



LE MAGAZINE RÉSEAU DE ROGERS / JUILLET 2019

# network

## DOSSIER

*Gestion de golf :  
une filière d'avenir*

## FOCUS

*Domino's Pizza  
Une enseigne pleine d'ambition*

# #93



Rogers

07



# SOMMAIRE

**03** Éditorial

**04** Le mot du CEO

**07** Actus

**16** Energy Drives People

**17** Développement durable  
Dégâts post-cycloniques : Rogers offre des semences aux planteurs rodriguais

**22** Dossier  
Gestion de golf, une filière d'avenir

**24** Focus  
Domino's Pizza : une enseigne pleine d'ambition

**25** Initiatives  
Les Stories du Telfair : une palette d'expériences uniques

**26** @BEL OMBRE  
BAY2BAY TOUR : À LA DÉCOUVERTE DES TRÉSORS DU SUD



16



24





## ÉDITORIAL

**Belinda Vacher**  
Chief Projects and Sustainability Executive

### Penser demain

Veiller à la pérennité des projets et anticiper leurs impacts, aussi bien économiques, sociaux qu'écologiques, seront au cœur de mes préoccupations. Au début de juin, c'est avec honneur et enthousiasme que j'ai pris mes nouvelles fonctions comme *Chief Projects and Sustainability Executive* de Rogers. Cela s'inscrit dans la vision du groupe d'installer le développement durable et inclusif au cœur de nos projets et de nos opérations au quotidien.

Cet effort, commencé il y a plusieurs années déjà, devra être accentué. En lisant cette édition de *Network*, il ne fait aucun doute que cet engagement, pris par la direction du groupe et adopté à tous les échelons, produit déjà des résultats prometteurs. Qu'importe le secteur dans lequel elles évoluent, les filiales sont tournées vers l'avenir, avec une analyse pointue de l'impact de leurs activités sur l'environnement et la communauté.

Vous découvrirez dans cette édition les initiatives de ces filiales qui pensent l'avenir. Ascencia, en équipant quatre de ses centres commerciaux de panneaux photovoltaïques, et Heritage Nature Reserve, en bannissant les bouteilles en plastique, sont de belles illustrations de cet état d'esprit qui nous anime.

Comme il l'a toujours été au fil de son histoire, Rogers compte demeurer cet acteur économique responsable et fiable qui a su répondre aux défis du développement mauricien. Les problématiques du développement durable et inclusif ne comportent pas uniquement des défis environnementaux.

Les enjeux sont aujourd'hui liés entre eux, ce qui nous impose une approche holistique. Il est donc essentiel de comprendre les mutations en cours, qui rendent l'univers des affaires ultra-compétitif. À nous de nous démarquer et de proposer du sur-mesure. C'est dans cette optique que Rogers Capital Technology a revu sa stratégie pour miser davantage sur l'accompagnement client. Alors qu'Islandian, agence de voyages en ligne, a lancé un service de conciergerie, unique à Maurice, à travers une application mobile.

Face à ces problématiques, les solutions sont multiples. Nous devons les explorer et les adapter à nos contextes.

Demain se conçoit aujourd'hui.

Bonne lecture.

#### **PUBLICATION DE ROGERS**

Directrice de la publication: Belinda Vacher

**LE COMITÉ DE RÉDACTION :** Christine Decosta • Manish Bundhun • Audrey d'Hotman de Villiers • Frédéric Curé • Annick Corroy • Alexander Fletcher • Jean Cyril Jullienne • Candice Yon • Julie Daruty • Bertrand Abraham • Ania Adelaide • Henna Ebrahim • Jessica Geneve • Elvyna Moorba • Melissa Dalais

Rogers House, Port Louis

<https://facebook.com/RogersMauritius/>

<https://linkedin.com/company/rogers-group/>

**RÉALISATION :** Evolution Ltd



# CO-CRÉONS L'AVENIR

**PHILIPPE ESPITALIER-NOËL,  
CEO DE ROGERS**

## LE MOT DU CEO

**2019 est une année charnière pour Rogers. Alors que le groupe fête ses 120 ans, il a lancé une réflexion afin d'affiner sa stratégie pour les années à venir.**

Dans nos « served markets », de nouvelles opportunités font surface, et nous devons les saisir. En revanche, les industries textile et sucrière font face à de nouveaux défis, entraînant des incertitudes dans d'autres secteurs qui en dépendent, comme la logistique, où nous sommes présents à travers Velogic. Depuis décembre 2018, nous constatons aussi une baisse de fréquentation dans les hôtels de l'île alors que l'offshore connaît un ralentissement.

Dans cette conjoncture, il est primordial d'enclencher des initiatives pour dynamiser nos opérations, les maintenir sur le chemin de la croissance et protéger les emplois. C'est la voie que nous avons choisie pour assurer la croissance du groupe. Nous avons ainsi identifié, outre le marketing et la stratégie HR, quatre piliers sur lesquels reposera le prochain plan stratégique.

La digitalisation, portée par les avancées technologiques, sera un des leviers de notre croissance. Elle redessiner notre relation avec nos clients et il s'agira pour nous de tirer profit des possibilités qu'elle nous offre.

L'excellence opérationnelle est au cœur de nos discussions qui devront nous conduire à repenser notre fonctionnement. Les gains en efficacité et l'excellence opérationnelle doivent être menés par les hommes et les femmes qui font avancer Rogers. Il sera nécessaire pour nous de leur offrir le cadre approprié afin qu'ils puissent s'épanouir et donner le meilleur d'eux-mêmes.

Élément essentiel de toute stratégie, le développement durable et inclusif aura une place prépondérante dans nos décisions. Nous mettons en place, dans cette optique, un comité du conseil pour redéfinir l'initiative du développement durable et inclusif au sein du groupe. Nous avons beaucoup fait ; en revanche beaucoup doit encore être fait.

Le dialogue s'est institué entre la communauté des affaires et le secteur public sur de nombreux projets mis en avant par les sous-comités de la Sustainable and Inclusive Growth Commission de Business Mauritius. Les défis climatiques et écologiques sont réels : notre pays est le 13<sup>e</sup>

pays le plus vulnérable au monde. Sensibilisés à la question, les acteurs économiques sont désormais conscients qu'il est primordial de repenser leurs activités.

Finalement, nous avons la conviction que la croissance de demain passera par une internationalisation plus poussée de nos opérations. Nous nous sommes engagés dans cette voie depuis plusieurs années. Il s'agit à présent de donner une nouvelle impulsion à cette dynamique. Au-delà de la commercialisation de nos services, l'internationalisation comprend aussi l'intégration, dans nos équipes, de compétences étrangères. Des efforts doivent encore être faits pour créer l'environnement propice à cet enrichissement.

Le plan stratégique sera une feuille de route qui nous aidera à co-construire l'avenir. Il induira des ajustements à tous les échelons. Nous aurons à approfondir une de nos valeurs qui nous caractérise le mieux : l'agilité. C'est un état d'esprit essentiel pour avancer, en incorporant, au fur et à mesure, les nouvelles données pour répondre aux nouvelles problématiques qui se posent à nous.

Au fil de ses 120 ans d'histoire, Rogers a su constamment s'ajuster aux besoins du pays, ceux de la société et de son économie. Nous

avons toujours été guidés par cette volonté d'être des acteurs de premier plan dans les secteurs où nous évoluons. C'est ainsi que nous avons acquis et consolidé notre positionnement.

Davantage qu'une ambition, c'est une énergie qui nous pousse à aller chaque jour plus loin, avec une « Can Do attitude ». Aujourd'hui, plus que jamais, notre objectif est de créer de la valeur sur le long terme pour nos clients, nos actionnaires, nos employés, nos partenaires et la population dans son ensemble.

Les mutations à venir seront passionnantes même si elles demanderont des efforts. Je n'ai aucun doute que nous serons tous ensemble les architectes du Rogers de demain.

La digitalisation,  
portée par les  
avancées  
technologiques,  
sera un des leviers  
de notre croissance.

## Plan stratégique : cinq questions pour tout comprendre



Rogers a lancé la réflexion pour son plan stratégique 2019-2023. Le coup d'envoi a été donné le 15 mars dernier à travers une séance de travail. Voici les réponses aux cinq questions que vous vous posez à ce sujet.

### 1. LE PLAN STRATÉGIQUE, C'EST QUOI ?

Le plan stratégique (2019-2023) établit le cap pour les activités du groupe pour les quatre prochaines années. C'est une feuille de route donnant la direction, les objectifs et ambitions de l'entreprise, ainsi que les actions qu'elle devra entreprendre pour poursuivre sa croissance. L'élaboration d'un plan stratégique est le fruit d'un travail assidu d'études de marché, d'études de satisfaction clientèle et autres démarches visant à comprendre l'évolution du marché et de l'environnement concurrentiel.

### 2. POURQUOI EST-CE NÉCESSAIRE ?

Un plan stratégique permet à l'entreprise de poser des jalons qui lui serviront par la suite à préciser la direction, à faire le point et à mesurer le chemin parcouru. En d'autres termes, il offre la possibilité de réfléchir aux étapes suivantes et aux mesures à prendre pour s'adapter à un environnement qui évolue à la vitesse grand V. L'objectif étant de se surpasser dans son environnement concurrentiel. De plus, il est important pour le groupe d'avoir une vision globale des problématiques actuelles et d'avoir une attitude volontariste et agile afin de répondre au mieux aux besoins des clients. Si le changement est inévitable, la croissance est, elle, intentionnelle. Un plan stratégique offre ainsi les moyens de préciser ces intentions.

### 3. QUI EST CHARGÉ DE LE DÉFINIR ?

Dans chaque secteur et entreprise de Rogers, les équipes sont au cœur même de cette réflexion. Elles sont appelées à repenser leurs business plans, en gardant en tête des éléments cruciaux tels leurs plans marketing, leurs stratégies des ressources humaines ou encore leurs plans d'actions pour assurer un développement durable et inclusif. Pour l'accompagner, Rogers a fait appel à EY-Parthenon

(France). Ce cabinet d'expertise-comptable a été choisi pour sa connaissance des activités du groupe. En effet, EY-Parthenon a travaillé avec le groupe ENL pour l'élaboration de son Plan Stratégique 2020. En interne, Rogers a aussi constitué une équipe qui pilote le processus. Elle est composée de Manish Bundhun, *Chief Human Resources Executive*, Damien Mamet, *Chief Finance Executive*, Sharona Ramdoss, *Corporate Manager - Advisory* chez Rogers et Mehul Bhatt, *Regional Head* pour la région Afrique de l'Est chez Velogic, et les différents CEO des secteurs.

### 4. QUELS SERONT LES PILIERS DE CE PLAN ?

Il reposera sur six leviers clés qui seront les moteurs principaux du changement : le marketing, la stratégie HR, le digital, l'excellence opérationnelle, le développement durable et inclusif et l'internationalisation. Ces leviers conduiront Rogers à renforcer son positionnement comme leader dans ses métiers de prédilection.

### 5. ET QU'EN EST-IL DE L'ÉTAPE D'EXÉCUTION ?

Dans un premier temps, il faut s'assurer de communiquer ce plan en interne, de le diffuser aux équipes, tout en fédérant les employés autour d'objectifs communs. Il est en effet important que les ambitions soient alignées afin que nous puissions atteindre de nouveaux niveaux d'excellence. Nous devons aussi étendre ces objectifs à tout le groupe avec une visée de co-création de valeur, de solutions et de produits pour nos marchés, en nous inscrivant bien entendu dans une perspective durable. Nous allons aussi mesurer les données régulièrement sur les plans quantitatif et qualitatif dans une optique d'optimisation de nos efforts en nous appuyant sur le marketing, la stratégie HR, le digital, l'excellence opérationnelle, le développement durable et inclusif et l'internationalisation.

## Le Café de Chamarel se renouvelle

De nouveaux arômes dans des emballages revisités. Le Café de Chamarel a réalisé un exercice de rebranding qui débouche sur la commercialisation de trois nouveaux « blends » de ce café qu'on ne présente plus.

Produite désormais sous le label Made in Moris, la marque introduit quatre nouvelles gammes. Le *Grand Matin* est le catalyseur d'une journée parfaite et pleine d'énergie puisqu'il réveille vos sens avec les effluves intenses. Le *Classic*, composé de grains soigneusement sélectionnés et délicatement torréfiés, est la garantie d'un moment de détente et de réconfort autour d'un café au bouquet raffiné et recherché. Le *Premium* est, quant à lui, un café d'exception, résultant d'un savoir-faire traditionnel et ancestral. Et, finalement, le *Grand Cru*, commercialisé dans le courant de ce mois, idéal pour conclure un repas, révèle la magie de ce terroir unique à travers des arômes fruités et corsés.

C'est en 1967 que la culture de café a débuté dans la région, avec une première récolte en 1970. Les grains étaient alors acheminés vers Case Noyale où le climat était plus propice au séchage. Aujourd'hui encore, ce procédé est resté le même.



En 2012, de nouvelles plantations sont créées alors qu'en parallèle, le système de la transformation se modernise avec l'acquisition d'une dépulpeuse. Ce café est aujourd'hui le seul à être à la fois cultivé et torréfié à des fins commerciales à Maurice.

Plus qu'un breuvage, le Café de Chamarel est synonyme d'un savoir-faire unique. Disponible sur toutes les étagères des grandes surfaces à travers l'île, ce café est recherché par les touristes comme cadeau-souvenir.

## Metro Express : Velogic relève le défi logistique



Velogic participe activement au chantier du Metro Express. En effet, l'entreprise du groupe Rogers met son savoir-faire et son expertise au service de *Larsen & Toubro*, compagnie indienne responsable de ces travaux d'infrastructure. Depuis le début du chantier, Velogic s'est chargé de la

manutention de quelque 700 conteneurs en provenance de plusieurs pays à travers le monde.

Fret, dédouanement ou encore transport d'équipement d'un site à l'autre, c'est toute une palette de services que déploie Velogic pour assister au mieux l'entreprise

indienne. Le transport des rails a notamment demandé des arrangements logistiques hors du commun. Pour certaines livraisons, les équipes ont dû travailler 24 heures sur 24 durant plusieurs jours. « Chaque rail mesure 18 mètres et pèse environ une tonne. Pour les transporter, nous avons dû utiliser des remorques spéciales. Pour relever ce défi, nous avons travaillé de concert avec les autorités portuaires, le bateau ainsi que les motards de la police qui nous ont escortés sur la route du port jusqu'au dépôt à La Vigie », explique Radha Ramprosand, Key Account Manager chez Velogic.

Outre les rails, le spécialiste en logistique s'est occupé du transport des équipements et des matériaux, ainsi que de leur transfert entre les différents sites. « Chaque expédition est différente et a nécessité une logistique particulière », soutient-elle. Au-delà de la logistique, Velogic s'est aussi chargée du fret maritime et aérien pour certaines cargaisons, principalement du Qatar et d'Inde.

# MAURITIUS WELLNESS FESTIVAL BY HERITAGE RESORTS

## UNE PREMIÈRE ÉDITION RÉUSSIE



Le Mauritius Wellness Festival by Heritage Resorts a tenu toutes ses promesses. La première édition a eu lieu du 3 au 5 mai. Pour l'occasion, l'Heritage C Beach Club à Bel Ombre s'était transformé en *wellness village* pour accueillir des séances de wellness, des causeries et des ateliers. C'est le premier Wellness Festival jamais organisé dans la région.

De nombreux spécialistes internationaux et locaux, dans différents domaines liés au wellness, tels la naturopathie, le yoga ou encore en kinésithérapie, étaient présents. Ainsi, durant trois jours, de 5 heures du matin à 22 heures, les participants ont eu droit à une vingtaine de séances, de causeries et d'ateliers centrés sur

le bien-être. Ils ont eu l'opportunité d'améliorer leur pratique des activités de bien-être comme le yoga, mais aussi d'apprendre de nouvelles techniques.

*« Nous avons eu des retours vraiment positifs et encourageants. L'événement a su tirer profit de la géographie de Bel Ombre, qui mêle nature, montagnes, mer et rivière. L'accueil et la gentillesse ont donné une dimension émotionnelle et humaine très forte au concept du festival. Cela a été très apprécié par les participants, particulièrement par les journalistes étrangers et experts internationaux venus des quatre coins du monde »,* souligne Candice Couacaud-Yon, *Communication & PR Manager* de VLH.

Outre des activités au *wellness village*, des sorties en pleine nature étaient au programme, emmenant les participants à la découverte de différents sites comme Le Morne, Chamarel, les Gorges de la Rivière Noire, la La-Roche-qui-pleure à Souillac, ou encore la Réserve de Biosphère de Bel Ombre. *« En offrant ces sorties, nous nous sommes démarqués d'autres festivals qui se déroulent généralement sur un seul site et en vase clos »,* soutient Candice Couacaud-Yon.

À travers ce projet, Heritage Resorts se positionne sur le marché du tourisme de bien-être, tout en mettant en lumière la destination Maurice pour ce segment porteur.



## Rogers Capital réunit ses équipes sous le même toit

C'est fait ! Après plusieurs mois de travaux, Rogers Capital occupe désormais ses nouveaux espaces au Rogers House à Port Louis. Grâce à ces nouveaux locaux, les équipes des trois pôles d'activités de l'entreprise – corporate services, financial services et technology services – sont désormais sous le même toit. Modernes et tendance, ces bureaux offrent un environnement idéal aussi bien aux équipes qu'aux clients qui sont de passage.

## Rogers Capital Technology mise sur l'accompagnement client



Une nouvelle stratégie pour mieux accompagner et répondre aux besoins de ses clients. Depuis février 2019, Rogers Capital – Technology a mis en place une nouvelle approche de *Key Account Management*. « À travers cette stratégie, nous voulons nous rapprocher de nos clients, être à leur écoute et mieux répondre à leurs besoins en matière technologique. L'objectif est d'accompagner la croissance de leurs entreprises », explique Dev Hurkoo, *Managing Director* de Rogers Capital – Technology.

Cette nouvelle stratégie passe par le renforcement de l'équipe commerciale. « Nous rapprocher de nos clients, c'est avoir des réunions plus régulières avec les directeurs et les responsables informatiques de ces entreprises. D'où l'idée de renforcer nos équipes pour une meilleure force de frappe », fait ressortir, pour sa part, Manish Rajwani, *Head of Business Development*. Ainsi, chaque client aura un *Key Account Management* dédié. À travers cette attention particulière, l'objectif de Rogers Capital – Technology est de mieux appréhender les besoins de ses clients avec des produits et services taillés sur mesure.

Cette nouvelle approche s'inscrit dans une réorganisation des structures au sein de l'entreprise, effectuée en 2018, autour de quatre pôles d'activités et services. Le pôle *Managed Datacomm and Security Services* est dirigé par Ranveer Seetaloo, le *Cloud and Enterprise Infrastructure* par Dik Heeroo, le *Digital and Data Services* par Gary Allagapen alors que celui du *Endpoint Services* est piloté par Christian Fong. Reshma Dookhy, *Head of Customer Service* et Alain Lim, *Head of Operations*, viennent compléter cette nouvelle équipe de direction.

### Rogers Capital Technology en quelques chiffres

- 20 ans d'expérience
- +125 professionnels
- USD 10 M de revenus annuels
- +400 clients

## Heritage Nature Reserve vous emmène pique-niquer

Ce sont de belles expériences à vivre. Heritage Nature Reserve a imaginé deux concepts uniques de pique-nique en pleine nature. Le premier vous emmène au cœur de la réserve de Frédérica pour un moment de calme et d'intimité avec vos proches. Deux aires de pique-nique ont ainsi été aménagées sur les berges de la rivière Jacotet la première (connue comme le Pique-Nique Cipayes) et une autre à proximité de la cascade de Frédérica (appelée Pique-Nique Frédérica). Sur place, c'est dans une capsule (pod) que les clients peuvent prendre place pour profiter de splendides panoramas à l'abri des moustiques.

Le deuxième concept proposé aux clients est une visite guidée, à bord d'un tout-terrain de la marque Land Rover, le long d'un itinéraire tracé sur la côte sud-ouest de l'île. Avec plusieurs escales prévues, la balade emmène les visiteurs à Macondé, au Morne mais surtout au cœur de la Réserve de Biosphère de l'UNESCO à Bel Ombre, avant de prendre fin au Pique-Nique Frédérica.



Mais que serait un pique-nique sans déjeuner ? Heritage Nature Reserve prévoit pour l'occasion un repas de trois services avec des mets raffinés qui s'accompagnent

de vin et de champagne. Pour s'amuser, les pique-niqueurs auront le choix entre une variété de jeux comme le « Molky », le « Tic Tac Toe », le Monopoly ou les dominos.



## RISE : Rogers forme ses équipes de vente



deuxième temps, les Sales Managers. L'objectif de cette formation est d'accompagner les professionnels de la vente à parfaire leurs compétences et à acquérir de nouvelles connaissances pour mieux répondre aux besoins de leur clientèle. Le but est de consolider la relation de confiance entre les clients et l'équipe de vente. Le contenu du programme a été taillé sur mesure pour répondre aux exigences des activités du groupe.

La gestion du temps et du stress, l'organisation du travail pour mieux définir les priorités ou encore la maîtrise de la langue pour améliorer la communication avec les clients sont les quelques sujets abordés dans ce cours. D'autres sujets, tels que le « *self-leadership* » et le « *personal branding* », pour mieux correspondre aux valeurs de l'entreprise, font aussi partie de cet enseignement. Les participants au programme RISE ont été au préalable évalués. Une deuxième évaluation est prévue à l'issue de la formation afin de juger des résultats concrets de la formation.

Les équipes de vente sont un maillon important d'une entreprise. C'est pour cela que la Rogers Academy, en collaboration avec Stafford & Chan (Singapore), a conçu et lancé un programme de formation interne axé sur la vente. Basé sur quatre piliers que sont les relations, l'influence, le service et l'excellence, ce programme,

connu sous l'acronyme RISE, sera d'une durée de huit mois. Il a débuté le 16 janvier dernier.

Élaborée sur deux niveaux, cette formation concerne dans un premier temps toutes les équipes de vente du groupe Rogers, et ciblera, dans un

## Réflexion stratégique pour le staff de Velogic



L'univers de la logistique s'apprête à vivre de grandes mutations. Afin de préparer ses équipes à relever les défis qui s'annoncent, Velogic a organisé au début de l'année un *Strategic Visioning Workshop*. Ainsi, du 15 janvier au 19 mars, 360 employés de l'entreprise ont pris part à cet atelier animé par le consultant Fareed Jaunboc à la Trevesa House, à Mer Rouge.

Cet atelier découle des résultats du dernier *Engagement Survey* qui est effectué tous les deux ans et coïncide avec le nouveau plan stratégique

en préparation pour la période 2019-2023. « *Cet exercice a pour but d'écouter les employés et de réfléchir ensemble à des solutions pour affronter ce "VUCA world" dans lequel nous vivons où tout est volatil, incertain, complexe et ambigu* », explique Lindsay Raboude, *Human Resource Manager Operation*. Cette initiative vise aussi à offrir aux employés les outils nécessaires pour s'adapter aux changements à venir dans leur secteur, comme l'informatisation des procédures douanières, mises en œuvre par la *Mauritius Revenue Authority*.

## islandian.com et resamaurice.com : les nouvelles versions sont live

Les deux sites web des marques de voyage en ligne d'Islandian font peau neuve. En effet, islandian.com et resamaurice.com, lancés en 2017 et 2000, respectivement, ont été entièrement revus. Le contenu et le référencement SEO ont été retravaillés pour une meilleure optimisation sur les moteurs de recherche. Le design et l'accès à l'offre ont aussi été réimaginés pour offrir une expérience utilisateur irréprochable, et ainsi optimiser les visites et les ventes.

Pour ces deux plateformes, ces changements ont pour but de répondre à un environnement de plus en plus concurrentiel dans ce secteur d'activité. Véritables vitrines en ligne, islandian.com et resamaurice.com mettent en avant une offre de qualité mais aussi leurs valeurs locales et leurs savoir-faire uniques.



## ROGERS, SPONSOR DES JEUX DES ÎLES DE L'OCÉAN INDIEN



Rogers est partenaire des 10<sup>e</sup> Jeux des îles de l'océan Indien (JIOI), organisés à Maurice du 19 au 28 juillet. Le groupe s'est, en effet, engagé à soutenir financièrement ce grand rassemblement sportif en tant que bronze sponsor. Un accord de partenariat a été signé en ce sens en avril dernier. C'était lors d'une cérémonie au Citadelle Mall, en présence du ministre de la Jeunesse et des Sports, Stephan Toussaint, de Jean-Pierre Sauzier,

CEO du COJI 2019, et du représentant du groupe Rogers, Manish Bundhun, Chief Human Resources Executive.

En tant que groupe présent à Maurice depuis maintenant 120 ans, Rogers tenait à accompagner à sa manière cet événement à fort potentiel fédérateur. Pour le groupe, il ne fait aucun doute que les JIOI véhiculent les valeurs dans lesquelles il croit. « *Pratiquer le sport, c'est faire preuve*

*de dynamisme, d'agilité, de dépassement de soi, de leadership et de discipline dans un esprit de fair-play* », a déclaré Manish Bundhun.

Rogers prendra ainsi part aux festivités à travers Velogic, filiale du groupe. L'entreprise de logistique assurera le transport des équipements durant les jeux. Elle aura aussi la charge de véhiculer la flamme des jeux à travers l'île.

## Crédit à la consommation : Rogers Capital lance une application pour les commerçants

Une demande de crédit auprès de Rogers Capital se fera désormais en quelques clics. En juin, le département *Consumer Finance* lance une application conçue spécialement pour les commerçants offrant ses services de crédit à la consommation. Accessible à travers un mobile ou un ordinateur portable, cette application vient simplifier les demandes et accélérer les procédures administratives.

En effet, les commerçants n'auront désormais plus à contacter le centre d'appels de Rogers Capital pour initier une demande de crédit pour leurs clients. La demande se fera directement à travers cette application. « Ils nous transmettront, via l'application, les documents justificatifs, comme la preuve d'adresse, la carte d'identité et la fiche de paie », explique Anusha Mannick, *Head of Projects – Financial Services*. Ce nouvel outil apportera un gain en efficacité et en rapidité puisqu'il réduit les va-et-vient entre le commerçant et les équipes de Rogers Capital.

En plus d'accélérer les procédures, cette application ajoutera de la transparence au traitement des dossiers. « Avant, le commerçant devait appeler au bureau pour savoir où en était le dossier de son client. À présent, il peut faire ce suivi à distance », poursuit la responsable de ce projet.

L'autre avantage de cette application est d'ordre écologique. En effet, grâce à elle, les activités de crédit à la consommation passeront au paperless. « Il ne sera plus nécessaire d'imprimer les contrats. Le client signera les documents directement sur une tablette ou sur un signing pad. Nous utiliserons ainsi moins de papier, ce qui cadre avec les ambitions de développement durable de Rogers », explique Anusha Mannick. Le client recevra son contrat par courriel. Pour ceux n'ayant pas d'adresses électroniques, les informations importantes – date du premier paiement et les mensualités – leur seront envoyées par SMS.



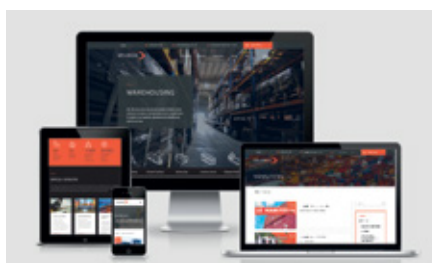
### Le réseau s'agrandit

Lancés en octobre 2017, les produits de crédit à la consommation de Rogers Capital connaissent une nette progression. Et ce, à l'image du réseau de commerçants qui proposent désormais ces services. En effet, le réseau de Rogers Capital Consumer Finance compte à ce jour 220 commerçants à travers l'île. L'entreprise dispose aussi de 35 comptoirs dans les succursales de ses partenaires ainsi que quatre succursales situées à Bagatelle Mall, Phoenix Mall, Riche Terre Mall et à Rogers House, à Port Louis.

## Velogic lance son nouveau site web

Moderne, informatif et pratique. Le nouveau site internet de Velogic, mis en ligne en février, a été repensé pour mieux répondre aux besoins de son audience. Ce site s'adresse en effet aussi bien aux clients qu'aux employés et demandeurs d'emploi intéressés par l'entreprise. L'expérience d'utilisateur, quant à elle, a été considérablement améliorée.

Cette nouvelle plateforme propose des fonctionnalités simplifiées. Demander un devis, envoyer un message à l'entreprise ou soumettre un CV sont désormais possibles en quelques clics à partir de la page d'accueil. « Nous avons utilisé les données d'analyses recueillies sur le web pour comprendre le comportement des utilisateurs. Nos équipes



de vente, qui sont en contact avec les clients, nous ont aussi aidés à mieux cerner leurs attentes et ainsi à y répondre », explique Neerish Chooramun, *Corporate Manager – Projects & Business Development*.

Ce site s'adapte désormais à la navigation mobile sur différents appareils, que ce

soit smartphone ou tablette tactile. Outre le design, le contenu de ce site a été entièrement revisité. L'objectif est de faciliter la recherche d'information et d'aider l'utilisateur de la manière la plus efficace possible. Présent sur l'ancienne version, le service de localisation des expéditions est maintenant plus réceptif.

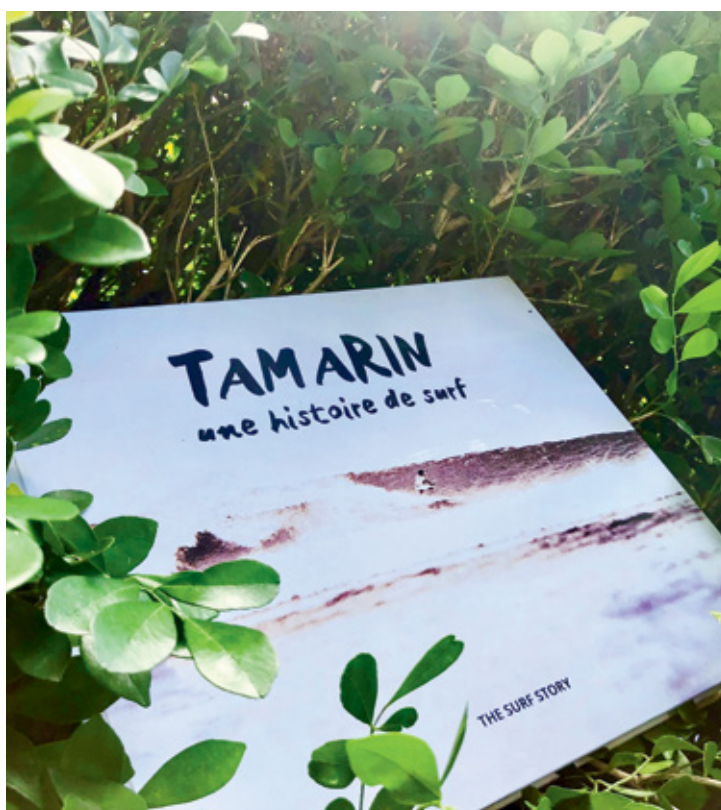
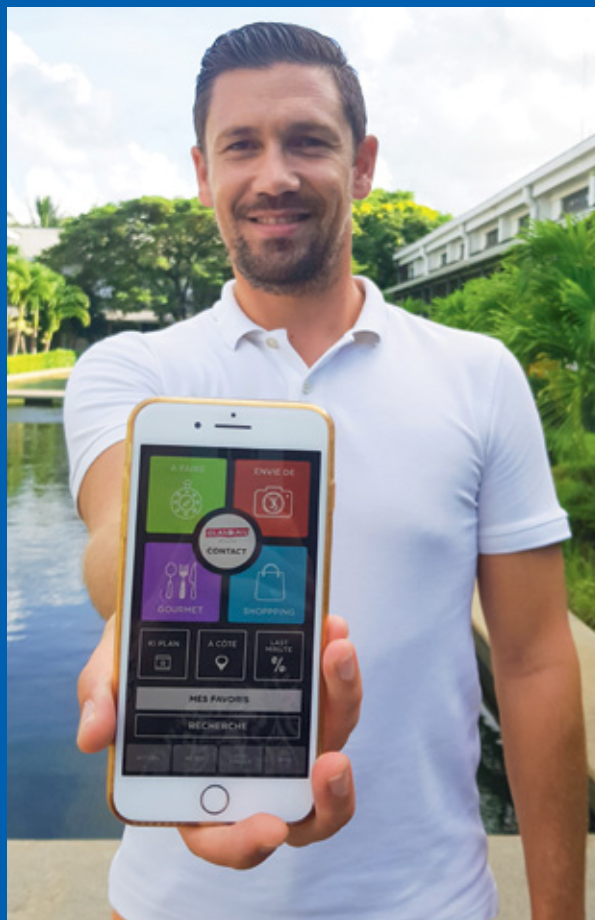
Si elle a une vocation externe, elle viendra aussi renforcer la communication interne en donnant la possibilité aux employés d'accéder aux actualités du groupe, à travers la newsletter et des témoignages de clients, entre autres. Modulable, ce site est appelé à évoluer constamment. Le site web est aussi accessible en version française.

## Islandian #TimeOut, nouveau service de conciergerie d'Islandian

Lancé début février, Islandian #TimeOut est le nouveau service de conciergerie de loisirs de l'agence de voyages en ligne de Rogers Aviation. Il s'agit d'une application mobile intuitive qui donne accès à une large palette d'activités et d'expériences uniques et atypiques mais aussi de réductions dans des restaurants et magasins.

Proposée aux voyageurs d'Islandian et de BlueSky à Maurice, cette application a été pensée pour répondre à toutes leurs envies, des plus classiques aux plus originales. Les clients pourront faire leurs réservations en ligne mais surtout bénéficier des conseils d'experts pour les guider durant leur séjour. L'application renseignera l'utilisateur sur les événements à venir, comme des concerts, festivals et autres soirées et la géolocalisation l'alertera sur les offres à proximité.

Islandian #TimeOut propose aussi un dictionnaire créole qui explique les expressions mauriciennes les plus courantes. Ce service constitue une véritable valeur ajoutée pour l'agence de voyages en ligne, qui met au centre de ses priorités l'excellence de son service client et la digitalisation de son activité.



## Veranda Resorts publie *Tamarin, une histoire de surf*

À Tamarin, le surf est une vieille histoire. Dans *Tamarin, une histoire de surf*, c'est ce récit que conte le journaliste et écrivain Thierry Chateau. Édité par Veranda Resorts dans le cadre de l'ouverture de Veranda Tamarin en décembre 2018, ce livre retrace l'évolution de ce sport de glisse à Maurice à coups d'anecdotes, de témoignages et de magnifiques photos d'époque.

En effet, sous la plume de Thierry Chateau, le lecteur découvre l'évolution du surf des années 1960 à nos jours, avec pour unique décor la mythique baie de Tamarin. Préfacé par le scientifique de renom Joël de Rosnay, lui-même surfeur, *Tamarin, une histoire de surf* découle d'un travail de mémoire important. La trame de ce récit se nourrit des témoignages des principaux acteurs qui ont marqué ce sport à Maurice. Certains d'entre eux ont ouvert leurs albums personnels pour partager certains clichés d'époque.

Ce travail est complété par les clichés des photographes Patrick Laverdant, Keivan Cadinouche, Amaury Bouchet et Virginie Tennant. Sortie le 20 décembre dernier, cette publication bilingue est en vente dans les boutiques Blue Earth des hôtels Veranda et d'Heritage Resorts.

## Holidays by BlueSky Réunion : Maurice se livre autrement

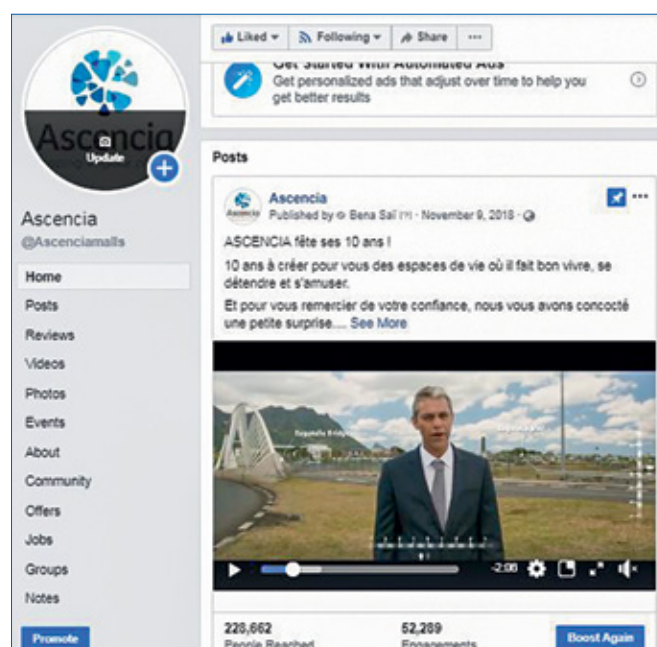


Davantage que des billets d'avion et des offres d'hébergement, les voyageurs réunionnais s'attendent surtout à de réelles expériences de vacances. C'est partant de ce constat, effectué grâce à une étude de marché, que Holidays by BlueSky Réunion a lancé une campagne publicitaire, intitulée « L'île Maurice autrement » en novembre 2018.

Pour Holidays by BlueSky Réunion, l'objectif était d'accroître sa notoriété sur le marché réunionnais, de mieux faire connaître ses offres et de renforcer le positionnement de la marque en tant que spécialiste et expert de la destination Maurice, qui demeure la destination préférée des Réunionnais. Cette campagne a mis en lumière cinq thématiques : Découvrir, Vivre, Explorer, Fêter et Ressentir Maurice.

Ainsi, cette campagne a été relayée à travers plusieurs supports de communication durant deux semaines. Les spots publicitaires ont défilé sur l'une des chaînes de télévision locales et les deux agences situées à Saint-Denis et à Saint-Pierre ont arboré des affiches de cette campagne. Les plateformes digitales ont aussi été mises à contribution. En plus des e-newsletters envoyées, les « posts » sur Facebook ont été réguliers, agrémentés d'un jeu concours lancé en partenariat avec le groupe VLH, ce qui n'a pas manqué de faire le buzz.

## Gros succès pour la vidéo anniversaire d'Ascencia



Les statistiques parlent d'elles-mêmes. Tournée pour ses dix ans, et diffusée sur les réseaux sociaux, la vidéo d'Ascencia a eu un gros succès auprès des internautes. A juin, soit six mois après le début de la campagne, la vidéo avait recueilli 4 779 likes, reçu 309 commentaires et avait été partagée 560 fois sur Facebook. Au total, elle a touché plus de 228 000 personnes depuis sa publication le 9 novembre 2018. Cette campagne a offert une formidable visibilité à Ascencia qui a vu augmenter son nombre de followers sur sa page Facebook entre octobre 2018 et janvier 2019, passant de 13 891 à 21 294 followers.

Cette vidéo, suivant un style « *corporate crazy* », est un mélange de sérieux et d'autodérision dont l'objectif est de mettre en avant la marque Ascencia, et de parler des valeurs qu'elle défend à travers ses centres commerciaux. L'idée créative est venue de l'agence de publicité OXO qui avait pour tâche de l'élaborer et de la réaliser. Pour cette vidéo, l'agence a pu compter sur le concours du *Chief Executive Officer (CEO)* d'Ascencia, Frédéric Tyack, dans le rôle principal, déambulant tantôt à dos de cheval ou esquissant quelques pas de danse au cœur des shopping malls du groupe.

Le CEO s'est volontiers prêté au jeu, excellent même dans son rôle. Sur la toile, en effet, la performance de Frédéric Tyack n'est pas passée inaperçue et les internautes n'ont pas été avares de commentaires, dont certains ne manquant pas d'humour comme : « *Mauritian Georges Clooney is born* ». D'autres encore ont salué le travail créatif : « *En voilà ceux qui ont compris le terme créativité* ». Quelques jours suivant la publication de cette vidéo, Ascencia en a diffusé une autre, dévoilant les coulisses du tournage et l'énergie positive qui y régnait.



## Rogers Capital : de nouvelles fonctions pour Roshan Nathoo et Yashinn Bhoyroo

Depuis janvier 2019, Roshan Nathoo et Yashinn Bhoyroo assument de nouvelles responsabilités au sein de Rogers Capital. En effet, ces deux professionnels occupent les fonctions de *Managing Director* de Rogers Capital Corporate Services (RCCS) et de *Chief Finance Officer* (CFO), respectivement.

Roshan Nathoo compte plus de 20 ans d'expérience dans le secteur des services financiers. Membre du Chartered Institute of Management Accountants (UK), de la Society of Trust and Estate Practitioners (UK) et Fellow of the Association of Chartered Certified Accountants (UK), il a occupé plusieurs postes clés dans le secteur. Il a été tour à tour *Managing Director* de la Standard Bank Trust à Maurice et *Chief Operating Officer* du Standard Bank Group, supervisant les activités bancaires et fiduciaires.

Il cumulera ses nouvelles fonctions avec celles de *Managing Director* de Globefin Management Services Ltd, filiale de Rogers Capital, qu'il dirige depuis 2008. « Il y a plusieurs défis auxquels les acteurs du Global Business ont à faire face. Nous aurons à les affronter en étant passionnés par ce qu'on fait, en nous focalisant sur la création de valeur pour nos clients, et en faisant preuve d'enthousiasme et de dévouement auprès d'eux », explique Roshan Nathoo.

Yashinn Bhoyroo, fraîchement nommé CFO, compte une vingtaine d'années d'expérience dans le secteur au sein d'entreprises locales et des multinationales. Titulaire d'un Diplôme d'Études Supérieures Comptables et Financières de l'Institut des Techniques Économiques et Comptables de Toulouse, il a rejoint le groupe Rogers en 2007 comme *Corporate Manager – Financial Accounting* avant d'être promu, en 2016, au poste de *Group Financial Controller*.

Il est aussi Trésorier du Rogers Pension Fund et de la Rogers Group Provident Association.

## Ça bouge chez Rogers Aviation



Rogers Aviation a procédé à une rotation de ses responsables d'agences. L'exercice, qui s'est fait ces derniers mois, a vu la nomination de Robert Carolus comme responsable de Rogers Aviation Comores, basé à Moroni. Il succède ainsi à Marday Mareemootoo qui a pris sa retraite à la fin de février. Robert Carolus compte 11 ans de service au sein de Rogers Aviation. Il a rejoint l'entreprise en 2008 en tant qu'*Accounts Clerk*. Durant ces années, il a travaillé en étroite collaboration avec Marday Mareemootoo et dispose donc d'une bonne connaissance des problématiques de cette agence.

L'exercice s'est conclu par le remplacement de Feizal Abdoollah par Nash Emrith au poste de directeur d'agence à Mayotte. Nash Emrith succède donc à Feizal Abdoollah qui a passé plus de dix ans au sein de BlueSky Mayotte et Rogers Aviation Mayotte. Ce dernier est désormais responsable des opérations à Antananarivo, à Madagascar. Pour sa part, Nash Emrith veillera à la bonne marche des opérations. Il a d'ores et déjà rencontré les équipes de Rogers Aviation ainsi que les partenaires aux Comores. Avec les nominations de Robert Carolus et de Nash Emrith, Rogers Aviation fait le choix du dynamisme et de l'agilité.

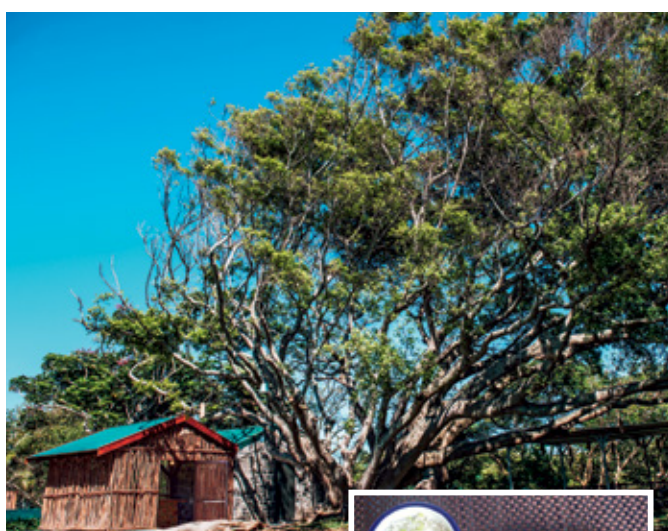
## Rogers Capital sur les réseaux sociaux



Mieux faire connaître ses services et les compétences dont elle dispose. Pour ce faire, Rogers Capital a choisi les réseaux sociaux. Ainsi, depuis le début de cette année, le groupe poste régulièrement des vidéos, courtes et dynamiques, dans lesquelles les managers mettent en perspective les sujets traitant de leurs expertises, mettant en avant les services et savoir-faire de l'entreprise. Visitez la page Facebook de Rogers Capital pour les découvrir. #GetToKnowUs

## Déjeunez à **Heritage Le Château**

C'est une expérience culinaire hors du commun. Les lundis, mercredis et vendredis, Heritage Le Château installe une table sous l'arbre de l'intendance à l'heure du déjeuner. Les hôtes sont invités à prendre place au cœur du jardin du château pour découvrir le meilleur de la cuisine locale à travers un menu en trois services. Vindaye de banane, salade de noix de coco, purée d'arouille et coulis de fruits rouges et mangues sont les quelques délices concoctées par les cuisines du Château sous la houlette du chef Danny Lochoo. Ce repas se veut un moment avant tout convivial dans une ambiance champêtre agrémentée de saveurs aux couleurs du métissage de notre île.



### **Enba Pié :** une escale gourmande sur la route de Bel Ombre



Ouvert en novembre 2018, *Enba Pié* est un lieu singulier. Ce petit restaurant, situé à l'arrière du Welcome Centre d'Heritage Nature Reserve à Beau Champs, est un arrêt indispensable pour ceux qui se baladent dans le sud de l'île. Ils découvriront un menu local avec des plats savoureux qui peuvent être dégustés sur place ou à emporter. Des chaises et des tables sont installées sous le majestueux arbre de l'intendance qui est âgé de plus de 130 ans.

En arrivant à *Enba Pié*, le serveur remet aux clients un petit journal de quatre pages intitulé *La Gazette du Sud Sauvage*. Le menu y est imprimé ainsi que de petites histoires sur la région. Une fois la commande passée, le visiteur peut y lire l'histoire de Charles Telfair, découvrir l'origine du bâtiment qui abrite le Welcome Centre d'Heritage Nature Reserve ou encore percer le mystère derrière le nom de la Baie de Jacotet. Les visiteurs profiteront des activités d'Heritage Nature Reserve, comme la randonnée, le quad, buggy ou 4x4 safari, tout en explorant les trois lieux uniques: l'Abbatiss des Cipayes, la Réserve de Biosphère de l'UNESCO et la réserve naturelle de Frédérica.

## *Bel Ombre, entre mer et montagne,* réédité et traduit en anglais

Écrit par Jean-Pierre Lenoir, le livre *Bel Ombre, entre mer et montagne* a été réédité et traduit en anglais. Le contenu a été revu avec une remise à jour de certaines informations. Ce magnifique livre emmène le lecteur à la découverte de ce village pittoresque du Sud, à travers les yeux de l'auteur, lorsque ce dernier était encore enfant. On y découvre les paysages, les reliefs escarpés mais aussi les régions avoisinantes, comme Chamarel ou Case Noyale.

Livre d'histoire par excellence, *Bel Ombre, entre mer et montagne* nous ramène un siècle en arrière à la découverte de la Compagnie Sucrière de Bel Ombre (CSBO). La publication, qui découle de recherches historiques, se nourrit de petites anecdotes et de souvenirs de l'auteur. Les versions française et anglaise ont été publiées à 900 exemplaires respectivement et sont en vente en librairie à Rs 675.



## VELOGIC

### Gilles Quenette : le dépassement de soi

Aller au bout de soi-même. Repousser ses limites. Gilles Quenette, *HR Coordinator* chez Velogic, est un passionné de trail et d'ultra-trail. En octobre 2018, il était au départ du Grand Raid à l'île de la Réunion pour la deuxième année d'affilée. Longue de 165 km, cette course – surnommée *La Diagonale des Fous* – est réputée être l'une des plus dures au monde dans la catégorie des ultra-trails. En 2019, Gilles Quenette se fixe un nouveau défi : participer à l'Ironman qui aura lieu en Malaisie fin octobre.

La passion du trail débute il y a dix ans. Très vite, il se laisse prendre par « *la drogue du sport* » et l'ambiance familiale qui règne durant les courses. S'il s'aligne au début sur les courtes distances, il passe très vite à des trails plus longs. En 2014, c'est le déclic. Cette année-là, Gilles participe au 80 km du Royal Raid. « *C'était le tremplin. C'est là que j'ai décidé de m'inscrire à l'Ultra-Trail Raidlight Beachcomber (UTRB). Comme on dit, l'appétit vient en mangeant* », nous confie celui qui fêtera ses 38 ans de service chez Velogic.

Mais les 120 km de cette course ne sont pas de tout repos, et il échoue à finir sa course. Idem pour sa deuxième tentative lors de laquelle il est contraint d'abandonner pour cause de blessure. Sa troisième participation sera toutefois la bonne. « *L'abandon fait partie de l'expérience* », relativise-t-il. En 2017, c'est le grand saut. Encouragé par des amis, il s'inscrit pour le Grand Raid à La Réunion, et entame sa préparation dans la foulée, avec six jours d'entraînement par semaine.

« *Malgré ma préparation, j'étais loin d'imaginer ce qui m'attendait. Le Grand Raid est un monde différent. Le départ de la course est donné au niveau de la mer et 20 km plus loin on est déjà en montagne, il fait froid et il faut s'équiper* », raconte-t-il. Si le défi est physique, il l'est tout autant sur le plan mental. « *Je dirais que plus de 60 % de la course se joue dans la tête* », poursuit-il. Pour lui, le plus important était de passer la ligne d'arrivée à chaque fois.

« *Après cette expérience, après être allé au bout de soi-même, on change complètement sa façon de penser* », conclut-il. À 57 ans, Gilles Quenette entame déjà sa préparation pour le nouveau défi qui l'attend en octobre.



## Retour sur la cérémonie de remise de prix de Rogers Aviation



L'excellence. L'agilité. L'innovation. Lors de sa fête de fin d'année, qui s'est tenue le 15 décembre 2018, Rogers Aviation a célébré ses valeurs en récompensant ses employés qui les vivent au quotidien. Cette soirée, qui a eu lieu au Domaine de Yemen, sous le thème de l'Afrique, a accueilli une cérémonie de récompenses. Elle a réuni toutes les entreprises de Rogers Aviation, à savoir Islandian, Yacht Management, Croisières Australes, Blue Alizé et Plaisance Air Transport Services.

En 2018, Rogers Aviation a introduit un nouveau prix : le *Best Admired Colleague Award*. Cette récompense a été décernée à Henna Ebrahim pour sa très bonne performance et son soutien aux différentes équipes telles que *Marketing, Production Outbound* et *Umrah*.

### ROGERS AVIATION AWARDS 2018 :

#### Excellence Award

Henna Ebrahim - IT & Digital

#### Agility Award

Janesh Soorjee - Marketing

#### Trendsetter Award

Tirish Sooriah - Production Inbound

#### Best New Recruit Award

Simla Thimmadu - IT & Digital

#### 25 Years of Services Award

Nora Gungabeesoon, Prakash Mohun, Kursley Dhurmeea, Abdool Murtoosa Earally, Devanand Ramdarshan et Hesham Beebejaun

#### Dynamism Award

Islandian

#### Leadership Award

PATS



## Veranda Resorts et Rogers Capital participent à l'Earth Hour

Veranda Resorts et Rogers Capital ont participé à l'initiative *Earth Hour* le 30 mars dernier. Chaque année depuis 2007, ce sont des millions de personnes qui y participent à travers le monde en se plongeant volontairement dans le noir pendant une heure. Plusieurs monuments connus sont aussi plongés dans l'obscurité pour exprimer une prise de conscience et une volonté d'agir pour mieux protéger la planète.

Ainsi, les hôtels de Veranda Resorts ont éteint leurs lumières de 20 h 30 à 21 h 30, éclairant les bars et les restaurants à l'aide de bougies, notamment. Chez Rogers Capital, les employés ont été invités à éteindre les lumières chez eux. Une vidéo a d'ailleurs été créée et diffusée sur les réseaux sociaux à cet effet. À partir de cette année, et ce jusqu'en 2020, cette initiative nous invite à nous reconnecter à la nature. Cette initiative revient à l'ONG World Wildlife Foundation (WWF). #Connect2Earth



## Développement durable et inclusif : un comité dédié mis en place

Un *Sustainable and Inclusive Development Committee* a vu le jour chez Rogers. Cette décision a été prise par le Conseil d'administration du groupe. Présidé par Raj Makoond, ancien *Chief Executive Officer* de Business Mauritius, ce comité aura pour rôle de mettre en oeuvre, de superviser et d'assurer le suivi des mesures identifiées dans la stratégie de développement durable et inclusif à travers les différents secteurs d'activité.

Placé sous l'égide du Conseil d'administration, ce comité fera des bilans réguliers des projets en cours dans les différents secteurs de Rogers. Outre son président, ce comité aura pour membres Philippe Espitalier-Noël, CEO du groupe, Belinda Vacher, *Chief Projects and Sustainability Executive* du groupe ainsi que d'autres représentants des secteurs d'activité.

## Dégâts post-cycloniques : Rogers offre des semences aux planteurs rodriguais



Les cyclones Gelena et Joaninha ont fait de gros dégâts à Rodrigues, particulièrement dans sa filière agricole. À Rivière Banane, région très importante pour l'agriculture locale, ce sont près de 70 familles de planteurs qui ont été sévèrement touchées. Alerté sur la situation inquiétante par P.A.P.O.L., l'antenne rodriguaise de sa filiale Velogic, le groupe Rogers a tenu à les aider à relancer au plus vite leurs plantations.

Le 24 avril dernier, une cérémonie a eu lieu au centre social de Rivière Banane en présence de Serge Clair, chef commissaire de Rodrigues, de Daniel Baptiste, commissaire de la Sécurité sociale, de Marie Paul Edouard, présidente du village de Rivière Banane, de Jacques Ravina, président des planteurs, et de Philippe Espitalier-Noël,

Chief Executive Officer (CEO) de Rogers. Outre des semences, le groupe a aussi fait don de produits phytosanitaires.

Pour le CEO de Rogers, la situation agricole actuelle de l'île peut être considérée « comme une situation d'urgence. » « C'est pour cette raison que nous avons voulu être à vos côtés durant ces moments éprouvants. Plutôt que de vous envoyer des vivres, il vous fallait des moyens pour relancer vos plantations, privilégiant une action sur le long terme », a expliqué Philippe Espitalier-Noël. À Rodrigues depuis 1932 à travers ses activités de manutention portuaire, Rogers a construit des relations très étroites avec les opérateurs économiques et la communauté des agriculteurs rodriguais.

Rappelant les défis que pose le réchauffement climatique aux systèmes de production alimentaire, Philippe Espitalier-Noël a souligné l'importance de l'entraide. « Nous sommes tous unis par ce combat. Nous avons donc pour responsabilité de mieux nous entraider pour faire face et limiter les dégâts collatéraux. En vous offrant des semences, nous souhaitons aussi vous encourager dans la voie de la sécurité alimentaire. »

Daniel Baptiste, commissaire de la Sécurité sociale a, pour sa part, souligné la capacité des Rodriguais à se relever après les catastrophes naturelles : « Notre nature, notre lagon, nos terres ont du potentiel et c'est à nous de nous organiser pour les faire fructifier, avec l'aide des personnes de bonne volonté. »

## Heritage Nature Reserve élimine les bouteilles en plastique

À l'Heritage Nature Reserve, les bouteilles en plastique ne sont plus les bienvenues. Depuis quelques semaines, celles-ci ont fait place à des bouteilles réutilisables en inox. « Après chaque activité, les bouteilles sont récupérées pour être lavées et désinfectées, avant d'être remplies avec de l'eau filtrée », explique Nicolas Pilot, Operations Manager d'Heritage Nature Reserve.

Cette initiative découle d'une prise de conscience d'Heritage Nature Reserve des dégâts environnementaux occasionnés par le plastique. Chaque année, l'entreprise accueille environ 7 500 touristes pour des excursions et autres activités dans la région. À raison d'une bouteille par personne, ce sont l'équivalent de 7 500 bouteilles en plastique qui ne finiront pas à la poubelle et dans un dépotoir ensuite. Cette initiative a été étendue au restaurant *Enba Pié* qui sert désormais de l'eau dans des bouteilles en verre réutilisables.





## Green Key Certificate : Heritage Resorts accentue son engagement vert

Le développement durable est au cœur des activités des hôtels d'Heritage Resorts. Et pour cause, les deux établissements du groupe, Heritage Le Telfair et Heritage Awali, conservent leur *Green Key Certificate*. Cette référence en matière de normes environnementales au sein de l'industrie du tourisme est un label écologique prestigieux attribué aux établissements touristiques qui s'engagent à respecter des critères stricts mis en place par la *Foundation for Environmental Education (FEE)*.

« Nous sommes très fiers d'avoir obtenu cette certification Green Key à Heritage Le Telfair et Heritage Awali, qui vient récompenser les

efforts constants de nos équipes ces derniers mois. Cette certification s'insère dans notre stratégie de positionner Heritage Resorts comme une référence du développement durable dans l'industrie touristique », souligne Jean-Cyril Jullienne, *Chief Human Resources Officer* de VLH.

Cette certification est le fruit d'un effort constant des équipes des deux établissements pour réduire l'impact environnemental de leurs activités. Cette reconnaissance est d'autant plus importante qu'elle vient ajouter de la valeur à Heritage Resorts. En effet, la question environnementale est de plus en plus importante pour les voyageurs.

## Veranda Tamarin présente ses initiatives durables

Veranda Tamarin, trois-étoiles installé au cœur du village côtier de l'Ouest, n'est pas un hôtel comme un autre. Intégré à la vie communautaire de Tamarin et soucieux de réduire son impact environnemental, l'établissement met en place plusieurs initiatives écologiques, écoresponsables et inclusives qui lui permettent de s'inscrire dans une perspective durable. Le 16 mai dernier, la presse locale était conviée pour les découvrir.

Pour Dimitri Vaulbert, *General Manager* de l'hôtel, l'engagement responsable et durable repose grandement sur un système efficace de gestion d'eau et d'énergie. Par exemple, chaque chambre est équipée d'un détecteur de présence.

Connectée à la porte, cette technologie éteint automatiquement la climatisation lorsque la porte reste ouverte ou lorsque la pièce est inoccupée. De plus, la ventilation naturelle est privilégiée grâce à des portes grillagées.

S'agissant de l'eau, des dispositifs de réduction du débit sur les robinets ont



réduit considérablement la consommation. En outre, 100 % des eaux usées sont recyclées, pour l'arrosage notamment, grâce à une station de traitement dans l'enceinte de l'hôtel. Les cartons et plastiques sont récupérés grâce à des poubelles de tri. « *Le tri des déchets nous aide aussi à déterminer les volumes et la nature du general waste quotidien, avec l'objectif, d'ici une à deux années, de travailler avec des fournisseurs afin de réduire la proportion de déchets non recyclables et de favoriser des contenants durables comme le verre, en remplacement du carton ou du plastique* », explique Dimitri Vaulbert.

Membre du réseau FoodWise, l'hôtel offre chaque semaine 12 kg de nourriture au Cheshire Home de Tamarin, et cela, dans le strict respect des normes d'hygiène. Les journalistes ont pu découvrir d'autres initiatives comme le « *Guide du village* », répertoire de commerce, de vendeurs de street food, de lieux d'attraction. Dans le même souffle, l'hôtel s'approvisionne en fruits et légumes auprès de fournisseurs de la région et achète le poisson directement auprès des pêcheurs. Promouvant des produits sains, l'hôtel a créé un jardin écologique sur les principes de la permaculture. À visée pédagogique, il cible notamment des enfants de l'école primaire du village.

## Photovoltaïque : les malls d'Ascencia produisent un tiers de leur électricité

Après Phoenix en 2018, Kendra et Les Allées en début d'année, le Bagatelle Mall met en opération sa ferme solaire ce mois-ci. Elle est composée de 6 250 panneaux photovoltaïques et dispose d'une capacité de 2 MW.

Une fois cette ferme mise en opération, les malls produiront environ 30 % de leur consommation électrique. Au total, elles produiront 3 MW d'énergie propre.

« Pour nous, la question de la mise en œuvre d'une politique éco-responsable s'est très vite posée, d'autant plus que nous sommes à la tête du plus gros réseau de centres commerciaux du pays, avec ce que cela implique en termes d'urbanisme ou de consommation d'énergie », soutient Frédéric Tyack, Chief Executive Officer d'Ascencia.

Première ferme à voir le jour, celle de Phoenix Mall dispose de 2 282 modules. Opérationnelle depuis juillet 2018, elle a une capacité maximale de 730 kWh. Les centres de Kendra et des Allées sont aussi parties prenantes de cette stratégie. À Kendra, ce sont 594 panneaux qui ont été installés, représentant une capacité de production maximale de 190 kWp. Les Allées, plus petit en taille, a une centrale de 152 panneaux produisant 48,64 kWp.



La mise en place de ces centrales s'est faite dans les paramètres fixés par le Central Electricity Board (CEB) sous le Medium Scale Distributed Generator (MSDG) Scheme. Chez Ascencia, l'installation de

ces fermes solaires est accompagnée d'un Energy Efficiency Programme à travers lequel une série d'initiatives sont prises, à l'échelle de chaque centre, pour réduire leur consommation d'électricité.

## Rogers Capital définit ses axes d'intervention

Éducation, employabilité, combat contre la pauvreté et protection de l'environnement. Rogers Capital a défini les grands axes de sa stratégie de développement durable en s'alignant sur les Sustainable Development Goals (SDG) définis par les Nations unies. L'entreprise a ainsi identifié plusieurs problématiques sur lesquelles elle axera ses initiatives.

C'est dans cette optique que Rogers Capital soutient la Junior Achievement Mascareignes Association pour l'organisation du Mini Company Program. Lancée le 22 mars dernier, cette compétition réunira cette année 35 équipes de 24 écoles autour de la thématique « Activate Disruptors ». Les participants devront ainsi trouver un produit qui révolutionnera une industrie ou qui changera radicalement la vie des consommateurs.

Ce programme a pour but d'inculquer les notions de base d'économie et d'entrepreneuriat à des jeunes âgés de 15 à 19 ans. Ils doivent lever les fonds nécessaires en vendant des parts de leurs « entreprises », et produire un bien ou service qu'ils peuvent vendre au public. Partenaire de l'événement déjà l'année dernière, Rogers Capital soutient financièrement l'événement alors que des employés encadrent les participants.

Lors de la dernière édition, c'est une équipe du collège Royal de Port Louis qui s'est distinguée en remportant le Kwese Excellence in Marketing Award et le Delta Social Impact Award lors de la JA Africa Company of the Year Competition qui s'est tenue au Ghana en décembre 2018.





## Plankton : nouvelle machine, nouvelles ambitions

De nouvelles perspectives s'ouvrent pour Plankton Recycling Co-operative Society. La coopérative, spécialisée dans le recyclage de bouteilles et pots en verre, met actuellement en service un nouveau pulvérisateur. De fabrication américaine, cette machine permettra à cette structure, située à Bel Ombre, de revoir sa capacité de traitement. Celle-ci passera en effet d'une tonne par jour, en moyenne, à une tonne par heure.

« Avec notre ancien broyeur, nous avions à laver les bouteilles manuellement avant de les envoyer dans le broyeur. Il fallait laver l'intérieur et enlever les étiquettes, et comme cela se faisait à la main, cela nous prenait du temps et nécessitait beaucoup de main-d'œuvre. Dorénavant, les bouteilles pourront aller directement dans le pulvérisateur », explique Cédric Descombes, General Manager de Plankton.

Avec ce gain en capacité, Plankton envisage une nouvelle étape de son développement. « C'est une autre phase de marketing qui va commencer. Nous pensons notamment à l'exportation de notre produit phare, le verre utilisé dans la filtration des piscines. Ce sera, dans un premier temps, vers les pays de la région comme La Réunion », soutient notre interlocuteur.

L'idée sera aussi d'élargir le réseau de collecte à travers l'île. Pour cela, la coopérative travaille à renforcer son partenariat avec des collecteurs, que ce soit des organisations non gouvernementales ou des collectivités locales. « D'ici l'année prochaine, nous avons pour projet d'accueillir un camion multifonction », conclut Cédric Descombes. Au bout de six ans d'existence, la coopérative est devenue le premier recycleur de bouteilles et de pots en verre à Maurice.

## Hip Hip Hip, No Waste : des autocollants pour promouvoir les pratiques éco-responsables

Lancée pour le cinquantenaire de l'Indépendance de Maurice en 2018, la campagne « Hip Hip Hip, No Waste » a pris fin en début d'année. La dernière action, dans le cadre de cette initiative, a consisté à distribuer des autocollants pour poubelles aux employés du groupe Rogers. L'objectif est d'aider les employés à se mettre au tri et ainsi à mieux gérer leurs déchets. Les autocollants indiquent les différentes catégories de déchets : papier et carton, plastique, cannettes, verre, huile et finalement, déchets électriques et électroniques.

Ces autocollants ont un objectif pédagogique en sensibilisant le plus grand nombre à la problématique de la gestion des déchets, qui constitue aujourd'hui un des enjeux environnementaux majeurs. En facilitant le tri à la maison, cette action invite chaque individu à adopter des pratiques durables à

l'échelle domestique, comme le recyclage. Les autocollants s'accompagnent ainsi d'une carte de Maurice qui indique les différents points de collecte pour chaque type de déchets. S'ajoutant à cela, les employés ont aussi eu l'opportunité d'acheter, à prix réduit, des poubelles de tri et des sacs de déchets de jardin.

Le recyclage est aujourd'hui une réponse sérieuse aux différentes problématiques environnementales économiques auxquelles nous faisons face. En recyclant nos déchets, nous réduisons la pression exercée sur les centres d'enfouissement qui sont au bord de la saturation, tout en encourageant, d'autre part, la création d'emplois verts. Cette dernière action de la campagne « Hip Hip Hip, No Waste » vient ainsi clore de très belle manière une initiative qui était essentiellement sensibilisatrice.





# GESTION DE GOLF UNE FILIÈRE D'AVENIR

**L'ESSOR DU TOURISME GOLFIQUE ET LA MULTIPLICATION DES GREENS FONT ÉMERGER UNE NOUVELLE ACTIVITÉ À MAURICE : LA GESTION DES PARCOURS DE GOLF. FORT D'UN SAVOIR-FAIRE AVÉRÉ DANS LE SECTEUR, HERITAGE RESORTS S'EST RÉCEMMENT LANCÉ DANS CETTE FILIÈRE EN CRÉANT HERITAGE GOLF MANAGEMENT. CE SERVICE PROPOSE AUX CLUBS DE GOLF UNE EXPERTISE DANS DIFFÉRENTS DOMAINES.**

Les ambitions de Maurice en tant que destination golfique créent un besoin pour une gestion professionnelle des parcours de golf. Nouvellement créée, Heritage Golf Management, entité spécialisée en gestion de golf, sera un acteur de choix dans une filière appelée à se développer. De l'agronomie à la stratégie financière, en passant par le marketing ou encore la restauration, ce nouveau service s'appuie sur le savoir-faire développé par Heritage Resorts pour assister d'autres parcours de golf dans l'île.

En effet, Heritage Golf Management est un atout précieux pour les clubs de golf indépendants, comme l'Avalon Golf Estate, dont il a la gestion depuis quelques mois. Pour les clubs, l'intérêt d'avoir recours à de tels services est multiple. « Les clubs seuls n'ont pas les moyens financiers pour employer des experts sur une base permanente. Pour eux, engager une entreprise spécialisée, essentiellement une équipe

*d'experts, les aide à améliorer leurs produits et l'expérience client »,* explique Ryan Dodds, responsable de cette nouvelle unité depuis août 2018.

En effet, le gestionnaire de golf intervient dans différents aspects d'un club de golf, à la fois sur le parcours et en dehors. Et ce avec pour objectif d'offrir aux joueurs des expériences golifiques de qualité. Cela implique une attention particulière aux détails dans l'entretien des parcours, notamment.

Au-delà de l'expertise et du savoir-faire des professionnels, l'intérêt d'un tel service pour les clubs de golf est aussi financier. « En gérant plusieurs infrastructures, les gestionnaires de golf sont en mesure de négocier avec les fournisseurs et de faire des achats groupés. Ceci permet ainsi de réduire la facture pour les différents clubs », fait ressortir Ryan Dodds.

Ce nouveau service contribuera aussi énormément à l'attractivité de Maurice

en tant que destination golfique à travers, notamment, des packages qui s'appuieront sur les atouts de l'île. « Maurice a de superbes parcours de golf, une large offre d'établissements hôteliers et des conditions climatiques exceptionnelles durant toute l'année. L'île est aussi bien connectée aux principaux marchés émetteurs, fait remarquer Ryan Dodds. Toutefois, selon moi, tous ces facteurs n'ont jamais été associés pour créer un package attractif pour les marchés de golf en groupe, ce qui représente le plus large segment des touristes golfeurs. »

Selon Ryan Dodds, une coopération plus poussée entre parcours de golf et établissements hôteliers – en matière de marketing ou encore dans la création de produits attractifs – aiderait à mieux répondre aux besoins des touristes. « Si nous y parvenons, nous allons facilement doubler l'arrivée des golfeurs », souligne-t-il.

## La technologie au service du golf

L'Heritage Golf Club innove. Le club est le premier à Maurice à permettre aux golfeurs de réserver leurs parties en ligne. En effet, grâce aux nouvelles technologies, les joueurs peuvent désormais réserver leurs parties et payer leur *green fee*, leur voiturette et *trolley*, ainsi que d'autres équipements en location. Le club a aussi travaillé pour proposer une application mobile. En plus de permettre aux joueurs de réserver leurs parties, elle leur donne accès à différentes informations sur le parcours.

Ces innovations rendent ainsi l'expérience golfique encore plus ludique et plaisante en offrant une flexibilité au joueur. Le golfeur peut choisir ses horaires pour le *tee off* ou annuler une réservation en quelques clics. L'Heritage Golf Club a aussi pensé à la mobilité des joueurs sur le parcours. Il a récemment introduit des *Golf Skate Caddies*, des skateboards électriques, qui transportent les joueurs d'un trou à l'autre. Ce nouveau moyen de transport sur le parcours est équipé d'un système GPS pour mieux guider les joueurs.

## L'AfrAsia Bank Mauritius Open de retour à Bel Ombre

Le magnifique parcours d'Heritage Bel Ombre sera, cette année, le théâtre de la 5<sup>e</sup> édition de l'AfrAsia Bank Mauritius Open. Ce tournoi, le seul au monde à être tri-sanctionné par l'European Tour, le Sunshine Tour et l'Asian Tour, se déroulera du 5 au 8 décembre 2019. Chaque année, ce sont presque 500 millions de foyers à travers le monde qui suivent cet événement grâce à une couverture médiatique d'exception.

## Heritage Le Telfair en lice pour l'Indian Ocean's Best Golf Hotel 2019

L'Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort décrochera-t-il le titre de Meilleur établissement hôtelier de l'océan Indien ? Cet établissement hôtelier de l'océan Indien ? Cet établissement d'Heritage Resorts est en lice dans la catégorie *Indian Ocean's Best Golf Hotel 2019* au World Golf awards, alors que l'Heritage Golf Club est engagé dans la catégorie *Indian Ocean's Best Golf Course 2019*. Le club a décroché ce titre à cinq reprises d'affilée, de 2014 à 2018.

## Tourisme golfique : un segment en progression

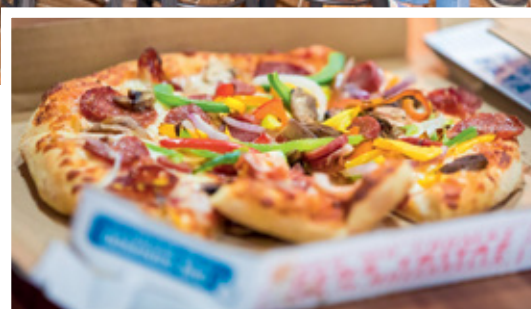
6 %. C'est la part du tourisme golfique dans les arrivées touristiques chaque année. Sur les huit dernières années, leur nombre a augmenté entre 3 et 5 %. Ce résultat reflète aussi l'augmentation du nombre de parcours de golf à Maurice. Mais ce segment touristique offre surtout l'avantage d'augmenter les contributions. « *Le touriste golfeur dépense en moyenne 15-20 % de plus que le touriste lambda et, il réside habituellement dans les hôtels ou les villas 5-étoiles* », fait remarquer Michaël Geerdharry, *Golf Sales & Promotion Manager* d'Heritage Resorts. Ainsi, ce segment représente 10 % des revenus touristiques. Les marchés émetteurs principaux sont : la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Afrique du Sud, les pays scandinaves, l'île de la Réunion, la Suisse, et les pays d'Europe de l'Est.

## DOMINO'S PIZZA

# UNE ENSEIGNE PLEINE D'AMBITION



Après Port Louis, c'est à Beau Bassin et Curepipe que Domino's Pizza a ouvert ses deuxième et troisième restaurants respectivement. Représentée par Island Living, filiale du groupe Rogers, l'enseigne américaine ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. D'ici à 2022, l'île comptera un total de 12 restaurants.



L'accueil du public mauricien a été au-delà des attentes. En effet, pour sa première semaine d'opération, Domino's Pizza a enregistré plus de 3 500 commandes. Pour son implantation à Maurice, la marque mise sur la proximité avec sa clientèle. Cette proximité est d'abord géographique puisque les restaurants s'installeront non loin des quartiers résidentiels. À Beau Bassin, par exemple, le restaurant s'est installé au cœur même de la ville, sur la route principale.

La marque privilégie aussi l'écoute de sa clientèle pour mieux répondre à ses besoins et à ses envies. « *Les commentaires de nos clients nous permettent d'affiner notre offre. Nous avons débuté avec une pâte épaisse uniquement, mais la demande était telle que moins d'un mois*

*plus tard, nous lançons la pâte fine. Notre organisation permet à chaque restaurant d'être très réactif et autonome. La manager's promotion permet à chaque manager de chaque restaurant d'innover régulièrement* », explique Niraj Bramdeo, manager de Domino's Pizza à Maurice.

Cette volonté s'affirme aussi à travers la variété de la carte qui propose une large gamme de pizzas végétariennes et d'autres certifiées halal, et ce, en faisant place aux saveurs mauriciennes. La petite touche locale se retrouve à travers les dictons et les libellés en kreol qu'on peut lire sur les boîtes.

En s'implantant à Maurice, l'enseigne internationale apporte de nombreuses

innovations. Sur le plan technologique, Domino's Pizza propose une application mobile ainsi qu'un site internet marchand qui facilite grandement les commandes. Grâce au site, le client peut même se faire livrer sa pizza dans un rayon de 3 km autour des restaurants.

Outre l'utilisation de la technologie pour les livraisons, Domino's Pizza s'appuie sur un savoir-faire vieux d'un demi-siècle et une logistique moderne, centralisée et surtout rodée. L'enseigne dispose d'une *commissary kitchen* à la pointe de la technologie, qui permet d'homogénéiser la fabrication de la pâte et la découpe des légumes aux normes internationales avant de les conserver pour leur livraison aux restaurants.



STORIES BY HERITAGE LE TELFAIR

# UNE PALETTE D'EXPÉRIENCES UNIQUES

C'est une promesse d'expériences et d'émotions, entre culture et nature. À travers ses « Stories », Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort convie ses hôtes à des rencontres inoubliables. Ainsi, chaque expérience est sublimée pour créer des histoires et des souvenirs indélébiles.



### Art en plein air

La peinture a des vertus extraordinaires. Elle apaise, détend et permet de s'évader. Les lundis, durant deux heures, les hôtes seront guidés par un artiste peintre mauricien pour donner libre cours à leur imagination.



### La Route du Rhum

Chaque mercredi, les hôtes de l'établissement ont la possibilité de découvrir les différents rhums arrangés proposés par le Cavendish Bar.



### Du potager à l'assiette

Tout commence dans le potager d'Heritage Le Château où le client va cueillir les légumes et herbes aromatiques, accompagnés du chef exécutif. Ensemble, ils se rendent ensuite dans les cuisines de l'Annabella pour concocter une des recettes du chef.



### Être en harmonie

C'est un moment de bien-être par excellence. À l'heure où le soleil se couche, les hôtes d'Heritage Le Telfair peuvent opter pour une séance de yoga au Sunset Point, pavillon spécialement aménagé dans la réserve naturelle.



### La vie de château

C'est un voyage dans le temps auquel vous convie Heritage Le Château, au cœur d'Heritage Bel Ombre. L'hôte occupe la suite présidentielle, qui donne l'accès à un salon à l'ancienne, une salle à manger, un boudoir et une chambre à coucher d'exception.

# BAY2BAY TOUR :

## À LA DÉCOUVERTE DES TRÉSORS DU SUD

### HERITAGE NATURE RESERVE

Sur 1 300 hectares, Heritage Nature Reserve héberge une faune et une flore d'une diversité exceptionnelle. Ce site naturel est l'un des mieux préservés de l'île, et peut être divisé en trois parties : la Réserve de Biosphère de l'UNESCO, l'Abbaté des Cipayes (qui se trouve sur les berges de la rivière Jacotet) et la réserve naturelle de Frédérica. En lisière de la réserve, le centre d'accueil d'Heritage Nature Reserve est un lieu d'histoire, ayant autrefois servi de résidence d'été aux gouverneurs de l'île durant la période coloniale.



### BAIE DU JACOTET ET L'ÎLOT SANCHO

La balade démarre à la Baie de Jacotet. Site stratégique dans la défense de l'île, cette baie tient son nom d'un officier français qui y dirigeait jadis un avant-poste militaire. L'îlot Sancho, devenu un spot de surf réputé, est un petit rocher abritant une grande variété d'arbres. L'îlot cache aussi un mystère, celui d'une ancre perdue sur l'île mais dont on ignore l'origine. La rumeur court que l'île cacherait un trésor...



### USINE SUCRIÈRE DE BEL OMBRE

L'histoire de Bel Ombre est indissociable de la culture cannière. L'excursion vous emmène ainsi à la découverte de l'ancienne usine, aujourd'hui joliment rénovée pour accueillir de somptueux événements. Vous découvrirez la Place du Moulin avec ses anciens broyeurs et turbines. Les plus curieux pourront aller visiter les vieux hangars où était stocké le sucre.

### LE MÉMORIAL DE TREVESSA

Le Bay2Bay Tour s'arrête après au mémorial de Trevesa, qui rappelle l'arrivée sur l'île des naufragés du navire éponyme. En 1923, ce navire fit naufrage au large de l'Australie. Trouvant refuge à bord de deux embarcations de sauvetage, les marins ont dérivé durant plusieurs jours avant d'atteindre l'île Rodrigues et Maurice. Aidés par les pêcheurs de la région, les marins réussirent à toucher la terre ferme.



### LE BATELAGE DE BEL OMBRE

Entrepôt de sucre et d'autres marchandises avant leur embarquement pour Port Louis, le Batelage a eu un rôle très important dans la vie du village et de la région. Sucre, vivres, bois ou encore cargaisons de chaux empruntaient la voie maritime jusqu'à la capitale et son port. L'avènement des chemins de fer et la construction de nouvelles routes ont conduit à sa fermeture en 1955.



### SAINT MARTIN ET BAIE DU CAP

Le parcours passe ensuite par deux villages au charme indénié : Saint Martin et Baie du Cap. Le premier a été baptisé en l'honneur d'un officier de la Compagnie française des Indes orientales, Didier de Saint-Martin. Baie du Cap tient son nom de la Rivière du Cap. On peut y admirer l'architecture coloniale du bureau de poste et l'ancien poste de police, construit avec du bois d'un navire ayant fait naufrage. À la marée basse, on peut voir les restes du bateau sur les récifs.

Et si le Sud vous était conté... Pour faire découvrir la région, Heritage Nature Reserve vous propose le Bay2Bay Tour le long du littoral, de la Baie de Jacotet à la Baie de La Prairie. Entre le départ et l'arrivée, onze arrêts ponctueront cette balade à bord d'un minibus de 14 places. Grâce à cette nouvelle expérience, vous découvrirez des lieux historiques et de superbes panoramas.

### LA VIE AU CHÂTEAU

Après l'usine, cap sur Heritage Le Château ! Construite au XIX<sup>e</sup> siècle, cette superbe demeure coloniale, rénovée en 2017, se trouve au cœur du domaine Heritage Bel Ombre. Elle est aujourd'hui le témoin d'un art de vivre d'antan, avec une cuisine raffinée et de grands espaces, dont une magnifique varangue avec vue sur un somptueux jardin à la française.



### LE VILLAGE DE BEL OMBRE

Ensuite, direction le village de Bel Ombre, où calme et authenticité vous attendent. Outre de vous faire découvrir des lieux singuliers, comme le snack *La Roche Cari* aussi connu sous le nom de *Marilyn Monroe*, votre chauffeur et guide vous exposera les théories autour du nom du village. Selon la première, il tiendrait son nom d'un poisson connu comme l'« Ombre ». Sauf que cette espèce vient d'Amérique du Nord. L'autre, plus plausible, explique que le nom viendrait de l'ombre qu'offrent les nombreux arbres du village aux visiteurs de passage. L'écrivain Bernardin de Saint-Pierre mentionne une maison baptisée *Belle Ombre* durant sa visite de l'île en 1769.

### HOMMAGE À MATTHEW FLINDERS

Nous sommes en 1803. En route pour l'Angleterre, Flinders est contraint de s'arrêter à Baie du Cap pour réparer son bateau. Il revenait d'une exploration des côtes australiennes, ignorant que l'Angleterre et la France étaient en guerre. Le gouverneur Decaen décida de l'emprisonner. Le marin anglais passa sept ans sur l'île avant de regagner son pays. Il profita de sa captivité pour rédiger un livre sur son expédition australienne, *Voyage to Terra Australis*.



### MACONDÉ

Au bout d'un virage en épingle se trouve un promontoire naturel constitué de roche basaltique. Accessible par des marches sinueuses, son sommet offre un point de vue panoramique exceptionnel sur le lagon. Cette région tire son nom d'une tribu mozambicaine dont serait issu un groupe d'esclaves marrons qui y avaient jadis trouvé refuge. Car jusqu'en 1920, date à laquelle une route a été construite, la région était difficilement accessible.

## INFOS PRATIQUES

**Durée :** 1 h 30

**Prix :** Rs 350 par adulte | Rs 200 par enfant de 15 ans et moins

**Disponible les lundis, jeudis et samedis :** à 9 h 30 et à 13 h

**Réservation sur le :**  
+230 623 56 15 /  
reservations@heritagenaturereserve.mu /  
www.heritagenaturereserve.com

### LA BAIE DE LA PRAIRIE

Lieu de pique-nique par excellence, la Prairie offre une vue imprenable sur Le Morne et le lagon qui l'entoure. La montagne, classée patrimoine mondial de l'Unesco, a servi de refuge aux esclaves marrons. Désormais, le lagon qu'elle surplombe est un spot de kitesurf réputé mondialement. La région possède un four à chaux dont la production était utilisée dans la maçonnerie, l'agriculture et l'industrie sucrière.





## Energy drives sustainability.

We believe that sustainability requires an attitude. **It is our responsibility to contribute to the welfare of our country and drive sustainable and inclusive economic growth.** Following our enriching commitment in the fight against HIV, we now engage in the preservation of our deteriorating coastlines and lagoons. All our entities are focused on specific areas to contribute to the success of this programme.

We drive national and community actions by **informing, sensitising, mobilising and educating** the population on the role we need to play to protect the unique character of our island.



FINTECH | HOSPITALITY | LOGISTICS | PROPERTY