le groupe hôtelier de Rogers Group de dévoiler à ses partenaires et tour-opérateurs la nouvelle campagne de communication qui accompagnera l'hôtel Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort à l'occasion de sa réouverture.

Souhaitant proposer une expérience innovante à ses partenaires, VLH en a sélectionnés quelques-uns pour les inviter à sillonner le centre de Berlin à bord du « Gourmet Bus ». Pendant ce tour d'une heure, les participants ont eu l'occasion de déguster des spécialités mauriciennes inspirées de la cuisine inventive des restaurants de Heritage Le Telfair.

Coup de fraîcheur pour Heritage Le Telfair

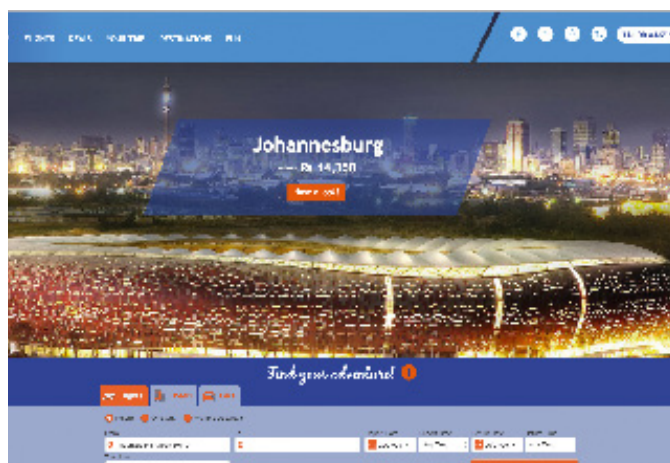
Heritage Le Telfair a récemment entamé un projet de rénovation. L'hôtel du groupe VLH a fermé ses portes le 15 mai et a rouvert le 1^{er} septembre 2017. L'objectif de ce projet était de rehausser les prestations et les services de l'hôtel, non seulement à travers la rénovation structurelle de l'hôtel et le renouvellement des chambres et des services proposés, mais aussi par des formations du personnel.

Les employés de Heritage Le Telfair qui sont en première ligne avec les clients ont été formés avec le programme « Luxury & Elegance Service and Attitude ». Cette formation les a aidés à se perfectionner dans la manière de se présenter, le savoir-être et savoir-vivre, l'éloquence et l'accueil. Le projet de rénovation prévoyait également la mise en œuvre de 80 nouvelles expériences client et la formation de 72 chefs de département qui ont été amenés à développer de nouvelles compétences à travers des formations spécifiques comme la cuisine thaïe, la sommellerie ou encore les services de majordome. Enfin, 36 chefs de département ont coaché leurs employés sur le *Culture Change Programme*, afin d'inculquer une nouvelle culture d'entreprise.



La rénovation structurelle de l'hôtel comprenait celle des espaces communs, des chambres et des suites afin de mettre davantage l'accent sur le charme et le caractère unique de l'architecture de Heritage Le Telfair. Les chambres ont été repensées et les services renouvelés afin de transmettre un vrai sentiment de luxe et d'exclusivité.

BlueSky dévoile son nouveau site web



C'est un tout nouveau site web qu'a dévoilé BlueSky en mai dernier. Avec un look plus frais et un design épuré qui correspondent aux tendances esthétiques contemporaines, la mise en page de bluesky.mu répond aux attentes des internautes pour une navigation simplifiée. De plus, grâce au *responsive design*, le site s'adapte aux écrans des ordinateurs, smartphones et tablettes.

Le contenu est volontairement concis, dans un style d'écriture moderne pour retenir l'attention des internautes. Des articles seront régulièrement postés sur le blog pour inciter au voyage tout en promouvant les destinations proposées par BlueSky. Avec ces nouveaux atouts de bluesky.mu, l'expérience client est maximisée.

Sur ce nouveau site, les réservations peuvent désormais se faire en ligne. Plus qu'un outil de vente, bluesky.mu est optimisé pour positionner la marque BlueSky sur le web.

BlueSky récompensé aux SAA Awards

C'est une tradition à laquelle South African Airways ne déroge pas : récompenser régulièrement ses agences de voyages partenaires pour leur engagement et leur travail. Cette année, poursuivant une série d'innovations entamée plus tôt, la compagnie d'aviation sud-africaine a aussi apporté une touche d'originalité à l'organisation de sa soirée de remise de prix. Elle a choisi Casela Nature Park comme cadre pour une soirée dans une ambiance résolument africaine, le 17 février 2017.

Elle était d'autant plus spéciale pour le groupe Rogers que c'est l'agence BlueSky qui a remporté le premier prix. Atom Travel et Arcadia Travel complètent le podium de la soirée. « *Nous visons toujours la première marche du podium et sommes fiers que nos efforts soient récompensés par ce prix, et cela, malgré la compétition sur la route de l'Afrique du Sud*, indique Patrick de Ravel, Customer Relationship Manager chez BlueSky. *Ce trophée marque et renforce la relation que nous entretenons avec notre partenaire, South African Airways, qui répond toujours présent aux demandes de notre clientèle Corporate et Loisirs pour ses déplacements.* »

Les agences Silverwings Travel et Pine Travel ont également été primées pour leurs bonnes performances, cette année. Les autres agences présentes n'étaient pas en reste. South African Airways a tenu à remettre un cadeau – un *phone case* avec une photo instantanée – à tous les invités pour faire de cet événement une soirée inoubliable. Avec une grande variété de plats locaux, indiens, chinois et une séance de dégustation de vins sud-africains animée par Peter Searra, cette remise des prix aura été mémorable.



AfrAsia Bank Mauritius Open : une troisième édition prometteuse

L'édition 2017 du prestigieux tournoi de golf AfrAsia Bank Mauritius Open, a été officiellement lancée à Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort au Domaine de Bel Ombre, le 16 mars. Pendant le lancement, les organisateurs ont annoncé que le tournoi – tri-sanctionné par l'European Tour, l'Asian Tour et le Sunshine Tour – accueillera un plus grand groupe de professionnels, soit 156 joueurs.

Réunissant des joueurs venant de plus de 30 pays, le tournoi occupe désormais une nouvelle place sur le calendrier de l'European Tour, du 30 novembre au 3 décembre. Cette année, le groupe de joueurs sera composé de 48 professionnels de chaque Tour et de 12 invités qui s'affronteront lors d'un championnat de 72 trous en *stroke play*. Les résultats de ce tournoi compteront pour l'*Order of Merits*, ainsi que pour la *Race to Dubai* et l'*Official World Rankings*.

Le Heritage Golf Club accueillera l'AfrAsia Bank Mauritius Open pour la deuxième fois en trois ans, confirmant ainsi son statut de première destination de golf dans l'océan Indien.

« Ce tournoi offre une occasion unique de montrer au monde ce que Maurice a à offrir en matière d'affaires et de sport, tout en rappelant la beauté et l'art de l'hospitalité que Maurice recèle, a déclaré Philippe Espitalier-Noël, *Chief Executive Officer* de Rogers. En plus d'être diversifiés et aux standards internationaux, les parcours de golf de Maurice offrent la qualité de jeu que le golf moderne exige, ainsi que tous les services nécessaires à une expérience mémorable. Le pays compte actuellement neuf parcours de 18 trous et deux autres doivent être achevés fin 2017 et 2019, dont un deuxième au Domaine de Bel Ombre. »



En effet, l'île Maurice est reconnue comme la meilleure destination golfique en Afrique, dans les pays du Golfe et dans la région de l'océan Indien, par l'International Association of Golf Tour Operators (IAGTO). Cette organisation estime que, depuis ces dix dernières années, l'île Maurice est la vedette dans cette partie du monde, créant et développant un intérêt durable en tant que destination de golf.

C'est le Sud-Africain George Coetzee qui avait remporté la première édition de l'AfrAsia Bank Mauritius Open, jouée à l'Heritage Golf Club en 2015, alors que le Sud-Coréen Wang Jeunghun avait, lui, gagné le titre en 2016 lors du tournoi à Anahita.

Le tournoi accueillera des stars du golf, dont les Sud-Africains Louis Oosthuizen, Dylan Frittelli et Brandon Stone, ainsi que le Français Romain Langasque.



Jaco Van Zyl devient l'ambassadeur d'Heritage Golf Club

Il fait partie des 100 meilleurs golfeurs au monde. Jaco Van Zyl est, depuis peu, l'ambassadeur d'Heritage Golf Club. Le Sud-Africain, qui fera sa troisième apparition à l'AfrAsia Bank Mauritius Open (ABMO) en novembre prochain, a fait inscrire le hashtag #HeritageResorts sur sa casquette, son polo et son sac de golf.

Heritage Golf Club encourage ses golfeurs à suivre son nouvel ambassadeur sur les réseaux sociaux et sur les différentes chaînes sportives lorsqu'il participe aux événements golfs autour du globe.

À l'approche de l'ABMO 2017, Jaco accueillera des « golf clinics » et jouera quelques rounds avec les golfeurs d'Heritage Golf Club.

Les détails sur les « golf clinics » et les possibilités d'avoir la chance de jouer avec Jaco seront communiqués dans les mois à venir.

ROGERS AVIATION

NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE POUR DE NOUVELLES VALEURS



Dans le cadre de son plan stratégique des ressources humaines, Rogers Aviation a entamé un programme de développement sur la culture de son secteur. Cette initiative met en évidence les comportements et les attitudes que l'entreprise voudrait inculquer à ses collaborateurs dans le but d'obtenir des résultats concrets. Elle procède en impliquant tous les collaborateurs de l'organisation dans le développement de la fibre culturelle de l'entreprise.

Ce projet vise également à établir les nouveaux objectifs de la compagnie à travers l'identification de ses points forts et ses points faibles afin de déterminer quelques pistes d'amélioration. Cette première phase de travail a, par exemple, dévoilé les forces de Rogers Aviation : son excellence à assurer une bonne distribution avec comme moteur l'innovation, et l'agilité de s'adapter pour une amélioration collective.

Ces résultats ont débouché sur une révision de l'objectif principal et le rafraîchissement des valeurs. Celles-ci sont « Excellence, Trendsetter, Agility ». Pour concrétiser ce renouvellement, Rogers Aviation formera ses *culture captains* qui seront chargés de diffuser la culture de l'entreprise auprès de leurs collègues.

De nouveaux managers en poste



Rogers Aviation continue sa mutation avec l'arrivée de six nouveaux managers en début d'année.

Ainsi, l'entreprise a accueilli Gina Ramphal (*Head of Sales - Leisure*), Gerald Ami (*E-Commerce and Digital Marketing Manager*), Ashveen Ramsahok (*Sales Manager - Air Seychelles*) et Sharon Bonne (*Accounts Manager*) pour ses activités à Maurice. Amandine Ajir (*Responsable administratif et comptable*) a rejoint l'antenne réunionnaise et Frédéric Hoche est le nouveau Directeur de centre – Ground Handling à ACS Madagascar.

« Afin de faire face aux nouveaux défis de notre secteur d'activité, Rogers Aviation se doit de dénicher les meilleurs talents. Nous ressentons déjà l'impact positif de nos nouvelles recrues. Ceci nous encourage dans notre démarche », explique Frédéric Curé, *Chief Human Resources Officer* de Rogers Aviation.

Des employés du groupe Rogers rendent hommage à Janice Farman

Une femme au grand cœur et à la bonne humeur communicative, toujours prête à aider les autres. Une femme au sourire solaire. Heureuse. C'est le souvenir que garderont tous ceux qui, au sein du groupe Rogers, ont côtoyé Janice Farman. Tous, au lendemain de l'annonce de son décès dans des circonstances tragiques à son domicile, à Albion, jeudi 6 juillet, se refusent à parler de leur ancienne collègue au passé.

« *Janice was one of the best persons I ever had the chance to meet. She was nice to everybody, knew every employee by name and truly cared for the people around her* », se souvient Christelle Pinagapany, Reporting Analyst à AXA. « *She is and always will be the most remarkable and wonderful person I have ever met* », dit Roman Seewoosungkur, Reporting Analyst chez AXA Customer Services Ltd/ Assistance Océan Indien Ltd. « *She genuinely cares about people* », commente pour sa part Hanjali Permalloo, General Manager de l'entité, qui comptait Janice parmi ses amis. Kabir Ruhee, Chief Executive Officer du pôle FinTech, lui rend également hommage : « *Janice was always full of life. Her persistent smile and joie de vivre were contagious. We will remember her as a hearty and cheerful woman with a big heart* ».

Originaire de Clydebank, en Écosse, Janice Farman, 47 ans, avait rejoint le groupe Rogers en septembre 2004, prenant de l'emploi chez Rogers Outsourcing Solutions, notamment. Elle s'était ensuite retrouvée au sein du groupe Cim en 2009, au moment de la scission des entités, avant de donner une nouvelle orientation à sa carrière, en août 2012, alors qu'elle était Client Relationship Manager.

Janice avait pris la direction de PECS (Mauritius) Ltd, filiale du groupe PECS Data Services, ayant ses locaux à Quatre Bornes. Maman d'un petit garçon autiste âgé de 10 ans, elle avait fait le choix de lui consacrer davantage de son temps. Pour lui, comme pour tous ceux qui ont connu Janice, le vide sera difficile à combler.

Le groupe Rogers présente ses sincères condoléances à tous ceux que son décès afflige.



Veranda Resorts a son magazine

Veranda Resorts a dévoilé le premier numéro de son magazine *Deep Into Mauritius* en février dernier.

Distribué dans les chambres des hôtels du groupe, le magazine permet aux clients de prolonger leur expérience de notre belle île.

Faisant découvrir des recettes locales, des idées d'excursions, des bons plans shopping, et mettant à l'honneur des détails de la culture et de l'histoire mauricienne, le magazine de 88 pages est un précieux guide pour les vacanciers.

Des habitantes de la région de Bel Ombre formées au métier de Villa Attendant

Comment offrir un service à forte valeur ajoutée à la clientèle des villas de la région de Bel Ombre ? Comment augmenter ses chances de trouver un emploi auprès des *villa owners* ou des hôteliers de la région ? C'est à ces questions que répondait une formation au métier de *Villa Attendant* organisée dans le cadre du plan social des Villas Valriche, en collaboration avec Heritage Resorts and Spa et Outrigger Mauritius Beach Resort. Destinée à des habitantes de la région âgées entre 18 et 55 ans, cette session de douze semaines s'est déroulée du 1^{er} mars à la fin de mai.

Les cours théoriques et pratiques étaient assurés par Lyselle Radegonde, MQA-*Hotel Management Trainer*. Parmi les différents sujets abordés figuraient un survol du secteur de l'hospitalité à Maurice, ainsi que l'hygiène, la présentation personnelle et le développement des compétences interpersonnelles. Les apprenantes se sont aussi familiarisées avec la villa et son environnement, avant de recevoir leurs certificats le mardi 30 mai.

« Malgré les efforts déployés dans l'organisation de la formation, il a été difficile de garder toutes les apprenantes jusqu'à la fin, indique Audrey d'Hotman de Villiers-Desjardins, CSR & Sustainability Manager de Rogers. Cependant, celles qui ont suivi tous les modules ont acquis des compétences indispensables pour trouver un travail correctement rémunéré dans le domaine de l'hospitalité. » Cette formation devrait multiplier leurs chances de trouver un emploi non loin de chez elles.



Super Productivity 2.0 : former les leaders de Rogers

La Rogers Academy a organisé l'atelier *Super Productivity 2.0*, animé par le *Business Mentor* Neeraj Shah à la Maison de l'Étoile, à Eureka les 27 et 28 février. L'atelier proposait les clés pour apprendre à optimiser sa productivité au travail, à l'aide de quatre modules :

- Apprendre à booster son énergie physique, mentale et spirituelle
- L'élimination pour arriver à mieux déléguer et gérer son travail
- La concentration pour atteindre ses objectifs et amener son équipe au sommet
- L'action pour mettre en pratique les outils de Super Productivité

Seize membres du management des différentes filiales de Rogers Group ont participé à cet événement. Il s'agissait de la première *Master Class* du programme Lead (un programme de développement du leadership pour les managers du groupe). Quatre autres *Master classes* sont prévues en 2017.



ROGERS AU CŒUR DE L'INITIATIVE FOR GENDER DIVERSITY IN LEADERSHIP

Alors que nous célébrons il y a quelques mois la journée internationale de la Femme, force est de constater que l'accèsion de la gent féminine à des postes de responsabilité au sein d'entreprises reste toujours un sujet difficile à cerner à Maurice.

L'Initiative for Gender Diversity in Leadership, une conférence organisée par le Mauritius Institute of Directors (MiOD) le 28 février dernier, s'inscrivait dans le cadre d'une initiative plus large visant à examiner les raisons du manque de diversité de genre aux postes de direction dans les entreprises mauriciennes.

Avec l'ambition de devenir un pays à revenu élevé, Maurice bénéficierait grandement de facteurs tels que l'innovation, qui générerait une croissance économique soutenue. Il est indéniable que la diversité de genre dans le leadership reste un aspect important de l'innovation.

En effet, des recherches menées à travers le monde démontrent qu'en donnant aux hommes et aux femmes des chances égales d'atteindre des positions de leadership, les entreprises bénéficient d'une perspective plus large, sont mieux armés pour comprendre leurs clients et les parties prenantes, et de bénéficier de nouvelles perspectives, d'idées novatrices et d'une expérience plus vaste.

Aruna Radhakeesoon, *Chief Legal Executive & Executive Director* chez Rogers, faisait partie d'un des quatre panels d'invités conviés à partager, discuter, débattre et réfléchir sur l'importance de la présence des femmes aux conseils d'administration. Les discussions ont également réuni, sur quatre panels, la présidente de la République, des ambassadrices et hauts-commissaires, ainsi que des représentants des secteurs public et privé. Tous ont mis en avant des causes possibles du manque de diversité de genre et des options pour des solutions durables.



ROGERS FOUNDATION FÉDÈRE

LES ÉNERGIES POUR AIDER LES SINISTRÉS D'ENAWO

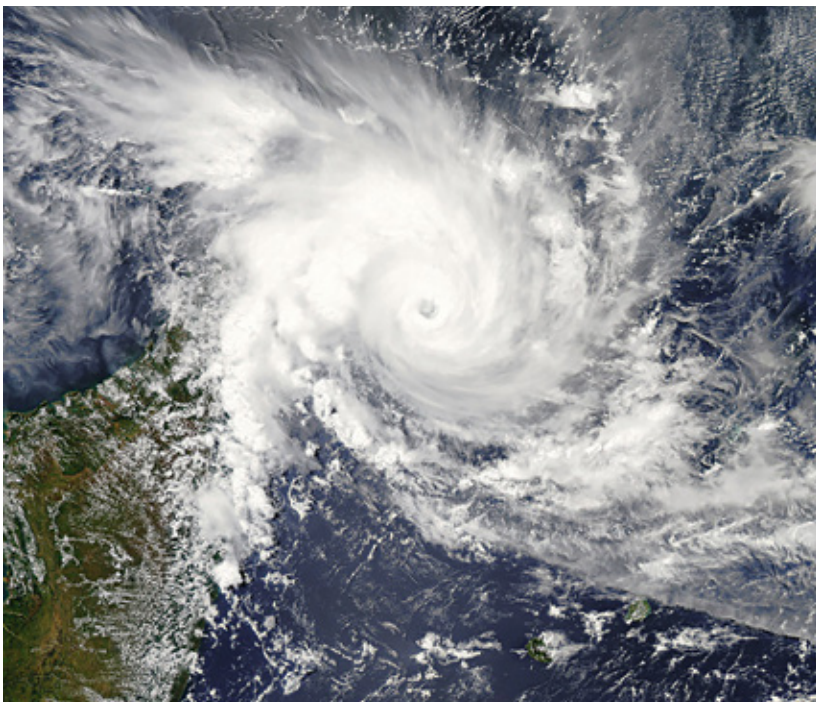
Fondateur de l'Association Humanitaire Akamasoa, le père Pedro avait sollicité mécènes et donateurs, de même que la communauté internationale pour venir en aide aux sinistrés malgaches du cyclone Enawo. À la suite de cet appel émouvant, la Rogers Foundation avait lancé une campagne en vue de collecter le maximum de dons le plus rapidement possible, le 18 mars dernier.



Aujourd'hui, à l'heure du bilan, Audrey d'Hotman de Villiers, *CSR & Sustainability Manager* de Rogers ne cache pas sa satisfaction : « La Fondation a choisi de servir de conduit financier à tous ceux qui voulaient suivre cette voie. Nous avons réalisé une levée de fonds d'exactly Rs 345 425,89 avec l'aide des Mauriciens. Cette somme aidera à répondre à deux urgences : donner à manger et reconstruire les habitations. Merci à tous pour nos amis malgaches ! »

Outre l'action de la Rogers Foundation, Velogic s'est aussi engagée pour la cause. Suite à la demande de l'ONG Flame of Phoenix, l'entreprise a réagi immédiatement en offrant l'assistance logistique nécessaire pour récupérer les dons des Mauriciens en plaçant des conteneurs dans cinq municipalités et en assurant l'acheminement de ces conteneurs vers Madagascar, avec l'aide de la MSC.

Devant l'urgence à atteindre les zones sinistrées, Rogers Aviation Madagascar a fait un don de 2,5 millions d'ariary sous forme de carburant Jet A1 au Comité d'Urgence de l'Industrie Aéronautique. Ce don a été fait sous forme d'un *voucher* auprès de Total Aviation. Le personnel de Rogers Aviation a également fait don de vivres de l'ordre de 400 000 ariary en guise de solidarité.



Rogers et Reef Conservation soutiennent le programme Eco-School

Fondé en 1992, Eco-School est le plus large programme scolaire soutenant l'environnement et le développement durable. On dénombre plus de 50 000 écoles de 60 différents pays, enregistrées au programme et suivant les modules sur des thématiques environnementales comme le réchauffement climatique, l'énergie, l'eau, la biodiversité et l'océan. Opérant grâce à la Foundation for Environmental Education (FEE), Eco-School intègre une approche institutionnelle sur l'éducation pour le développement durable à travers des ateliers d'apprentissage ludiques. Ainsi, 1,7 million d'étudiants du monde se familiarisent avec les principes du développement durable dans leurs

écoles respectives.

À l'île Maurice, Rogers et Reef Conservation soutiennent le projet Eco-School qui rassemble 73 écoles. Grâce à ce programme international, nos petits écoliers sont initiés à différentes activités liées à l'environnement : jardinage, compostage et tri de déchets. Pascale Napaul, enseignante dans une de ces 73 écoles, indique que les élèves ramènent ces enseignements chez eux. « Ça se répand dans leur familles et quartiers respectifs, dit-elle. En espérant que cette culture de protection de l'environnement s'étende à tout le pays. »

Visionnez le clip sur le programme Eco-School sur YouTube ou sur la page Facebook de Rogers.



LA POCHETTE ÉTANCHE DES DO'S ET DON'TS.

Avec l'aide de la Rogers Foundation et du *Climate Change Adaptation Fund Project*, l'ONG Reef Conservation, a développé le concept d'une pochette étanche qui a pour but de sensibiliser et d'éduquer les pêcheurs et les opérateurs de bateaux privés sur les bons gestes à adopter lorsqu'ils sont en mer. Pour cela, douze icônes Do's et Don'ts sont imprimés sur la pochette étanche, ainsi qu'un bref rappel sur les lois maritimes en vigueur à Maurice.

La pochette a une double utilité. Il y a d'abord un aspect pratique car elle permet aux utilisateurs de transporter facilement leurs permis, téléphone et autres objets en les protégeant de l'eau. D'autre part, elle fait passer un message en faveur de la protection et de la préservation de notre lagon.

Très bientôt, 3 000 pochettes seront distribuées aux pêcheurs et aux opérateurs de bateaux privés à travers l'île.



L'ayurvédique pour une île plus saine et propre

Peu de Mauriciens connaissent les valeurs de la médecine ayurvédique. Encore moins savent que l'île possède des plantes nécessaires – parfois confondues avec de la mauvaise herbe – à la production de ces remèdes traditionnels. Avec le projet *Massive Ayurvedic plant Awareness for a greener environment in Mauritius*, l'ONG Meda Ayur Yoga Peetha sensibilise la population aux bienfaits de cette médecine ancestrale venue de la Grande péninsule.

Ce projet qui cherche à toucher un maximum de villageois lors de roadshows est soutenu par la Rogers Foundation. Outre les campagnes médiatiques via la presse écrite et la radio, du matériel est fourni aux membres du public pour les inciter à cultiver des plantes ayurvédiques. Des conférences de sensibilisation ont déjà été menées à Goodlands et Chemin Grenier, et la campagne se poursuivra dans d'autres villages. Ces interventions visent également à démocratiser le yoga à Maurice.

Piloté par le Dr Guddoye, le projet *Massive Ayurvedic plant Awareness for a greener environment in Mauritius* a un objectif d'autonomisation à fort potentiel grâce aux formations de leaders dans les villages, qui iront eux-mêmes former d'autres villageois par la suite.

Visionnez le clip sur YouTube ou sur la page Facebook de Rogers.



Veranda Palmar Beach Hotel sensibilise ses employés au recyclage des déchets



Au cours de la semaine de l'Earth Day (22 avril), Veranda Palmar Beach Hotel a organisé une séance de sensibilisation sur le recyclage des déchets auprès de ses employés. Des représentants des différents départements étaient présents.

Martine Lassémillante, directrice de l'ONG Belle Verte, et Zoë Rozar, de l'Institut Bon Pasteur, ont animé la session avec passion. Un sentiment partagé par les participants qui étaient très réceptifs, interagissant avec enthousiasme et discutant de la façon dont les déchets sont produits (à la maison et au travail), d'où ils proviennent et où ils finissent.

« Nous voulons développer une culture responsable dans nos hôtels et ces initiatives en cours contribuent à sensibiliser nos employés », note Emmeline Forget, *CSR & Sustainable Development Executive* de VLH.

Les employés de Veranda Palmar Beach Hotel ont aussi réalisé que la mauvaise gestion des déchets peut générer des maladies et affecter considérablement la population. Zoë Rozar a expliqué que « l'exposition aux déchets dangereux peut avoir de graves répercussions sur notre santé [...] et l'exposition directe aux produits chimiques, aux déchets de l'agriculture et des industries peut engendrer des maladies. »

À la fin de la session, les employés ont appris comment se débarrasser de leurs déchets pour s'assurer qu'ils n'ont pas d'impact sur l'environnement. « Nous sommes tous responsables de nos actions et un petit pas vers la réduction, la réutilisation et le recyclage des déchets peut contribuer à créer un meilleur environnement pour les générations futures », a déclaré un membre du personnel.



ISLAND LIVING : L'EXPÉRIENCE CLIENT VALORISÉE



Richard Stedman, CEO d'Island Living.

Rogers compte une nouvelle entité : Island Living. Réunissant des enseignes de restauration, d'hébergement et de loisirs, elle a standardisé leurs process en vue d'une gestion plus efficiente des services.

island Living

CONNECTING EXPERIENCES

Rogers renforce ses services de « leisure » avec la création d'Island Living. Cette nouvelle filiale du groupe rassemble différentes enseignes de restauration, d'hébergement et de loisirs. Selon son *Chief Executive Officer*, Richard Stedman, réunir toutes ces entités permettra une gestion plus en phase avec la réalité dans le but d'offrir les services de façon plus efficiente.

Avec un marché local et des arrivées internationales en pleine croissance, Rogers ne peut qu'être enthousiaste quant à l'avenir de l'industrie touristique du pays. C'est dans ce contexte économique favorable que le groupe a souhaité dynamiser son offre « leisure ». Après l'acquisition d'ENL Lifestyle – qui faisait partie d'ENL Ltd – le 1^{er} juillet 2017, cette filiale a été renommée Island Living. Elle constitue l'essentiel du secteur « leisure », qui fait lui-même partie intégrante de l'*Hospitality Served Market* de Rogers.

Island Living accueille les 220 employés d'ENL Lifestyle, ainsi que 29 employés de la Compagnie sucrière de Bel Ombre (CSBO) et 43 membres du personnel de Case Noyale Ltée. C'est Richard Stedman, ex-*Managing Director* d'ENL Lifestyle, qui occupe à présent le poste de *Chief Executive Officer* d'Island Living.

L'arrivée d'Island Living au sein de l'*Hospitality Served Market* permet à Rogers d'étoffer son portefeuille d'enseignes avec Voilà Bagatelle, Ocean Basket, Savinia Bistrot et Moka'z. Island Living, de son côté, pourra ajouter à sa brochette d'offres loisir la gestion du Chamarel Restaurant, la Terre de 7 couleurs ainsi que la Réserve Naturelle de Frédérica. « Avec ce nom, nous affichons notre fierté du style de vie à la mauricienne. Et nous souhaitons que tout le monde puisse en profiter – que ce soit le touriste ou le résident », explique Richard Stedman.

Une stratégie centrée sur le client

Cette nouvelle entité compte développer sa notoriété localement, régionalement et à l'international comme un opérateur de référence des marques « leisure & lifestyle ». Pour ce faire, elle fournira une expérience valorisée à ses clients en assurant une culture d'amélioration continue et en développant des stratégies axées sur l'excellence. « *Island Living est une entreprise professionnelle qui gère des marques de B to C*, explique son CEO. *En réunissant ces différentes entreprises avec des cibles internationales ou locales sous une même entité, nous pouvons avoir un point de vue global pour mieux comprendre nos clients, qu'ils soient résidents ou touristes. Nous développons ainsi des compétences qui donneront d'autres opportunités.* »



Afin de mieux appréhender les comportements de consommateurs dans le but d'offrir un service innovant, Island Living investit dans les enquêtes. « *En plus des études démographiques, nos collaborateurs mènent des études psychographiques*, souligne Richard Stedman. *Nous voulons offrir une expérience convaincante à nos clients, quel que soit le niveau de leurs dépenses. L'expérience doit toujours être plus forte que ce qu'ils attendent. Et nous formons notre personnel pour atteindre cet objectif.* »

Le plan quinquennal d'Island Living énonce les actions prioritaires et les principales activités commerciales qui lui permettront d'attirer les visites et, par extension, les dépenses. « *L'avenir d'Island Living est aussi stimulant que prometteur* », assure Richard Stedman.

Des opportunités pour les employés

Island Living apporte également des innovations dans sa gestion interne. « *Évidemment, tout le monde veut faire partie d'une équipe profitable qui grandit. Mais il est aussi important que toutes les entreprises se comprennent mutuellement. Contrairement à nos activités commerciales, nous ne voulons pas avoir un management en silos* », explique le CEO. Island Living a ainsi standardisé le même processus à toutes ses marques. Cela permettra, par exemple, qu'elles présentent toutes leur marketing plan dans le même format. « *Nous aurons un langage commun utilisé par toutes les équipes opératrices. Et cela représente évidemment des opportunités au sein d'Island Living même et une nouvelle façon d'aborder les choses* », conclut Richard Stedman.

Philippe Espitalier-Noël, CEO de Rogers, quant à lui, voit Island Living comme un challenge qui offre au personnel une occasion de dévoiler toutes leurs compétences. « *Pour nos équipes, c'est là une opportunité de démontrer leur capacité à embrasser de nouveaux défis, notamment grâce à l'encadrement de managers rompus aux innovations et aux transformations. Je ne doute pas que ce nouveau challenge sera relevé avec brio par tous nos personnels.* »



A man in a white shirt is sitting on a white mat on a grassy field, meditating with his eyes closed. The background shows a vast green field, a blue sky with soft clouds, and a distant horizon line. The lighting is warm, suggesting sunset or sunrise.

HERITAGE LE TELFAIR GOLF & WELLNESS RESORT UNE OFFRE BIEN-ÊTRE ÉLARGIE

Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort avec l'arrivée de Mathieu Gossard — le nouvel ostéopathe et coordinateur bien-être de l'hôtel — a étoffé son offre bien-être. Cette initiative vise à faire de l'établissement hôtelier 5 étoiles une destination Wellness à part entière.

De ce fait, l'offre de soins s'est élargie. Parmi les nouveautés, les clients pourront profiter de trois massages inédits, de séances d'étirement, de gainage, de marche dans l'eau de mer et de remise en forme au centre de sport, ainsi que de semaines de retraite Wellness.

Ces retraites bien-être regroupent des ateliers de Yoga, Pilates, Tai-Chi, Qi Gong et sont animées par des professionnels internationaux. De nouvelles activités comme le « Forest Bathing » ou la « Wellness Walk », qui prônent la reconnexion à la nature, sont également organisées à la Réserve naturelle de Frédérica.

Dans cette volonté de devenir une destination Wellness, Heritage Le Telfair a également développé des options de plats et cocktails santé dans ses bars et restaurants en les adaptant aux différentes restrictions alimentaires.



FOCUS | HOLIDAYS BY BLUE SKY : **EXPÉRIENCE UNIQUE EN LOUNGE**



Réserver soi-même son voyage par le biais d'internet ou solliciter l'expertise d'une agence de voyages... Et pourquoi pas les deux ? C'est le pari qu'a réussi Rogers Aviation avec l'ouverture de son agence de voyages Holidays by Bluesky, l'an dernier au centre commercial de Bagatelle.





Holidays by BlueSky a développé une offre qui s'adresse à une clientèle recherchant des idées et des expériences uniques pour ses vacances. D'une superficie totale de 52,7m², ce nouveau lounge mêle habilement confort, technologie et design, tout en misant sur des produits innovants. Apportant une valeur ajoutée considérable à Rogers Aviation, la succursale de Bagatelle change les codes de la relation clientèle.

Ce nouveau concept de lounge à Holidays by BlueSky, repose sur trois facteurs.

Une nouvelle approche clientèle

L'attente et la prise d'information à un comptoir de façon traditionnelle ne sont plus de mise. Le client est désormais invité à s'installer dans le lounge où le conseiller de voyage prendra place à côté de lui pour qu'il soit véritablement acteur de la construction et de la préparation de son voyage. Cette approche clientèle différente repose sur les résultats d'études qui montrent que l'on est beaucoup plus actif dans le travail d'exécution et de préparation lorsqu'on est assis à côté de quelqu'un.

Une expérience digitale immersive

Le lounge est doté d'un espace self-booking qui permet aux clients de consulter et de sélectionner leurs voyages grâce à des tablettes tactiles. Celles-ci regroupent les catalogues et brochures des partenaires Costa et Cosmos. Cerise sur le gâteau : des casques de réalité virtuelle sont mis à disposition pour certaines offres du Club Med et MSC Croisières. La découverte de destinations se fait alors en 3D ou à 360 degrés. Le client peut ainsi se retrouver en immersion totale dans un paquebot de croisière ou se projeter dans une station de ski des Alpes.

Accessible à tout moment



Le lounge offre des heures d'ouverture beaucoup plus conviviales pour une clientèle plus large. Il est ouvert 7 jours sur 7, de 9h30 à 19 heures, du lundi au jeudi ; de 9h30 à 22 heures, le vendredi et le samedi ; de 9h30 à 15 heures le dimanche et les jours fériés.



NOUVEAUX LOCAUX À JOHANNESBURG

ROGERS CAPITAL S'IMPLANTE EN AFRIQUE ET ENVISAGE D'AUTRES EXPANSIONS

C'est un premier pas en Afrique que fait Rogers Capital en ouvrant un bureau de liaison à Johannesburg. Cette nouvelle présence sud-africaine offre non seulement un positionnement stratégique évident, mais elle ouvre également d'autres opportunités opérationnelles pour l'entreprise. Retour sur cette implantation qui incarne les ambitions d'expansion de Rogers Capital.

Avec l'objectif d'étendre sa capacité commerciale avec des succursales stratégiquement situées dans le monde entier, Rogers Capital a récemment ouvert un bureau de liaison à Johannesburg, en Afrique du Sud. Cette nouvelle structure s'appuie sur les forces existantes de l'entreprise pour accélérer ses activités dans diverses régions d'Afrique. Ouvert depuis le 1^{er} décembre 2016, ce bureau sud-africain est appelé à devenir une plateforme attrayante pour les investisseurs et les clients qui recherchent les services Fintech de haute qualité proposés par Rogers Capital.

Une implantation stratégique

L'Afrique du Sud était un choix naturel pour l'implantation de cette nouvelle branche. Situé dans les locaux de Cranko Karp Attorneys, à Saxonwold, dans le

centre de Johannesburg, le bureau offre à Rogers Capital l'espace nécessaire pour répondre aux attentes des clients de la région de manière plus personnalisée. Les rendez-vous pouvant désormais se tenir dans ce bureau, les conseillers de Rogers Capital peuvent prendre le temps nécessaire avec leurs clients et clients potentiels. Les Sud-Africains, qui ont toujours constitué une partie importante du portfolio de Rogers Capital peuvent désormais bénéficier de la certification de leurs documents par cette branche locale. Compte tenu des voyages fréquents en Afrique et des nombreuses activités prévues à l'avenir dans la région de l'Afrique australe, ce bureau de Johannesburg est également un point de référence pour le personnel de Rogers Capital. L'expansion de l'entreprise sur le continent africain sera favorisée grâce à ce bureau et ses activités, qui pourraient

se développer pour inclure de nouveaux services.

« Le bureau entièrement opérationnel de Johannesburg nous rapproche considérablement de nos clients africains. Il s'inscrit également dans la stratégie de Rogers Capital qui veut renforcer sa présence en Afrique. Cette implantation permet un service personnalisé pour répondre aux investissements en expansion sur le continent », déclare Didier Lenette, Partner-Corporate Services de Rogers Capital Corporate Services.

Une association fructueuse

Les synergies potentielles grâce aux références croisées entre Rogers Capital et Cranko Karp constituent un autre facteur de performance pour ce nouveau bureau. Elles s'appliquent précisément dans des



L'équipe de Rogers Capital en Afrique du Sud.

domaines comme le secteur minier, qui est la force de Cranko Karp Attorneys. La firme sud-africaine s'intéresse également au domaine de l'assurance captive, un service offert par Rogers Capital à travers sa branche corporate. Les autres secteurs explorés par les avocats de Cranko Karp comprennent des activités dans lesquelles Rogers Capital ou, par extension, le groupe Rogers ont une solide expérience : la structuration des entreprises, l'hôtellerie et les loisirs, l'immobilier et la logistique.

Jusqu'à présent, Rogers Capital ne comptait des bureaux qu'à Maurice et à Singapour. Ce nouveau bureau de liaison à Johannesburg correspond à sa volonté d'étendre ses services à l'international. La prochaine étape sera régionale avec le projet d'ouvrir un nouveau bureau aux Seychelles. L'objectif de Rogers Capital est clair : s'implanter dans des juridictions qui permettent d'élargir son offre de services ainsi que sa base clientèle, que ce soit dans les services corporate, dans les domaines de la technologie ou de la finance.

Le développement réussi d'entreprises dans différentes régions du monde exige des investissements substantiels à long terme. Ainsi, l'implantation de Rogers Capital en Afrique du Sud vient renforcer son expansion internationale qui inclut également un bureau en France et une prochaine antenne en Inde. En outre, l'entreprise a la ferme ambition de se positionner comme un guichet unique pour ses clients grâce à de nombreux roadshows à venir en Afrique du Sud, en Inde, en France et en Chine.

Ces tournées de représentation permettent aux clients d'avoir un espace pour rencontrer des spécialistes et opérateurs commerciaux en face-à-face. Elles donnent également la possibilité de mieux comprendre les derniers développements dans la sphère Fintech et constituent une plateforme idéale pour partager et diffuser des informations sur l'ensemble des services que Rogers Capital peut fournir aux clients.

« Le premier roadshow à notre bureau de Johannesburg a été un réel succès avec le soutien de nos partenaires chez Cranko Karp Attorneys qui ont aussi assuré son organisation, indique Sharmil Shah, Head of Corporate Administration and Sub-Saharan Africa Development. Dès notre arrivée jusqu'à notre dernière rencontre au terminal de l'aéroport, et lors de nos entretiens avec les différents clients de Cranko Karp, nous nous sommes toujours sentis comme à la maison. »



Les partenaires Eli Karp, (à g.) et Paul Carbonari.

SUR LES TRACES DE TIKOULOU À BEL OMBRE



Les aventures de Tikoulou à Bel Ombre se prolongent dans un court-métrage produit par la Rogers Foundation. Dans ce film réalisé par Stéphane Bellerose, quatre enfants de la région suivent la trace du plus célèbre personnage de la bande dessinée mauricienne. Encadrés par une maîtresse d'école et un ranger de la réserve naturelle de Frédérica, ils découvrent la richesse et la fragilité de la biodiversité du sud de l'île.

Dans ses dernières aventures contées par Claire Rose et François Rogers, Tikoulou nous avait fait découvrir la légende de Bel Ombre. Ce grand ami des animaux s'était lancé à la recherche de l'Ombre, ce poisson d'eau douce que l'on trouve en Europe et sur le sous-continent nord-américain et qui aurait peuplé les cours d'eau du sud de Maurice. Après avoir soutenu la publication de *La Légende de Bel Ombre*, la Rogers Foundation produit un court-métrage qui s'inspire précisément de ce dernier tome de Tikoulou publié aux Éditions Vizavi.

Le film vise à éveiller les consciences sur la richesse de la biodiversité d'île, mais aussi sur la fragilité de nos écosystèmes, en donnant la parole à quatre enfants originaires de la région de Bel Ombre. C'est à travers les yeux d'Elliott, William, Krishni et Noah que nous revivons *La légende de Bel Ombre*. Installés dans les jardins du Château de Bel Ombre, ces quatre amis sont invités à parler de ce qu'ils ont découvert en lisant l'album : la faune, la flore et les enjeux environnementaux qui concernent notre île.

Le film réalisé par Stéphane Bellerose met en valeur la riche histoire du Domaine de Bel Ombre, ainsi que la biodiversité, les écosystèmes terrestre et marin très précieux qui l'entourent et que la Rogers Foundation protège à travers différents programmes de préservation.



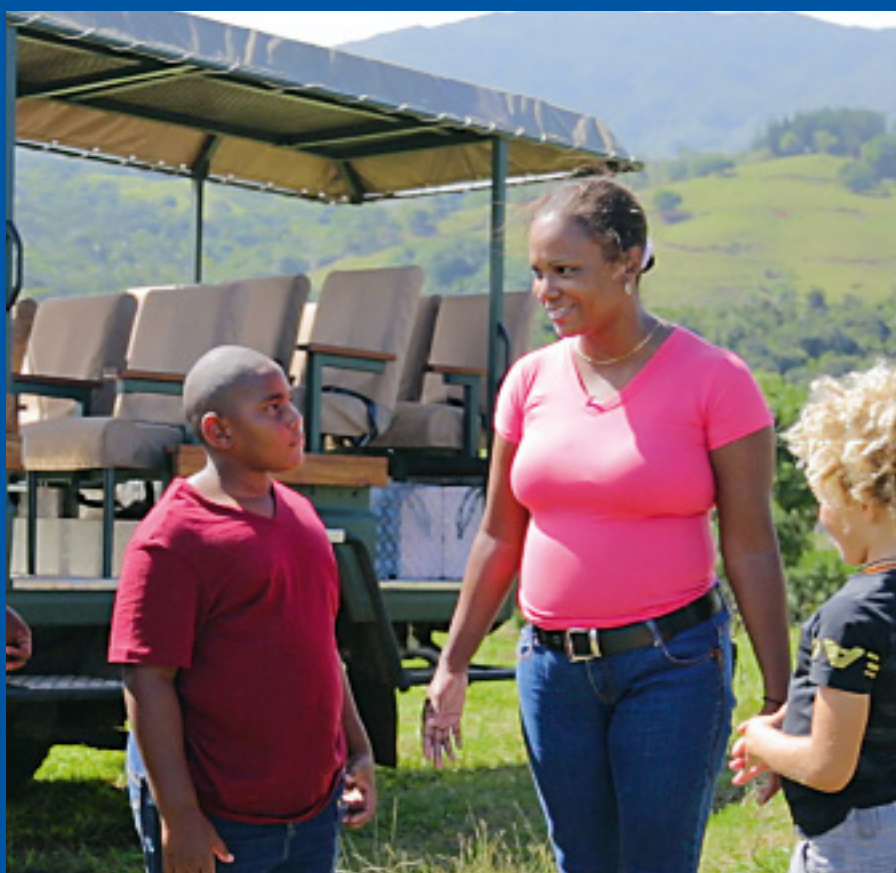
Découvrir les enjeux environnementaux

Dans ce film, les protagonistes découvrent ces trésors naturels à préserver. Ils sont accompagnés de la maîtresse d'école Jannick Ricaud, avec qui ils visitent la mangrove de Saint Martin pour comprendre son importance dans l'écosystème côtier. Les quatre enfants rencontrent aussi Gino, ranger de la forêt de Frédérica qui leur raconte l'histoire du Domaine de Bel Ombre et présente la faune et la flore, dont l'ébène, que l'on peut trouver dans la réserve.

C'est en ce lieu qu'Elliott, William, Krishni et Noah se familiarisent avec les terminologies comme « endémique », « en voie d'extinction », « biodiversité », « flore et faune » et font connaissance avec certaines espèces, telle la grosse cateau verte. L'oiseau emblématique de l'île Maurice jadis en voie d'extinction – le pays comptait entre huit et douze spécimens en 1986 – a été préservé grâce à des programmes d'*artificial nest boxes* pour atteindre une population de 540 spécimens en 2011.

« Comme le dernier album de Tikoulou se déroule à Bel Ombre, nous avons voulu mettre en valeur tout ce foisonnement que le Sud a à offrir et que nous œuvrons à protéger. En retraçant le parcours de Tikoulou, nous mettons en valeur ses précieux messages sur les écosystèmes », explique Emmeline Forget, *CSR and Sustainable Development Executive* à VLH.

Ce projet s'inscrit dans la lignée des initiatives environnementales menées par Rogers comme les *Eco-schools*, le Bis Lamer, la Plankton Cooperative Society et, bien sûr, le plan de gestion du lagon de Bel Ombre. Tout comme l'album *La Légende de Bel Ombre* vise à sensibiliser les jeunes et moins jeunes aux enjeux environnementaux, ce court-métrage stimulera la curiosité des Mauriciens par rapport à leur environnement. Le court-métrage est diffusé sur YouTube, dans les cinémas Star et sur la page Facebook de Rogers.





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