

LE MAGAZINE RÉSEAU DE ROGERS / AOÛT 2018

network

DOSSIER

Culture d'entreprise

DÉVELOPPEMENT DURABLE

*Hip Hip Hip, No Waste:
Halte aux mauvaises habitudes !*

#91

nou bizin Protez
nou Planet
sel Lakaz ki nou ena.



SOMMAIRE

3 Éditorial

4 Le Mot du CEO

5 Actus

16 Energy Drives People

17 Développement Durable
Hip Hip Hip, No Waste : halte
aux mauvaises habitudes !

22 Dossier
Culture d'entreprise, un facteur de réussite

24 Initiatives
Nouvelles technologies : Rogers Aviation
se rapproche de sa clientèle



26 @ Bel Ombre

À la découverte
de la biosphère
de Bel Ombre



25 Focus

Heritage
Le Château :
une expérience
inoubliable



ÉDITORIAL

Karine Curé

L'innovation, seule alternative

Innover n'est plus un choix, une coquetterie marketing. C'est un impératif, une condition pour la pérennité de nombreuses entreprises et industries mauriciennes. Aucun des secteurs d'activité dans lesquels nous évoluons n'est épargné par la concurrence accrue et les changements qui s'opèrent dans les modes de consommation.

Ces changements sont grandement induits par les nouvelles technologies qui représentent autant de défis que d'opportunités pour les entreprises. Chez Rogers et dans ses filiales, c'est ce deuxième aspect que nous avons choisi de retenir. La technologie n'est en effet qu'un outil qui tire toute sa valeur de l'utilisation que l'on en fait. Vous découvrirez, dans ce n° 91 de *Network*, les réponses des filiales de Rogers à ces nombreux défis, à l'instar de BlueSky.

En effet, l'agence de voyages utilise depuis peu un chatbot. Ce robot logiciel, issu des progrès de l'intelligence artificielle, guide les clients dans leurs choix de vols en ligne, les accompagnant jusqu'à la réservation. En sus de cela, BlueSky permet aussi aux internautes de leur envoyer des requêtes et questions à travers la messagerie WhatsApp. Ces deux innovations permettent de répondre à la grosse tendance dans le secteur des services : l'instantanéité.

Ce souci de rapidité passe inéluctablement par une rationalisation des processus, qui doit elle-même conduire à des gains d'efficacité et à des économies. C'est ce qui fait de la Blockchain une technologie d'avenir. Dans ce secteur, Rogers Capital a pris les devants et renforce son positionnement comme un leader en signant un accord stratégique avec une plateforme Blockchain.

Innover, c'est se remettre en question et se réinventer. L'urgence environnementale et écologique que connaît le monde, et notre petite île, est un appel à trouver de nouvelles manières de faire. Dans le secteur agricole, des pratiques innovantes peuvent donner de nouvelles vocations à des terres fertiles. Dans le domaine d'Heritage Bel Ombre, la Compagnie Sucrière de Bel Ombre (CSBO) en fournit la preuve en lançant un potager respectant les principes de la Smart Agriculture.

Il s'agit pour nous d'éviter le confort de la routine, puisqu'il ne fait aucun doute que l'innovation est la seule alternative possible.

Bonne lecture.

PUBLICATION DE ROGERS

Directrice de la publication : Karine Curé : 202 6567, Karine.Cure@rogers.mu

LE COMITÉ DE RÉDACTION : Karine Curé • Christine Decosta • Manish Bundhun • Audrey d'Hotman de Villiers • Candice Yon • Frédéric Curé • Claire Laure • Annick Corroy • Jean Cyril Jullienne • Bertrand Abraham • Ania Adelaide • Julie Daruty • Elvyna Moorba

Rogers House, Port Louis

<https://www.facebook.com/RogersMauritius/> • <https://www.linkedin.com/company/rogers-group/>

RÉALISATION : Evolution Ltd



« Valorisés, les déchets deviennent une ressource sur laquelle une nouvelle industrie et de nouvelles filières peuvent être bâties. »

PHILIPPE ESPITALIER-NOËL, CEO DE ROGERS

LE MOT DU CEO

ENSEMBLE, INVENTONS DEMAIN !

L'avenir s'écrit aujourd'hui. L'île Maurice que nous léguerons à nos enfants sera le résultat des choix que nous faisons. La conjoncture est particulière, tant sur les plans économique, que social et écologique, et elle nous lance une injonction : celle de nous réinventer.

Longtemps tenue comme l'horizon ultime de toute activité économique, la seule croissance est un objectif à revoir. Si la création de richesses est une nécessité, et une condition de la pérennité de toute entreprise, celle-ci doit aujourd'hui être évaluée à la lumière de ses conséquences sociales et écologiques. Notre modèle actuel mène en effet à des impasses, et l'une d'elles – sans doute la plus significative – est l'impact de notre activité économique sur les écosystèmes, aussi bien terrestres que marins.

À Maurice, notre développement économique rapide a contribué à améliorer notre niveau de vie de manière importante. Aujourd'hui toutefois, c'est la question de sa viabilité sur le long cours qui se pose avec acuité puisque son impact sur notre environnement est lourd. Si l'insalubrité ambiante relève surtout d'un problème d'incivisme et d'indiscipline, il n'en demeure pas moins que nous produisons, pour une petite île insulaire, un volume de déchets très important sans pour autant savoir comment les traiter.

Notre pays produit en effet 1 300 tonnes de déchets solides chaque jour, soit 480 000 tonnes annuellement. Quarante-vingt-quatorze pour cent de ces déchets finissent ensuite au centre d'enfouissement de Mare Chicose, qui arrive à saturation en 2020 ! Et les détritiques qui jonchent les rues de nos villes et villages, principalement des déchets plastiques, finissent le plus souvent dans la mer avec les conséquences que l'on connaît... Selon le « World Risk Report 2017 », nous sommes le 13^e pays le plus vulnérable face aux changements climatiques.

Que faire ? Sans changement de notre part, nous ne ferons qu'accentuer cette fragilité. La communauté des affaires, réunie au sein de Business Mauritius, prend conscience de l'urgence. Trois commissions ont été mises en place en août 2017 pour réfléchir et formuler des plans d'action sur de nombreux sujets. La Commission Développement Durable, que je préside, s'est penchée sur plusieurs sujets, dont la problématique de la gestion des déchets.

Elle s'est révélée intéressante à bien des égards puisque le traitement des déchets suggère des solutions innovantes à fort potentiel en matière économique. En adoptant les principes d'une économie circulaire, qui veut que les déchets d'une entreprise ou d'une industrie deviennent la matière première d'une autre, nous transformons un problème en opportunités.

Valorisés, les déchets deviennent une ressource sur laquelle une nouvelle industrie et de nouvelles filières peuvent être bâties. Au sein de la commission, nous avons proposé la création de 25 points de collecte de déchets gérés par des petites et moyennes entreprises (PME) spécialisées dans les différentes filières du recyclage.

Leur développement, toutefois, nécessite l'institution d'un cadre approprié et surtout facilitateur.

Les mesures annoncées par le Premier ministre et ministre des Finances dans le Budget 2018-2019 sont à ce titre encourageantes. En effet, le gouvernement va créer un « National Environment Fund ». Doté de Rs 2 milliards, ce fonds aura plusieurs missions à mener, dont celle de développer un « Comprehensive Waste Recycling Framework ». Le recyclage de bouteilles en plastique devrait aussi bénéficier de l'augmentation de l'incitation financière. Les recycleurs toucheront Rs 15, au lieu de Rs 5, pour chaque kilo de bouteilles en plastique collecté.

En promouvant la régénération des déchets, nous éviterons non seulement d'atteindre le point de non-retour, mais nous créons ainsi une nouvelle activité économique avec des valeurs et des emplois verts à la clé. Des filières spécifiques peuvent être créées pour traiter et recycler différents types de déchets : papier, caoutchouc, verre, déchets électriques et électroniques.

Cette nouvelle économie nécessitera l'effort de tous, et prendra forme à partir d'actions concrètes. Nos entreprises doivent créer un nouvel écosystème des affaires par le biais de circuits de collecte et de ramassage de leurs déchets. Il est primordial que l'on améliore la logistique et l'accès aux déchets pour les recycleurs. En ce qui concerne Rogers, nous travaillons déjà à la mise en œuvre de nouveaux procédés, en collaboration avec des entreprises de recyclage, pour éviter que nos déchets informatiques finissent dans un centre d'enfouissement. Cette initiative fait partie de notre initiative « Hip Hip Hip, No Waste » lancée dans le cadre du cinquantième anniversaire de l'indépendance de notre pays.

C'est dans la même optique qu'avec une dizaine d'entreprises, nous avons mis en place un projet pilote de tri sélectif. Cette initiative permettra la mise en place des circuits économiques pour la collecte et le recyclage des différents types de déchets que nous produisons. Ce projet a aussi une dimension pédagogique puisqu'il servira à coup sûr à sensibiliser le personnel des différentes entreprises et donner le bon exemple.

La sensibilisation et la diffusion d'information sont essentielles à ce changement d'attitude. Les deux rendez-vous de plogging – activité alliant jogging et ramassage d'ordures –, organisés en mai et en juin, nous ont permis, d'informer nos employés et de les pousser à la réflexion. D'autant que le constat désolant de l'état des rues de la capitale rappelle qu'une prise de conscience s'impose à tous les niveaux.

C'est aujourd'hui que s'écrit demain.

Veranda Tamarin fait peau neuve

Deux ans après son acquisition par le groupe Veranda Leisure and Hospitality (VLH), l'hôtel Veranda Tamarin change de look et de concept. L'établissement, actuellement en rénovation, rouvrira ses portes en novembre 2018. Les travaux ont été confiés à l'architecte Jean-Philippe Piat et à la décoratrice d'intérieur Paule de Romeuf des Ateliers du Parc et Romeuf.

En effet, c'est un Veranda Tamarin entièrement métamorphosé et incarnant le mode de vie hippie chic de bord de mer, avec une touche de fraîcheur et de modernité, notamment dans le choix du mobilier et des éléments architecturaux. Ces travaux préserveront le charme unique et l'ambiance chaleureuse de cet hôtel iconique de la côte ouest de l'île.

Une partie de l'hôtel a été démolie et reconstruite pour accueillir une cinquantaine de chambres. Les hôtes pourront profiter d'une vue panoramique sur la baie de Tamarin grâce à la piscine et au bar situés sur le toit de l'hôtel. Durant ces travaux, les employés ont été redéployés dans d'autres établissements du groupe. Des formations sont aussi organisées.



Blockchain : Rogers Capital conclut un partenariat stratégique avec BlockCerts International

La Blockchain est une technologie d'avenir. Afin de faciliter son utilisation dans les îles de l'océan Indien et le continent africain, Rogers Capital a conclu un partenariat stratégique avec BlockCerts International. L'accord a été conclu avec Finaeos.com, créateur de cette plateforme Blockchain, et fournisseurs d'outils de mise en réseau et de technologies Core Platform.

Pour Kabir Ruhee, *Chief Executive Officer* de Rogers Capital, « la Blockchain est la vague qui propulsera le monde vers de nouvelles étapes. Chez Rogers Capital, nous entendons être les leaders du marché en nous appuyant sur BlockCerts pour booster nos initiatives blockchain ». Grâce à cette technologie, les transactions ont lieu

directement entre les personnes et les entreprises sans avoir recours à des intermédiaires qui engendrent des coûts supplémentaires.

À travers ce partenariat, la filiale FinTech de Rogers apportera cette technologie à différents secteurs de l'économie. « C'est une étape passionnante pour BlockCerts. À travers nos opérations à Maurice et notre collaboration avec Rogers Capital et le gouvernement mauricien, nous allons apporter des innovations et des fonctionnalités en ce qui concerne l'infrastructure, pour générer des opportunités de croissance, d'inclusion, et d'autres avantages pour les 1,3 milliard d'habitants du continent africain », explique Tomithy Vasko, fondateur de BlockCerts.



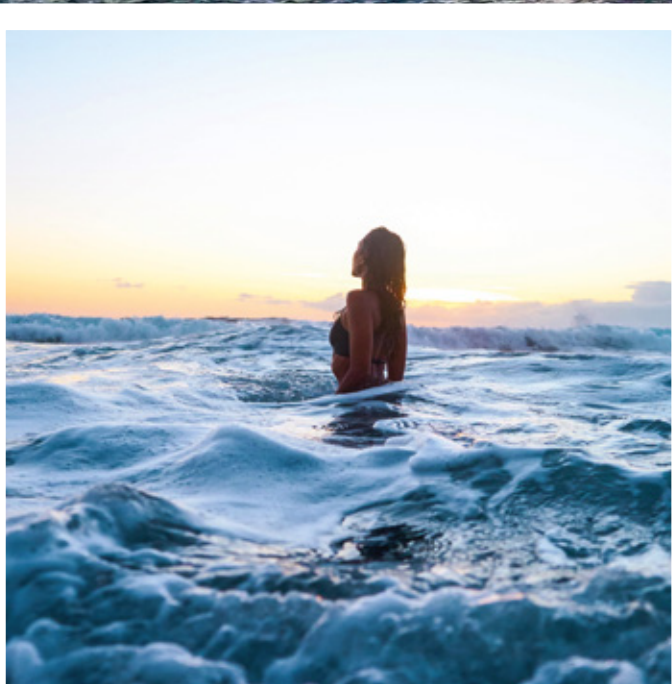
ISLANDIAN EMMÈNE LES INFLUENCEURS EN CROISIÈRE



Ambiance festive, coucher de soleil et menu grandiose... Tout était réuni pour une expérience hors du commun à laquelle Islandian avait convié les influenceurs les plus en vue de l'île. C'est ainsi que le 13 avril dernier, à bord d'un catamaran de Croisières Australes, tous ont embarqué pour une croisière sunset exceptionnelle sur la côte ouest de Maurice.

Cette somptueuse croisière de deux heures avait plusieurs objectifs. Il s'agissait de rencontrer les instagrammeurs les plus suivis à Maurice et de leur présenter les expériences proposées par Islandian. Parmi eux, on retrouve des mannequins, blogueurs lifestyle, animateurs radio ou encore sportifs de haut niveau.

À cette occasion, les invités ont pu découvrir la cuisine délicieuse du chef Jerry Bastian, qui officie au restaurant Seeloy de La Balise Marina à Rivière Noire. Le menu servi célébrait les saveurs des îles de l'océan Indien, contribuant à faire de ce moment un instant inoubliable. Et vous, quelle sera votre prochaine expérience signée Islandian ?



Veranda Leisure and Hospitality **innove**

L'heure est à l'innovation technologique chez Veranda Leisure and Hospitality (VLH). Le groupe hôtelier a récemment introduit deux nouveaux outils : VLH Connect – portail destiné aux employés – et, Handy, un système d'exploitation mobile exclusivement conçu pour l'hôtellerie.

Destiné aux employés, VLH Connect est un nouveau portail exclusivement développé pour répondre aux besoins du groupe. À travers cet outil, accessible partout, l'objectif du groupe est d'améliorer la circulation d'informations parmi les employés. Ces derniers pourront accéder plus aisément aux dernières politiques de l'entreprise, aux informations pratiques ainsi qu'à leurs informations personnelles, comme leur nombre de congés restants, entre autres.

Chez Veranda Resorts, les clients ont accès au service Handy, qui offre un accès internet n'importe où grâce à une carte SIM 3G insérée dans un téléphone dernier cri. Grâce à ce service, le client économisera sur sa facture de téléphone, puisqu'il se voit offrir notamment des appels locaux et internationaux illimités vers cinq pays dont la France, la Grande-Bretagne, l'Allemagne et l'Afrique du Sud.



Chaque chambre est d'ores et déjà équipée d'un téléphone Handy personnalisé selon le concept de l'hôtel. Le menu est disponible en 15 langues et offre une liste exhaustive d'activités en tous genres, restaurants et bars. Cette technologie sert aussi à renforcer la sécurité dans les hôtels puisqu'une liste de numéros d'urgence et de la réception de chaque hôtel est enregistrée sur les téléphones Handy.



Veranda Resorts propose des immersions dans l'île Maurice

Pour s'immerger dans la culture mauricienne, et en tirer des souvenirs inoubliables, les hôtels proposent quatre expériences à leurs clients. Les clients auront la possibilité de rencontrer et de discuter avec des écrivains, peintres ou photographes mauriciens. Ils pourront aussi découvrir le séga traditionnel ou encore se balader dans l'île à bord d'une Morris Minor des années cinquante.

Les hôtels proposent des ateliers culinaires lors desquels un chef partage la recette d'un plat typiquement mauricien avec les clients. Une fois par semaine, accompagnés des guides de Taste Buddies, les touristes pourront, s'ils le souhaitent, arpenter les rues de Port Louis pour goûter aux mille et une saveurs de la *street food* mauricienne. Finalement, Veranda Resorts lancera bientôt *La table de partage*, invitant les clients une fois par semaine – pour le déjeuner ou le dîner – à faire connaissance avec le personnel de leur hôtel autour d'un repas aux saveurs locales.

Les clients peuvent aller à la découverte de la faune et de la flore de Maurice à travers plusieurs activités comme une balade à bord

du catamaran de Veranda Resorts, *Deep into the blue*. Cette virée permet d'admirer le lagon et de se ressourcer. Le touriste peut aussi découvrir le charme de la pirogue traditionnelle en y prenant place pour se laisser porter durant la journée ou pour admirer un coucher de soleil. Les amateurs de plongée pourront se rendre au large d'Anse la Raie pour y découvrir le riche écosystème marin de ce lagon, guidés par des panneaux éducatifs sous l'eau.

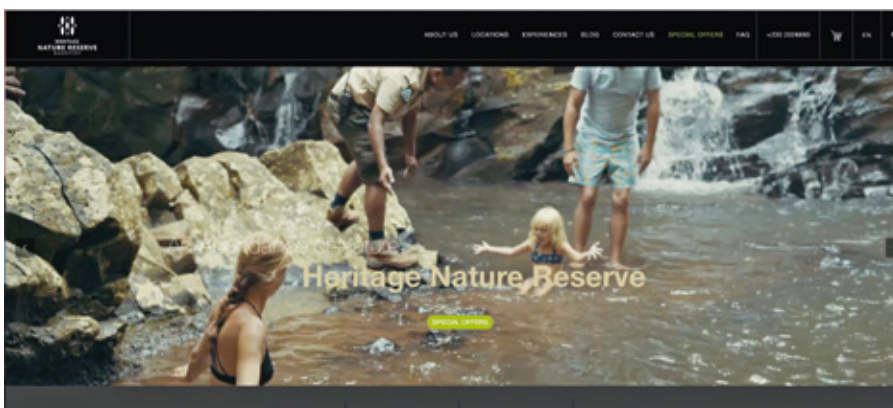
Les hôtels deviennent aussi un lieu de sensibilisation à la préservation du lagon et des récifs. Pour cela, les établissements accueillent le Bis Lamer, qui est une initiative de Reef Conservation, soutenu par le groupe Rogers. Reconverti en classe laboratoire, cet autobus permet aux touristes de découvrir les espèces marines et leur importance dans l'environnement marin. Dans ce même élan, les hôtels proposent à leurs clients d'aller à la rencontre des habitants de différents quartiers. Ils sont invités à déposer leurs livres, une fois lus, dans une boîte à l'entrée de chaque établissement pour qu'ils soient partagés aux habitants des quartiers avoisinants.

« Arrivez comme un touriste et repartez avec un supplément d'âme mauricienne. » Voilà la promesse que fait Veranda Resorts à ses hôtes à travers des expériences clients uniques pour découvrir les multiples facettes et les richesses de l'île.

Heritage Nature Reserve : les excursions à portée de clic

Les excursions sont une affaire d'émotions. C'est pour cela qu'Heritage Nature Reserve s'est dotée d'un nouveau site internet. Lancée en juin, cette plateforme vise à améliorer l'expérience client à travers une interface simple d'utilisation et de nouvelles fonctionnalités. Elle est une vitrine de toutes les activités offertes par Heritage Nature Reserve sur trois somptueux sites dans le sud de l'île, à savoir la réserve naturelle de Frédérica, la réserve de biosphère de l'UNESCO de Bel Ombre et l'Abbatias des Cipayes.

En effet, conviviale et dynamique, cette plateforme permet désormais aux visiteurs de se renseigner sur les disponibilités des activités en temps réel et surtout, de réserver leurs activités en ligne. Et ce, grâce à deux filtres, soit par type d'expérience recherchée (les sensations fortes : sorties en quad ou buggy ou, activités plus douces telles que le safari, voire la randonnée), soit par le site géographique.



Le site web fait la part belle aux photos et vidéos comme celle sur la page d'accueil qui donne un avant-goût des émotions à vivre. Pour les plus enthousiastes, le site héberge aussi un blog qui leur raconte les expériences et leur permet de découvrir les meilleurs endroits à visiter.

Ce site a aussi pour vocation de répondre aux questions que l'on peut se poser sur

les visites, notamment sur les prestations proposées.

En cliquant sur l'onglet « offres spéciales », les clients pourront découvrir les promotions en cours. « Nous aurons chaque mois des offres spéciales à proposer au public », indique Elvyna Moorba, *Marketing & E-Commerce Manager* chez Island Living.

Heritage Nature Reserve : l'accueil s'installe à Beau Champs

C'est dans une ancienne résidence d'été des gouverneurs français, à Beau Champs, que l'accueil d'Heritage Nature Reserve s'est installé en avril. L'objectif de ce déménagement est d'élargir la palette d'activités et de balades pour aller à la découverte de lieux riches en histoire et en biodiversité, comme L'Abbatiss des Cipayes, non loin du centre d'accueil, et la Réserve de Biosphère de l'UNESCO de Bel Ombre.

L'Abbatiss des Cipayes, en effet, réunit en un seul lieu histoire et nature. Fréquenté par les soldats indiens (les cipayes) engagés dans l'armée britannique à la prise de l'île en 1810, ce lieu était autrefois un lieu de culture vivrière et fruitière. Accompagnés d'un guide, les visiteurs exploreront les lieux tout en imaginant les Cipayes qui s'affairent à la construction des fortifications. La Rivière Jacotet qui se trouve à proximité, avec ses paysages magnifiques, est un lieu prisé des amateurs de randonnées.

La deuxième attraction qui s'ajoute aux offres d'Heritage Nature Réserve est la Réserve de Biosphère de l'UNESCO de Bel Ombre (voir aussi en pages 26-27). Ce sanctuaire sert d'habitat à plus de 150 espèces endémiques de la flore et de la faune de l'île, offrant un spectacle inédit aux visiteurs. Aux côtés d'un ranger spécialement formé, les visiteurs découvriront un écosystème vierge au cœur d'un paysage primaire d'une des régions les mieux préservées de Maurice.



Rogers Capital organise une journée sportive

Le pôle FinTech de Rogers avait donné rendez-vous à ses employés pour une journée sportive le 20 avril dernier au Racing Club de Maurice à Trianon. Plusieurs activités étaient au programme. Retour en images...



L'équipe Tigers encourageant ses coéquipiers.



Kabir Ruhee, *Chief Executive Officer* de Rogers Capital, remettant les médailles à la capitaine des «Wolves».



Les «Bears», vainqueurs à l'issue de la journée, posent fièrement avec leurs trophées.



Les «Wolves» et les «Pink Panthers» se sont affrontés lors d'un match de football.



Rogers Capital : Kabir Ruhee s'entoure de nouveaux talents

Rogers Capital renforce son équipe dirigeante. Depuis la mi-mai, Sharona Ramdoss, Dev Hurkoo et Annick Corroy ont rejoint le pôle FinTech de Rogers en tant que *Chief Advisory & Development Officer*, *Managing Director* de l'activité Technology et *Chief Marketing & Communication Officer*, respectivement.

Diplômée en finance, économie et gestion, Sharona Ramdoss est également un CFA Charterholder. Elle compte onze années d'expérience au sein d'entreprises de premier plan du secteur financier local. Comme *Chief Advisory & Development Officer*, elle assistera le CEO sur les projets stratégiques et les possibilités de développement, dont les fusions-acquisitions, la structuration et la création de nouveaux services. Elle accompagnera également la mise en œuvre de projets clés. Elle aura la responsabilité du fonds immobilier d'Ascencia, entreprise cotée en Bourse.

« *J'ai rejoint Rogers Capital parce que je souhaitais m'associer à des gens de valeur, qui ont une éthique de travail et une culture d'entreprise qui valorise la personne. Rogers est aussi un groupe qui a toute une histoire* », explique-t-elle.

Nouveau *Managing Director* de l'activité Technology, Dev Hurkoo a une riche carrière. Diplômé d'une grande école d'ingénieurs française, il a occupé plusieurs postes à responsabilité chez Mauritius Telecom et géré de nombreux projets, comme la mise en place du premier réseau haut débit et le déploiement de l'infrastructure internet dans le pays. Il a dirigé, tour à tour, Telecom Plus et Teleservices, deux filiales de l'opérateur, avant d'en devenir le *Senior Executive Information Systems*. En 2015, il fonde sa propre société, Innolva, spécialisée dans ce même secteur. « *Avec le mix intéressant que propose Rogers Capital, nous pouvons offrir des solutions complètes à notre*

clientèle. Nous sommes bien positionnés pour réussir des choses formidables non seulement à Maurice, mais également dans la région », soutient Dev Hurkoo.

Annick Corroy fait évoluer sa carrière tout en restant au sein du groupe Rogers qu'elle a rejoint il y a 13 ans. « *J'ai été séduite par l'esprit pionnier d'une start-up qui anime une entreprise aussi bien établie que Rogers Capital. J'adhère aussi à ses valeurs d'excellence, d'agilité et d'innovation et je pense pouvoir apporter mon expérience à l'équipe* », explique la nouvelle *Chief Marketing & Communication Officer*. En tant que *Managing Director* des services de voyages aux entreprises et responsable du marketing de Rogers Aviation, elle a lancé la marque BlueSky, contribuant à placer le pôle aviation sur la carte régionale. En pilotant le projet du centre de contact BlueConnect, elle a renforcé la relation avec le groupe Air France.



Thierry Bosquet
Manager de UPS

UPS déménage à Pailles West

UPS change d'adresse. L'entreprise a déménagé fin juillet dans les locaux situés sur Old Pailles Road. Ces espaces ont abrité les activités d'ERC, compagnie rachetée par Velogic Haulage Ltd. Ce sont, au total, une trentaine d'employés qui sont concernés par ce changement d'adresse. Pour l'entreprise, ceci entraînera des économies sur les coûts d'opération.

Des travaux d'aménagement ont été faits sur le site pour accueillir différents départements, dont le service-client, les ventes, la facturation et les opérations. Racheté en mai 2017 par Velogic, UPS s'était depuis installé à la rue Michaël Leal à Pailles. Velogic est désormais le représentant officiel de ce géant mondial, dans le domaine de la logistique, à Maurice et dans la région océan Indien.

Velogic représente le réseau WACO pour la région



Les services et le savoir-faire de Velogic ont séduit. *The WACO* (World Air Cargo Organisation) System, réseau regroupant plus d'une centaine de compagnies indépendantes de fret, a choisi la filiale de Rogers pour le représenter à Maurice, à Madagascar et à l'île de la Réunion. L'annonce a été faite en juin à Londres.

« Ces trois pays sont tous des plaques tournantes entre l'Afrique et l'Asie, deux continents qui ont enregistré une demande croissante pour les services de logistique, notamment grâce aux échanges commerciaux renforcés entre ces deux continents », explique Richard Charles, directeur exécutif de *The WACO System*. En effet, fort de ses quarante ans d'expérience, Velogic compte aujourd'hui 32 bureaux dans huit pays avec des services de fret pour plusieurs secteurs.

« Nous sommes convaincus que le WACO System nous donnera accès à un réseau de partenaires qui nous aidera à poursuivre notre expansion et élargir notre business », a soutenu pour sa part Denis Hung, *Chief Operating Officer* de Velogic. *The WACO System* sert aussi de facilitateur en organisant deux rencontres chaque année pour permettre des accords bilatéraux entre ses membres. Créé en 1973, ce réseau compte aujourd'hui plus de 111 membres dans 108 pays. Au total, ce réseau dessert plus de 400 destinations à travers le monde.



Yacht Management commercialise les bateaux **Chris Craft**

Chris Craft, prestigieuse marque de bateaux à moteur, est désormais représentée à Maurice par Yacht Management, compagnie de Rogers Aviation. Avec des bateaux magnifiquement conçus en utilisant des matériaux d'exception, comme le bois, Chris Craft est devenu une référence mondiale dans la fabrication de bateaux.

Après Bénéteau et Fontaine Pajot, Chris Craft devient la troisième marque que représente Yacht Management à Maurice. « Chez Yacht Management, notre force réside dans les garanties que nous offrons sur chaque modèle et notre service après-vente dès que la vente est actée. Nous avons une équipe spécialisée pour préparer les bateaux, s'occuper des permis et de la mise en service.

Personnellement, c'est une réelle passion de m'occuper des trois prestigieuses marques internationales, qui sont ni plus ni moins que les leaders dans la fabrication de bateau », explique Laurent Hardy, *Sales Manager* de Yacht Management Ltd

Pour le lancement de cette marque à Maurice, le concessionnaire a mis en avant deux modèles : le Launch 27 et le Catalina 26. Versatile, confortable et surtout facile à piloter, le Launch 27 est un choix idéal dans la catégorie des bateaux de taille moyenne. Le Catalina 26, quant à lui, est le bateau parfait pour une sortie en mer en famille ou entre amis. Cette nouvelle marque vient compléter l'offre de Yacht Management dont l'objectif reste d'offrir aux clients les bateaux qui répondent le mieux à leurs besoins.



YACHT MANAGEMENT

ÉQUIPE LA MAURITIUS TOURISM AUTHORITY

Yacht Management, filiale de Rogers Aviation et concessionnaire de la marque Bénéteau à Maurice, a vendu un patrouilleur à la Mauritius Tourism Authority. Ce bateau, un Barracuda 8, est le premier de la flotte que compte constituer cet organisme. Ce nouvel équipement aidera les autorités à faire respecter les lois en matière d'activités nautiques.

D'une longueur de 7,98 m et d'une largeur de 2,95 m, ce bateau peut naviguer dans des conditions difficiles, en affrontant des vagues allant jusqu'à 4 mètres et des vents allant jusqu'à 30 nœuds. Sa mise en service s'est effectuée le 4 avril dernier lors d'une cérémonie qui s'est tenue à l'hôtel Le Suffren à Port Louis en présence du ministre du Tourisme, Anil Gayan.

Velogic veille au bien-être de ses employés

Du 9 au 11 mai, Velogic a organisé un *Employee Wellness Programme*. Trois jours durant, les employés de onze départements et entreprises de Velogic ont bénéficié gratuitement de différents examens médicaux, tels des analyses sanguines, un bilan de santé dentaire et visuelle. Ils ont aussi eu droit à une consultation avec un podologue. Des massages de la tête et de la nuque étaient aussi au programme.

Outre les soins médicaux et de bien-être, cette semaine a aussi servi à susciter une prise de conscience des employés sur plusieurs sujets. C'est ainsi que l'ONG PILS a animé des causeries pour sensibiliser le personnel à la prévention du VIH/sida.

Deux unités de la police ont aussi participé à ce travail de sensibilisation. L'*Anti-Drug & Smuggling Unit* (ADSU) a abordé les méfaits de la drogue alors que les officiers de la *Road Safety Unit* et de la *Road Safety Academy* ont présenté les bons réflexes et les bonnes attitudes à adopter sur la route. Grâce à la St John Ambulance, une centaine d'employés ont été formés aux techniques de premiers secours.



Une vidéo pour mettre en lumière l'ADN de Veranda Resorts

Veranda Leisure & Hospitality est en pleine expansion. Le groupe hôtelier mène actuellement une campagne de recrutement pour le nouveau Veranda Tamarin qui ouvrira ses portes en octobre prochain. C'est dans ce contexte que VLH a lancé une nouvelle vidéo promotionnelle qui met en lumière l'environnement de travail dynamique et unique qu'offrent les hôtels Veranda Resorts et qui font du groupe hôtelier un employeur de choix.

D'une durée d'une minute, le groupe réaffirme par cette vidéo « l'importance accordée au développement continu et à l'épanouissement de ses équipes, de sa grande famille ». Elle valorise l'enthousiasme des employés à servir les clients et rappelle l'histoire et le savoir-faire du groupe tourné vers un service de qualité à ses hôtes. Pour ses employés, Veranda Resorts est « la garantie d'une carrière professionnelle durable dans un environnement dynamique en constante innovation ». À travers ses projets d'expansion, le groupe offre en effet des opportunités de développement à son personnel en le faisant évoluer dans un environnement qui favorise l'excellence.



Velogic : séances de Zumba pour les employés

Ils sont une cinquantaine d'employés de Velogic à se donner rendez-vous chaque semaine pour une séance de Zumba. Ils se réunissent chaque jeudi dans la salle d'exposition au rez-de-chaussée du Head Office de Velogic à Mer Rouge. Cette nouvelle activité est en place depuis mai dernier. L'initiative revient à la direction de Velogic dont l'objectif est de contribuer au bien-être de ses employés. Ces séances de Zumba servent aussi à renforcer la cohésion au sein des équipes.

Islandian fait découvrir The Test Kitchen aux voyageurs



C'était une découverte culinaire d'exception. *The Test Kitchen*, célèbre restaurant de Cape Town et l'un des meilleurs restaurants au monde, a fait escale dans le sublime cadre du Shangri-La's Le Touessrok Resort & Spa entre mi-avril et fin mai. Islandian a eu l'opportunité de s'associer à cet événement gastronomique d'envergure internationale. *The Test Kitchen* propose une cuisine aussi bien raffinée qu'exclusive puisque ce restaurant affiche une liste d'attente de pas moins de neuf mois.

Sous la supervision de son chef de renom, Luke Dale Roberts, ce voyage gastronomique dure le temps d'une soirée avec des plats d'exception achard local, rouleaux de sangliers sauvages, vielle rouge, thon aux herbes, biltong de « Kobe » à la sauce mauricienne ou encore porc rôti cuit à feu doux. Cette expérience culinaire exclusive sous les tropiques n'est qu'un avant-goût de la diversité des découvertes et d'évasions taillées sur-mesure par les experts des îles pour assouvir les désirs de chaque visiteur.



Seven Colours lance un Certificate in Spa Therapy

Seven Colours Wellness Experiences, affilié à Veranda Leisure & Hospitality (VLH), lance un *Certificate in Spa Therapy*. Cette formation s'adresse principalement à ceux qui souhaitent débiter une carrière de thérapeute dans un spa. Deux sessions sont prévues en octobre/novembre 2018 et en février/mars 2019. Les cours, étalés sur vingt jours, auront lieu dans de nouveaux locaux dédiés à la formation et situés à Beau Bassin.

Calqués sur les formations proposées aux employés, ces cours porteront en premier lieu sur différents types de massages, des soins du visage et du corps. En outre, la formation traitera de l'aspect service, comme la manière d'accueillir et d'interagir avec les clients de même que les types de conseils à leur donner afin de prolonger le moment de bien-être.

Les cours seront assurés principalement par deux formatrices de Seven Colours, qui seront épaulées par d'autres intervenants. Dix étudiants seront choisis par session. « *Comme les places sont limitées, nous sélectionnerons les candidats en fonction de leur motivation, et de leur passion à prendre soin des autres. Ils seront évalués sur leur présentation et sur leur maîtrise du français et de l'anglais aussi* », expliquent Yannick Bernard, responsable de la formation et Hélène Cassan, consultante auprès de Seven Colours Spa.

Pour VLH et Seven Colours, cette formation a pour but de pallier un manque de personnes qualifiées dans ce domaine à Maurice. « *Il est important que les jeunes soient conscients qu'il existe de nombreuses opportunités dans ce domaine et dans l'ensemble des postes dans l'hôtellerie* », explique Jean Cyril Jullienne, *Chief Human Resource Officer* de VLH.

Pour plus d'informations sur cette formation, les candidats peuvent contacter Seven Colours par courriel (info@sevencolours.mu) ou sur le 266 9757.

Île de la Réunion : BlueSky devient Holidays by BlueSky

C'est un changement d'identité qui ne passe pas inaperçu à l'île sœur. Les deux agences BlueSky à La Réunion – à Saint-Denis et Saint-Pierre – sont désormais connues comme Holidays by BlueSky. À travers ce changement d'enseigne, l'agence acquiert une nouvelle identité visuelle plus chaleureuse et souhaite renforcer son positionnement dans le voyage « loisirs ».

L'agence dispose désormais d'un nouveau site Internet plus convivial et plus moderne pour mieux informer et accompagner les clients dans la préparation de leurs voyages. Holidays by Bluesky dispose d'une gamme complète de prestations touristiques allant du billet d'avion, aux hôtels, en passant par le transfert et la location de voiture, entre autres. La palette de destinations est variée, touchant tous les cinq continents mais l'île Maurice et l'île Rodrigues demeurent les destinations privilégiées de l'agence.

Au-delà des hébergements, l'expérience mauricienne inclut également de nombreuses excursions et activités telles que des sorties en catamaran, des promenades à vélo électrique ou en buggy, voire des découvertes inédites de Port Louis ou d'autres régions de l'île.



Deux nouvelles expériences pour le restaurant Le Chamarel



Posé sur les hauteurs de ce village pittoresque dont il porte le nom, le restaurant Le Chamarel propose deux expériences gustatives uniques pour le petit-déjeuner et l'apéro. À travers le *Chamarel Morning Coffee Experience*, cette enseigne d'Island Living, filiale de Rogers, propose des crêpes salées ou sucrées, servies avec de la confiture fabriquée localement et un chutney, qui sont autant de saveurs authentiques de

notre île. Le visiteur peut aussi découvrir ce merveilleux produit du terroir qu'est Le Café de Chamarel. Cette expérience est une manière formidable de réveiller ses sens et de bien démarrer sa journée. Ce petit-déjeuner savoureux est servi entre 9 heures et 11 heures.

À l'heure de l'apéritif, dans l'après-midi, le restaurant a concocté *l'Afternoon Chamarel Rhumtails*. C'est l'opportunité

de siroter des rhums « *arrangés* » dans la plus pure tradition avec des fruits et des épices. Ces liqueurs sont servies avec des snacks et autres amuse-bouches locaux. Le client profitera du spectacle merveilleux qu'est le coucher de soleil, d'autant qu'il sera parfaitement installé avec une vue panoramique sur ce magnifique lagon de cette partie de l'île. Cet apéro hors du commun est servi entre 15 h 30 et 18 heures.

Rogers Capital forme ses conseillers en relation client

Répondre aux, voire dépasser, les attentes de ses clients. C'est avec cet objectif que Rogers Capital a offert à ses employés du département de *consumer finance* une formation axée sur la gestion de la relation client. Échelonnés sur une période de deux mois en début d'année, ces cours ont été assurés par une formatrice du cabinet Stafford & Chan, de Singapour.

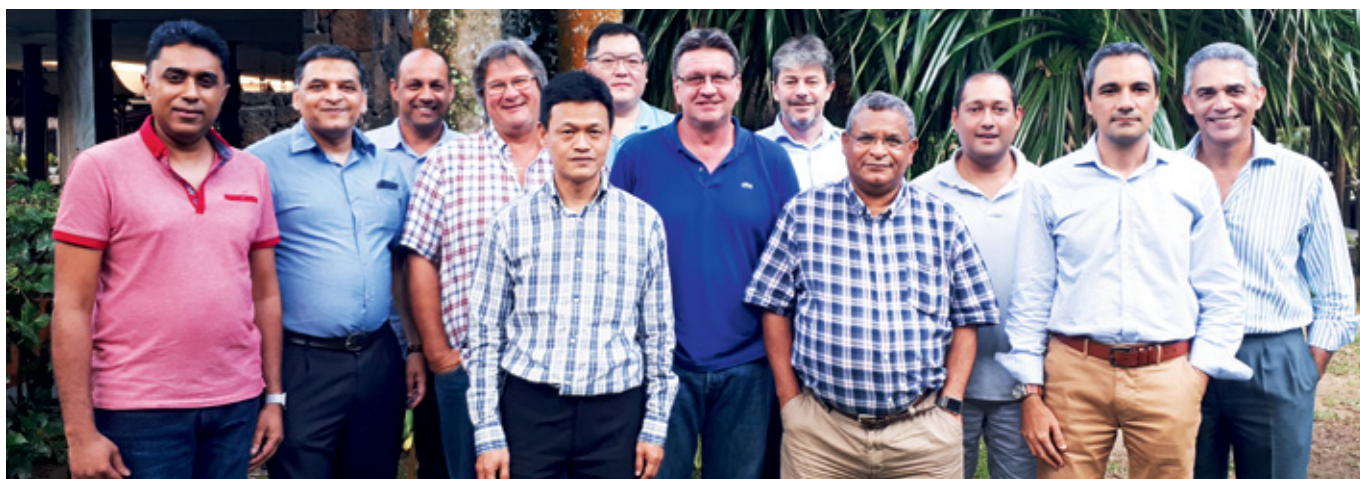
Taillée sur mesure pour Rogers Capital, cette formation s'est construite autour des valeurs de l'entreprise qui sont l'Excellence, l'Agilité et l'esprit pionnier. Cette formation s'est ainsi portée sur plusieurs domaines, comme les notions d'excellence dans le service et la relation client, l'image de la marque et la connaissance des produits proposés. Cela consiste souvent en de petites attentions, comme inviter le client à s'asseoir durant son temps d'attente ou à lui proposer une boisson.

Il s'agissait aussi d'offrir à ses employés les outils pour une plus grande autonomie



dans leur travail, comme être à l'initiative de solutions novatrices pour améliorer le service et avoir une certaine capacité à anticiper les besoins des clients. Suivant cette formation, une procédure avec des critères définis a été mise en place pour évaluer les équipes.

Rogers Capital investit dans ses employés et dans le principe de la relation client pour enrichir la valeur de sa marque. Les employés ayant été formés ont reçu une attestation de réussite lors d'une cérémonie organisée le 5 avril dernier à la Rogers House, à Port Louis.



Velogic réunit sa Leadership Team à Maurice

Faire le point sur les activités de l'entreprise et des différentes antennes. C'est dans cette optique que, chaque année, les *Regional* et *Country Managers* des cinq stations ainsi que les membres de la direction de Velogic se réunissent pour le *Network Meeting*. Cette année, c'est à l'hôtel Shandrani Beachcomber Resort & Spa à Blue Bay qu'ils se sont retrouvés du 10 au 13 avril.

Lors des différents ateliers de travail, chaque responsable a présenté ses réalisations durant l'année écoulée ainsi que sa stratégie et ses objectifs à court et moyen termes. Ils ont présenté leurs plans d'action pour chaque aire d'activité ainsi que leurs budgets pour l'année 2018-2019. Pour Velogic, cette rencontre permet à son équipe managériale d'analyser l'évolution de l'activité de chaque filiale, les

challenges auxquels elles sont confrontées selon leur contexte local.

« *Ce rendez-vous annuel permet aussi de raffermir les liens entre les différentes équipes, géographiquement éloignées les unes des autres* », explique Naveen Sangeelee, *Chief Finance Officer* de Velogic. Ainsi, le *Network Meeting* permet de valoriser, de développer et de crédibiliser le réseau avec Velogic.



BlueSky doublement primé

L'année commence bien pour BlueSky. L'agence de voyages, filiale de Rogers Aviation, a été récompensée pour ses belles performances en 2017. Elle a en effet décroché deux prix : celui du « No. 1 Sales Agent on South African Airways for 2017 » et celui du « Best Overall Agency », lors des Swan Travel Agents Awards.

BlueSky a reçu ce deuxième prix lors d'une cérémonie qui s'est tenue le 18 avril dernier. L'agence est récompensée pour sa performance en termes de vente d'assurance de voyage. « Nous sommes très heureux de recevoir le premier prix. Cela a été possible grâce aux efforts de nos équipes implantées à Maurice et dans la région. Nous arrivons à faire la différence face à la compétition et c'est l'une des raisons pour lesquelles nous sommes encore numéro un », souligne Soorya Oogarah, Managing Director de BlueSky, à l'issue des Swan Travel Agents Awards.

Nawaz Gobindram, invité à des forums d'affaires en Inde



LA JORDANIE, LE VIETNAM ET LA BELGIQUE OFFRENT DE RÉELLES OPPORTUNITÉS DE PARTENARIATS. INVITÉ À DIFFÉRENTS FORUMS D'AFFAIRES EN INDE, NAWAZ GOBINDRAM A EU L'OCCASION DE S'ENTREtenir AVEC DES HOMMES D'AFFAIRES DE CES TROIS PAYS. VELOGIC EST DÉJÀ EN CONTACT AVEC UNE DIZAINE DE SOCIÉTÉS DANS CES PAYS. À CES OCCASIONS, IL A RENCONTRÉ DE HAUTS DIGNITAIRES DE CES PAYS, NOTAMMENT LE PRÉSIDENT DU VIETNAM, LE ROI DE LA JORDANIE ET LE ROI PHILIPPE DE LA BELGIQUE (PHOTO).



Velogic à l'Uttar Pradesh Investors' Summit 2018

En février dernier, l'État de l'Uttar Pradesh en Inde a accueilli plus de 5 000 délégués pour l'UP Investors Summit 2018. Plusieurs pays étaient représentés à cette conférence, dont le Japon, les Pays-Bas, la Finlande, la République tchèque, la Thaïlande, la Slovaquie et Maurice. Ces délégations comprenaient des chefs d'État et de gouvernement, des ministres ainsi que des chefs d'entreprise, des syndicats et des universitaires. Nawaz Gobindram, Managing Director, Indian Sub Continent de Velogic, a participé aux travaux de cette conférence.

L'objectif de cette rencontre de haut niveau était de présenter les opportunités d'investissement et le potentiel dans les différents secteurs de cet État du nord de l'Inde.

À cette occasion, plus de 700 protocoles d'accord ont été finalisés. Les secteurs prioritaires mis en avant lors de ce sommet sont l'aviation civile, les produits laitiers, l'électronique, le tourisme, les énergies renouvelables, le cinéma, le tissage et le textile, l'agroalimentaire, l'informatique et les micro et petites et moyennes entreprises.

HIP HIP HIP, NO WASTE : HALTE AUX MAUVAISES HABITUDES !



Chaque geste compte. Chez soi, au bureau, à la plage, dans la rue ou en pleine nature, nous pouvons tous agir pour réduire les déchets et le gaspillage d'énergie. Lancée en mars dernier, la campagne de Rogers, intitulée *Hip Hip Hip, No Waste*, promeut 50 petits écogestes du quotidien pour en finir avec les mauvaises habitudes.

Le coup d'envoi de cette campagne, qui s'échelonne jusqu'à décembre 2018, a été donné le 12 avril par une opération de « plogging » dans les rues de Port Louis (voir plus bas). « *Pour cette campagne, Rogers ne se pose nullement en tant que donneur de leçon. Nous avons choisi l'accompagnement, l'éducation et la sensibilisation parce que nous nous sentons concernés par l'état des choses. Nous souhaitons, avant tout, adopter une démarche qui rassemble tous les Mauriciens et les incite à déployer leur énergie pour une belle cause* », explique Karine Curé, *Chief Marketing and Communication Executive* de Rogers.

Les filiales de Rogers participent pleinement à cette campagne en organisant leur propre activité. Certaines filiales, comme Veranda Leisure and Hospitality (VLH), Velogic et Ascencia, entre autres, ont déjà mis en œuvre certains projets écoresponsables.

Afin de soutenir cette campagne, plusieurs supports de communication ont été mis en place, dont une page interactive sur le site web de Rogers intitulée « 50 écogestes pour demain ». Les visiteurs peuvent visionner une mini-vidéo qui souligne ces petites habitudes à adopter pour changer les choses. Cette campagne accentue l'engagement du groupe pour la protection des écosystèmes marins et côtiers sous la bannière « Respect our Coast » – un engagement qui date de 2013.

50 éco-gestes à découvrir sur <https://rogers.mu/50/>

Plogging : la chasse aux déchets

Employés de Rogers ou bénévoles, ils sont une centaine à avoir participé aux deux opérations de « plogging » organisées par la Rogers Foundation en avril et juin. Tout droit venu de Suède, le « plogging » allie activité fitness et ramassage de déchets. Ainsi, plusieurs sacs de détritus – emballages en tous genres, bouteilles en plastique, mégots de cigarettes, entre autres – ont été collectés dans les rues de la capitale. « *Par une telle activité, notre objectif n'était nullement de nous substituer au service de voirie de la ville de Port Louis. Ce serait d'ailleurs impossible. Par contre, en ramassant les petits déchets qui se trouvent sur les trottoirs en fin de journée nous souhaitons éduquer et sensibiliser les gens* », déclare Audrey d'Hotman de Villiers-Desjardins, *CSR & Sustainability Manager* de Rogers.

Voir les vidéos :
<https://www.youtube.com/watch?v=7MusuS1Tp40>
<https://www.youtube.com/watch?v=igEpPqK2dhl>





WHY WE SHOULD REFUSE PLASTIC STRAWS

They are made in **10** minutes
Used in **20** minutes
and remain on earth forever since they are **NOT BIODEGRADABLE**

Did you know that about **90%** of marine animals have **EATEN PLASTIC**

Plastic straws require a great amount of **NON RENEWABLE RESOURCES**

It takes a lot of energy to make such a small piece of plastic. Restaurants throw away **45 000 PLASTIC STRAWS A YEAR**

Ocean Basket



Ocean Basket bannit les pailles en plastiques

Il faudra désormais faire sans. Depuis le 14 mai, Ocean Basket à Maurice, enseigne d'Island Living, a banni les pailles en plastiques de ses trois restaurants. Cette mesure s'inscrit dans le cadre de l'initiative *The Last Straw* prise par la maison mère en Afrique du Sud au début de cette année. Traduite en Kreol pour mieux s'adapter à la clientèle mauricienne, cette campagne s'intitule chez nous *Enn dernie pipet*.

Les pailles en plastiques sont l'un des objets à usage unique qui sont rarement envoyés au recyclage. Elles se retrouvent souvent dans les cours d'eau pour finir dans la mer et s'avèrent nocives pour la faune marine. Elles peuvent même contaminer la chaîne alimentaire lorsqu'elles sont ingérées par des poissons, notamment. De ce fait, cette pollution représente une réelle menace pour la pêche.

À Maurice, cette initiative est conduite en collaboration avec l'ONG Reef Conservation et s'inscrit dans le cadre de la campagne « Hip Hip Hip, No Waste » lancée par Rogers. Pour Kareesh Manraj, *Operations Manager* d'Ocean Basket à Maurice, cette campagne « devrait aussi amener le consommateur, et donc le client, à s'interroger sur la portée écologique de son mode de consommation – les pailles sont-elles essentielles ? – et à adopter, au quotidien, des habitudes et des réflexes éco responsables. » Avec 200 restaurants dans 16 pays, Ocean Basket est un « responsable ocean citizen », mettant en avant l'importance d'adopter une approche respectueuse des océans et de leurs ressources.

Bagatelle accueille son premier Green Market



Du 8 au 10 juin, Bagatelle Mall a accueilli son premier Green Market. Organisé par Ascencia dans le sillage de la Journée mondiale de l'environnement, observée le 5 juin, cet événement avait pour objectif d'informer et de sensibiliser les visiteurs à l'importance de protéger la planète. Pour l'occasion, plus d'une vingtaine d'exposants étaient présents, notamment des entreprises et des organisations non gouvernementales.

Les visiteurs ont ainsi découvert de nombreux services et solutions respectueux de l'environnement, comme des produits d'entretien bio pour la maison, des produits cosmétiques et des produits alimentaires 100 % naturels. Plusieurs entreprises spécialisées dans le recyclage des appareils électriques ou de papier étaient aussi parmi les exposants.

Grâce à l'ONG Mauritian Wildlife Foundation le public a été sensibilisé quant aux effets néfastes du plastique sur l'environnement. Sur le long terme, l'objectif est d'aller vers le zéro déchet en ayant recours au recyclage et à la transformation. Cela sera aussi possible en privilégiant les produits durables plutôt que des produits qui ont une durée de vie limitée et qui se retrouvent souvent dans la nature. À travers cette initiative, Ascencia démontre l'importance qu'elle accorde au développement durable. Plus qu'un projet ponctuel, ce marché compte devenir un rendez-vous annuel.

Rogers encourage le recyclage des déchets informatiques et électriques

Que faire de ses vieux écrans d'ordinateurs, claviers et autres câbles ? À cette question que de nombreuses entreprises se posent, Rogers a choisi le recyclage comme solution. En effet, le groupe et ses filiales font le choix du recyclage pour réduire l'impact de leurs déchets informatiques et électriques sur l'environnement, tout en s'engageant pour leur traçabilité. Cette initiative, qui s'inscrit dans le cadre de la campagne « Hip Hip Hip, No Waste », fait suite à une recommandation de Business Mauritius.

Cette opération a été mise en place avec le concours d'une entreprise locale spécialisée dans le recyclage de ce type de déchets. Les équipements électriques et informatiques contiennent des métaux lourds – aluminium, zinc, plomb, etc. – et des éléments chimiques hautement polluants et dangereux pour la santé et l'équilibre des écosystèmes. L'entreprise choisie a de ce fait été évaluée au préalable pour assurer que le recyclage se fait dans le respect de l'environnement et en conformité avec les normes européennes en la matière.

Qui dit recyclage dit aussi revalorisation. Car outre les éléments nocifs et polluants, ces équipements contiennent aussi des métaux précieux, comme l'or, l'argent ou encore le cuivre, qui peuvent avoir une valeur économique non négligeable. Plus qu'une initiative ponctuelle, ce



projet fera l'objet d'un suivi pointu mené en collaboration avec les *Sustainability Managers* de toutes les entreprises du groupe Rogers.

Cinquantième de l'indépendance : VLH organise une campagne de nettoyage

Pour les 50 ans de l'indépendance de Maurice, VLH a voulu renforcer son engagement citoyen en organisant une campagne de nettoyage et de sensibilisation, dont une collecte de vieux appareils électroménagers. Fours, réfrigérateurs ou encore lave-linge... autant d'encombrants qui finissent la plupart du temps dans la nature.

Et pour cause, ces appareils électroménagers ne sont généralement pas collectés par les services de voirie. Pour cela, certains hôtels Veranda Resorts ont mis à disposition du public des bennes de collecte pour y déposer les appareils électroménagers inutilisés qui ont ensuite été récupérés par la compagnie Green Ltd, spécialisée dans le recyclage.

Outre l'initiative concernant les encombrants, Veranda Resorts et Heritage Resorts ont organisé plusieurs campagnes de nettoyage et de sensibilisation durant le mois de mars. Plusieurs régions étaient concernées – comme des plages, bords de routes, de même que les villages à proximité des hôtels.



Cette campagne a aussi eu une dimension pédagogique en sensibilisant les écoliers en grade 5 et 6 des établissements voisins des hôtels de Veranda Resorts et d'Heritage Resorts. Un concours a été lancé pour inviter les écoliers à imaginer des objets

de la vie courante en redonnant vie à des déchets (bouchons ou bouteilles en plastique).

Les projets ont été évalués par un panel composé de bénévoles de VLH et les meilleurs ont été récompensés.

Veranda Resorts à l'écoute de Tamarin

Comprendre les besoins de la région. C'est avec cet objectif que Veranda Resorts a lancé une *Social Needs Analysis* dans la région de Tamarin. Ce travail, qui s'effectue avec la collaboration de l'organisation non gouvernementale Caritas, s'inscrit dans le cadre de la rénovation du Veranda Tamarin. Celle-ci est en cours et l'établissement rouvrira ses portes en octobre. Les données collectées sur le terrain serviront à l'élaboration d'un plan d'action avec des projets sociaux et communautaires adaptés à la région.

Cette étude complétée en juin a vu une participation active des habitants. En effet, une approche collaborative a été adoptée par les chercheurs et travailleurs sociaux impliqués dans ce travail. Outre des observations sur le terrain, ces derniers ont conduit des entretiens avec les habitants, favorisant ainsi la discussion et les échanges d'idées et d'information. Cette étude a fait un état des lieux des tendances socio-économiques et démographiques. La



main-d'œuvre et les besoins en formation, de même que les questions de santé publique, ont été pris en compte.

Pour Veranda Resorts, il s'agit non seulement d'identifier les faiblesses mais

aussi les forces et les ressources de la région et des habitants dans les quartiers.

À terme, le groupe a pour objectif de se positionner comme un partenaire des communautés locales.

Sukpak soutient les apiculteurs de Care-Co Rodrigues

Pour pallier le manque de nourriture, les apiculteurs de Care-Co Rodrigues nourrissent leurs abeilles au sirop de sucre. Pour les aider, Sukpak Ltd, filiale de Velogic spécialisée dans l'emballage de sucre pour l'exportation, a acheminé dans l'île quelque 400 kg de balayures de sucre. Cette cargaison a été envoyée en mars dernier.

L'envoi de cette cargaison de sucre représente un bel exemple d'économie circulaire, dont un des principes clés est l'utilisation, voire la transformation, des déchets d'une entreprise en matière première pour alimenter une autre industrie. Les balayures de sucre issues de l'emballage sont en effet considérées comme un déchet par Sukpak puisqu'elles sont impropres à la consommation. Cette entreprise de Rogers limite ainsi le gaspillage dans la production. Pour rappel, Sukpak adhère à l'initiative SEDEX qui fait la promotion des pratiques éthiques et sociales.

Ces balayures de sucre sont utilisées pour nourrir les essaims principalement hors période de floraison. Care-Co, fondée par Paul Draper, est une organisation à but non lucratif qui regroupe plusieurs petits producteurs de l'île au sein d'un programme de production de miel qui a démarré en 1994. Leur produit, outre d'être très prisé, a aussi été primé à l'international.



Heritage Le Château produit ses premiers légumes



Calebasses, brèdes tom pouce, lalo, carottes ou encore maïs... Lancé au début de cette année, le potager d'Heritage Le Château, à Bel Ombre, a produit ses premiers légumes. Une première récolte a été faite en mars avec un résultat prometteur. « L'idée derrière ce projet est de jeter les bases de la diversification agricole de la Compagnie Sucrière de Bel Ombre (CSBO) tout en apportant un coup d'œil paysager pour la mise en valeur des jardins arrières du

Château. Le potager est la vitrine du savoir-faire du domaine pour fournir les hôtels du groupe en produits de la région », explique Michel Pilot, Senior Manager, Agribusiness.

Pour ce projet, CSBO a bénéficié du savoir-faire des experts de la Chambre d'Agriculture de Maurice, notamment pour développer des pratiques culturales répondant aux principes de la smart agriculture.

Le projet est d'étendre la surface de production sur 12 hectares en associant les pratiques de l'agriculture intelligente et de l'agriculture bio. Objectif : répondre à la demande grandissante en produits de qualité du terroir et, ce faisant, réduire l'empreinte écologique des opérations du groupe. L'idée, à terme, est aussi de donner une nouvelle vocation aux terres actuellement sous culture de canne à sucre.

Roche Bois : Velogic soutient le jardin communautaire de Caritas

Produire soi-même ses légumes et ses herbes aromatiques. À travers un jardin communautaire, l'ONG Caritas souhaite encourager les femmes du quartier de Roche Bois à créer leur propre potager dans leur arrière-cour. Outre l'encouragement, l'objectif est surtout de leur transmettre le savoir-faire et les connaissances nécessaires pour ce type de culture. En tant qu'acteur économique de cette région, Velogic soutient financièrement ce projet à travers son programme CSR.

Bénéficiant des conseils techniques des officiers du Food and Agricultural Research and Extension Unit (FAREI), les participantes ont produit plusieurs légumes et herbes aromatiques, comme du thym, du persil, des brèdes, des laitues, des poivrons et bien d'autres légumes. Pour Sabrina l'Utile, responsable de Caritas à Roche Bois, ce projet est d'ores et déjà un succès.

En effet, après s'être fait la main dans le jardin communautaire, une des bénéficiaires a commencé son propre potager et arrive même à vendre une partie de sa production à d'autres habitants du quartier à un tarif très abordable. Les employés de Velogic ont eux aussi manifesté leur souhait d'acheter une partie de la récolte 100 % bio provenant de ce potager communautaire.





CULTURE D'ENTREPRISE, UN FACTEUR DE RÉUSSITE

Souvent abstraite et pourtant largement partagée par les employés, la culture d'entreprise est un élément essentiel dans toute organisation. Sans le savoir, parfois, elle éclaire les choix, détermine les attitudes au bureau et permet à l'entreprise de se différencier.

Le plus souvent, cette culture prend corps autour des valeurs promues par l'entreprise. « *Les valeurs permettent de créer une culture d'entreprise forte en fédérant tous les collaborateurs autour de principes communs, tant dans leur comportement que dans la prise de décision au quotidien* », explique Jean Cyril Jullienne, *Chief Human Resource Officer* de Veranda Leisure and Hospitality (VLH). En effet, la culture d'entreprise favorise la cohésion au sein de l'entreprise et produit un environnement de travail agréable, motivant, et de surcroît productif.

À différents niveaux, en créant ce sentiment d'appartenance à l'entreprise, elle donne une raison d'être aux activités ainsi qu'une identité forte à la compagnie. « *Les valeurs d'une entreprise, c'est son code génétique*, fait remarquer, pour sa part, Bertrand Abraham, *Chief Human Resource Officer* de Velogic. *Par conséquent, elles lui permettent de se démarquer des autres, y compris des concurrents qui produisent ou offrent le même type de marchandises ou de services.* »

Une culture forte est un élément important dans la gestion des ressources humaines. « *C'est essentiel dans le positionnement de l'entreprise comme un «Employer of Choice» et sert à retenir des talents, voire à en attirer*

d'autres », souligne Jean Cyril Jullienne. Conscients de l'importance de cela, Rogers et ses filiales ont mis en place plusieurs initiatives et mesures pour transmettre et faire vivre les valeurs par les employés.

Chez Rogers, c'est une culture entrepreneuriale qui est promue à travers les valeurs d'Agilité, de Leadership et de Dynamisme. Un *Management Development Programme* a été mis en place pour les managers des filiales. Philippe Espitalier-Noël, *Chief Executive Officer* du groupe, intervient sur les valeurs et la culture d'entreprise. À l'échelle des filiales, des activités sont organisées comme la journée sportive de Rogers Capital. À VLH, les valeurs sont au cœur de leur *Induction Programme* ainsi que des « *refresher sessions* » qui sont organisées régulièrement.

Outre la formation, des *Recognition Programmes* sont aussi institués comme les *Rogers Leaders Awards* qui récompensent les employés et les équipes qui mettent les valeurs en action. Parce que ce sont bien eux les meilleurs gardiens de la culture et des valeurs de leurs entreprises au quotidien.

Voir la vidéo sur :
https://www.youtube.com/watch?v=XHDk3X_L29Y



Questions à Manish Bundhun,
Chief Human Resources Executive du groupe Rogers

« Sans culture forte, on ne retient pas les gens »

Quel est le rôle des ressources humaines dans le développement de la culture d'entreprise ?

Nous sommes des facilitateurs. Notre objectif est de réunir les gens pour créer une synergie à travers des programmes de formation et de reconnaissance comme les «Rogers Leaders Awards». Pour le groupe, nous identifions les besoins de chaque secteur et les aidons à identifier leurs valeurs et à les faire vivre au sein de leurs entreprises. L'idée est que chacune d'entre elles ait des valeurs taillées sur mesure pour qu'elles puissent travailler en toute autonomie. Dans l'industrie des loisirs, une valeur clé est le « customer-centricity » alors que dans la FinTech, l'innovation est une valeur forte. On s'assure aussi qu'il y a un lien entre les valeurs du groupe et celles des secteurs. L'Agilité, par exemple, a été reprise par Rogers Aviation et Rogers Capital.

Comment les valeurs et la culture de l'entreprise guident-elles les employés au quotidien ?

Elles sont comme une boussole. Elles nous guident quant aux actions à prendre pour communiquer, célébrer, entre autres. Dans les

« Development Programmes » des différents secteurs, nous abordons aussi la question du comportement individuel. Au-delà d'être un guide, la culture d'entreprise sert d'agent fédérateur et de rétention. L'humain a besoin de faire partie d'une « *meaningful cause* », d'une tribu. Et cela a un impact sur tous les plans.

Quel est le lien entre la performance économique du groupe et sa culture d'entreprise ?

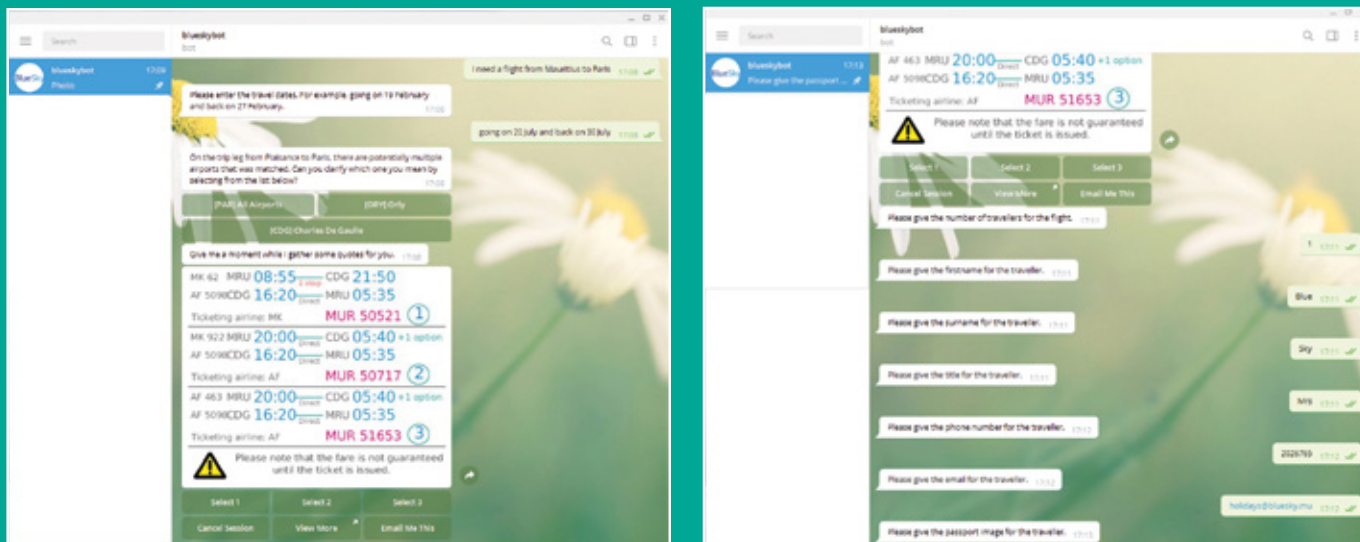
La culture permet de créer des équipes soudées et engagées. Une fois la notion d'engagement bien ancrée dans l'entreprise, elle permet d'ajouter de la valeur en termes de performance. Les gens voudront rester et donner le meilleur d'eux-mêmes. La culture donne un avantage concurrentiel qui ne peut être copié. Lorsqu'on arrive à créer cette culture qui valorise les gens et donne un sens d'appartenance et d'engagement, cela rajoute à la performance et à la stratégie. Sans culture forte, on ne retient pas les gens, et on passe son temps à recruter avec un effet néfaste sur le service qui en pâtit.

Rogers Aviation : des ateliers pour faire vivre les valeurs

Excellence. Créateur (trendsetter). Agilité. Depuis novembre 2017, Rogers Aviation a adopté ces trois valeurs qui guideront ses employés dans les opérations au quotidien. Afin de les faire adopter par toutes ces équipes dans tous les pays où elle opère, l'entreprise a mis en place un *Culture Development Programme* (CDP) avec des ateliers sur les différentes valeurs.

Fatima Suleman Haffejee était parmi les employés de Rogers Aviation Mozambique qui ont participé à ces ateliers cette année. « *Le CDP était une belle expérience, qui a été surtout productive. C'était une bonne opportunité de démontrer l'importance d'un travail d'équipe pour le succès de l'entreprise et pour offrir le meilleur service client qui soit* », explique Fatima, qui a rejoint l'entreprise en 2012. Ces ateliers seront suivis d'un programme de reconnaissance pour identifier et récompenser les équipes qui mettent les passions en action.





NOUVELLES TECHNOLOGIES : BLUESKY SE RAPPROCHE DE SES CLIENTS

BlueSky prend avantage des nouvelles technologies. L’agence de voyages a introduit plusieurs innovations pour traiter plus rapidement et efficacement les demandes, tout en se rapprochant davantage de ses clients. C’est ainsi que l’agence a recours à, d’une part, un chatbot pour traiter certaines requêtes de clients et faire des réservations de vol et, d’autre part, la messagerie instantanée *WhatsApp* pour répondre à certaines demandes.

En opération depuis juin, c’est désormais un chatbot qui renseigne les clients qui contactent BlueSky par courriel – quotes@bot.bluesky.mu – ou par la messagerie sécurisée Telegram. À travers ce dispositif, qui utilise l’intelligence artificielle, une demande de voyage est alors possible avec la formulation suivante : « I need a flight from... to ... » Ce chatbot va ensuite interagir avec le client afin d’affiner la demande en s’enquérant des dates de voyage, de ses coordonnées, etc. Ce dernier, après analyse de différentes possibilités, enverra automatiquement des options de vols au client. Une fois le choix fait, c’est le chatbot qui enregistrera et fera la réservation pour le vol choisi, avant de générer le billet sur le système de l’agence.

Le dossier est ensuite transféré à un agent qui le finalise et procède alors au paiement. L’avantage de cette technologie est multiple, en

relevant notamment les *Digital Travel Consultants* de certaines tâches fastidieuses et répétitives. Pour le client, cette technologie offre une instantanéité dans la gestion des demandes, notamment lorsque celles-ci passent par *Telegram*, dont l’application est téléchargeable sur ordinateurs et téléphones portables.

C’est dans ce même souci d’instantanéité que l’agence donne aux internautes l’opportunité de lui envoyer leur demande d’information par *WhatsApp* via son site web. Il suffit à l’internaute de cliquer sur cette icône et de scanner un QR Code qui apparaît à l’écran pour accéder à son compte *WhatsApp* sur un ordinateur. L’utilisateur peut alors écrire son message qui arrivera directement sur le téléphone portable d’un agent de BlueSky qui est chargé d’y répondre. Les premiers retours sur ce nouveau dispositif sont positifs.

HERITAGE LE CHÂTEAU

UNE EXPÉRIENCE INOUBLIABLE



C'est un voyage dans le temps que vous propose Heritage Le Château. Située au domaine d'Heritage Bel Ombre, cette magnifique demeure peut être vôtre le temps d'un séjour. Qu'il soit d'ici ou d'ailleurs, le charme et la beauté des lieux permettent au visiteur de goûter à la vie de château.

Situé entre la montagne et le lagon à Bel Ombre, Heritage Le Château est un lieu d'exception. Entièrement rénové en 2017, ce château datant du XIX^e siècle dispose d'une suite privée qui peut être louée le temps d'une nuit. L'hôte occupera la suite présidentielle située au premier étage. Luxueusement équipée, cette partie privée du château compte un salon à l'ancienne, une salle à manger, un boudoir et une chambre à coucher d'exception.

Au-delà du décor et de l'architecture, c'est l'accueil et le service qui participent à sublimer un séjour. Au rez-de-chaussée, le visiteur découvrira le restaurant gastronomique, ouvert tous les jours. La carte, signée par le chef étoilé David Toutain, promet une cuisine raffinée, qui peut s'accompagner d'une sélection de grands crus exposée dans une cave à vins vitrée. L'hôte se laissera guider par les conseils avisés du sommelier du restaurant.

Personnage incontournable du domaine, le valet du Château, Kadress, sera aux petits soins. Avec son sens inné de l'hospitalité, attentif à tout, il anticipe les besoins du client. Le luxe et le service d'exception participent au raffinement qu'offre ce joyau architectural. C'est dans cet esprit qu'après une nuit paisible, le petit-déjeuner est servi sous la varangue du château qui encercle la demeure. Elle offre au visiteur une vue imprenable sur les jardins à la française qui ont aussi



connu des travaux d'envergure. Ils rappellent inéluctablement les origines de cette région, tournée vers la culture de la canne à sucre, à travers son style de plantation.

Pour les plus sportifs, la matinée peut se conclure par une partie de golf d'anthologie sur l'un des plus beaux parcours de championnat de l'île. L'occupant du château n'aura alors qu'à solliciter la voiturette attitrée du château pour s'y rendre.

À LA DÉCOUVERTE DE LA **BIOSPHERE DE BEL OMBRE**



C'est un patrimoine naturel d'une exceptionnelle richesse. Préservée et protégée, la Réserve de Biosphère de l'UNESCO de Bel Ombre se trouve en bordure de Plaine Champagne. Étendu sur 3,594 hectares, le cœur de ce riche écosystème se trouve dans le Parc national des Gorges de la Rivière Noire, géré par la *National Parks and Conservation Service (NPCS)*. Depuis 1977, toute cette région fait partie du réseau mondial des réserves de biosphère du programme sur l'Homme et la Biosphère de l'UNESCO.

C'est à bord d'un buggy, au départ du centre d'accueil d'Heritage Nature Reserve à Beau Champs, que notre visite démarre. Accompagnés de Jean Claude Sevathian, botaniste et consultant indépendant, nous prenons la direction de la zone centrale de cette biosphère qui se trouve dans le Parc national des Gorges de la Rivière Noire. Après avoir longé la Rivière Jacotet et traversé des champs de canne, nous entrons dans le Parc national.

Le tracé que nous empruntons, Jean Claude Sevathian le connaît par cœur. Mandaté par la Compagnie Sucrière de Bel Ombre (CSBO), il a aligné d'anciens sentiers pour offrir un parcours qui emmènera les visiteurs à la découverte des richesses de cette biodiversité cachées au cœur de la biosphère. Un sentier, long de 4,8 km, a déjà été balisé et sera prochainement soumis aux autorités concernées pour être approuvé.

La végétation, sous la canopée, varie d'un endroit à l'autre. Elle est tantôt dense, tantôt clairsemée. « *C'est une forêt en bonne santé* », nous explique le consultant sur ce projet. Dès les premiers pas, nous découvrons des arbres endémiques centenaires, comme le bois de natte qui peut atteindre 25 mètres.

Au fil de la balade, nous découvrons plusieurs espèces endémiques comme les bois colophane bâtard, bois tambour, manglier, vacoa, bois pigeon ou encore bois d'ébène noir, reconnaissables à leur tronc noir. On peut aussi observer différentes fougères endémiques.

« *Grâce à ce projet, nous pourrions aider au travail de préservation et de conservation ainsi qu'à la conscientisation et l'éducation botanique du grand public* », soutient Jean Claude Sevathian. À terme, ce parcours sera aménagé et sécurisé, et accueillera des visites proposées par Heritage Nature Reserve, avec l'objectif de mieux faire connaître cette somptueuse biodiversité. Car cette forêt est le lieu rêvé pour admirer des oiseaux endémiques rares de l'île, comme le coq des bois, le paille-en-queue, le merle et le pic pic. D'autres espèces peuplent cette forêt, comme la crécerelle, le cateau vert ou encore le pigeon des mares qui a été réintroduit dans la région, sauvant ainsi cette espèce de l'extinction.

Escarpé, avec des pentes parfois raides, ce parcours réserve aux visiteurs de belles surprises, comme des points de vue sublimes sur le lagon de Bel Ombre ou encore la découverte de la sublime Cascade Citronnier.



Restauration de la Rivière Jacotet

Parallèlement au projet de créer ce parcours à l'intérieur de la biosphère, CSBO et Island Living travaillent aussi sur un projet, qui sera soumis aux autorités, pour restaurer les berges de la Rivière Jacotet. Celles-ci étant perturbées par des espèces exotiques envahissantes, l'objectif de ce projet est de réintroduire des plantes endémiques sur ces espaces avec des techniques de contrôle. « *Nous allons recenser toutes les plantes endémiques de la forêt de Bel Ombre et en dresser une liste complète. Le travail consistera ensuite à récupérer des graines, des plantules, et des boutures que nous ferons multiplier à la pépinière de CSBO, avant de les replanter* », explique Jean Claude Sevathian.

C'est quoi une réserve de biosphère de l'UNESCO ?

Comme Bel Ombre, il existe à ce jour 669 réserves de biosphère dans plus de 120 pays. En Afrique, il existe 75 sites répartis dans 28 pays. Dans chaque réserve, des efforts sont faits pour concilier la conservation de la biodiversité et son utilisation durable. Elle sert à étudier et à gérer les changements et les interactions entre l'activité humaine et les écosystèmes.

Réunissant une faune et une flore d'exception, une réserve de biosphère de l'UNESCO se compose de trois zones différentes et pourtant interdépendantes. L'aire centrale est la zone sensible puisqu'elle abrite un écosystème qui doit être protégé et conservé à tout prix. Cette aire est entourée d'une zone tampon qui est utilisée

pour des activités écologiquement viables, comme la recherche et le suivi scientifique des espèces, la formation ou encore l'éducation et la sensibilisation. Ces deux espaces sont ensuite entourés d'une zone de transition qui permet un développement économique et humain qui soit socioculturellement et écologiquement durable.



50 ÉCO-GESTES POUR DEMAIN

Si le cinquantenaire de notre indépendance est une étape clé, un anniversaire à célébrer en fanfare, il nous reste encore beaucoup à accomplir, en tant que peuple, en tant que nation.

Ensemble, imaginons un avenir durable et œuvrons pour assurer la pérennité de notre patrie pour les générations à venir.

Ensemble, incarnons le changement que nous souhaitons voir autour de nous.

Energy drives Sustainability



Rogers

Focused Energy, Every Day

FINTECH | HOSPITALITY | LOGISTICS | PROPERTY