



LE MAGAZINE RÉSEAU DE ROGERS / DÉCEMBRE 2019

network

CORPORATE

*Uniting Energy,
une nouvelle campagne axée
sur la « co-crétation »*

FOCUS

*ABMO, démonstration de
savoir-faire de nos équipes*

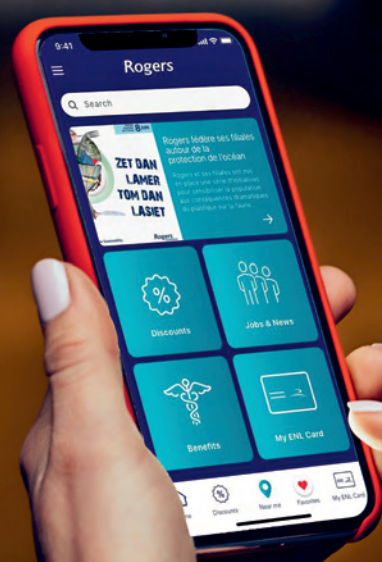
#94



Rogers

120
years

Uniting
our heritage with
a sustainable future.



ROGERS IS CELEBRATING ITS
120TH ANNIVERSARY

Special Deal !

Download **MyRogers App** to redeem
your free pizza and drink at  **Domino's Pizza**®

Download MyRogers App on



Google Play



App Store

VALID TILL: 29th Feb 2020

HOW TO REDEEM YOUR PIZZA

- Download MyRogers App
- Show your Digital ENL Card
- Provide Your Employee ID & NIC

If you have any issues installing MyRogers App, call 211-5587

a member of **enl** group



SOMMAIRE

- 04 Éditorial
- 05 Le Mot du CEO
- 06 Dossier
- 10 Actus
- 19 Uniting Energy
- 20 Développement Durable
4 questions à Kumar Dursun,
Head of Systems and Procedures chez Ascencia
- 25 Corporate
Uniting Energy, une nouvelle campagne axée
sur la « co-création »
- 27 Focus
ABMO, démonstration de savoir-faire de nos équipes
- 28 Initiatives
Gilles Quenette parrainé
par Velogic pour la course Ironman en Malaisie



30 @BEL OMBRE
AGRIÀ SE LANCE
DANS L'AGRICULTURE RAISONNÉE



ÉDITORIAL

Belinda Vacher
Chief Projects and Sustainability Executive

Rogers, toujours en mouvement

Rogers fête officiellement ses 120 années d'existence à Maurice, une longévité que peu d'entreprises peuvent revendiquer. 120 ans d'innovation, d'agilité, d'évolution et d'entrepreneuriat. C'est parce que nous restons un groupe toujours en quête d'innovation que nous pouvons investir dans et pour le futur. En tant que dirigeants, notre responsabilité est d'inscrire l'entreprise dans la durée, en voyant loin et en ne se reposant pas sur nos acquis.

L'année 2019 a été marquée par la célébration des 120 ans, l'ouverture d'un septième centre commercial pour Ascencia, l'acquisition de Cheribinny par Rogers Capital, le lancement de la stratégie 2023, la nouvelle identité d'Agrīa, le début des travaux de construction d'un second parcours de golf à Heritage Bel Ombre ou encore l'ouverture d'un musée dédié aux coquillages à la Place du Moulin.

Ce ne sont là que quelques-uns des événements qui ont marqué le deuxième semestre de 2019 et qui illustrent bien les valeurs d'entreprise en action de Rogers et de ses filiales. C'est cela, être une entreprise pionnière : une entreprise qui reste à l'affût des tendances et des nouveautés dans un monde en perpétuel mouvement. Une entreprise qui vise l'excellence tandis qu'elle met tout en œuvre pour s'adapter et s'améliorer afin de faire face aux exigences des marchés.

Nous remercions nos clients et nos partenaires pour leur soutien. Ils ont tous, à leur niveau et à leur manière, joué un rôle important dans notre succès à Maurice. Nous sommes réellement fiers de fêter plus d'un siècle de partage, de travail et de progrès, qui a bénéficié à tous nos clients et au pays dans son ensemble.

PUBLICATION DE ROGERS

Directrice de la publication : Belinda Vacher

LE COMITÉ DE RÉDACTION : Christine Decosta • Manish Bundhun • Frédéric Curé • Annick Corroy • Jean Cyril Jullienne • Candice Yon • Julie Daruty • Bertrand Abraham • Neerish Chooramun • Henna Ebrahim • Jessica Geneve • Elvyna Atchanah • Melissa Dalais

Rogers House, Port Louis

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

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

RÉALISATION : Evolution Ltd



120 ANNÉES À SE RÉINVENTER

PHILIPPE ESPITALIER-NOËL,
CEO DE ROGERS

LE MOT DU CEO

Des « success stories », le groupe Rogers en a connues au fil des ans – sa longévité en est en soi un corollaire. Ses multiples réussites sont fortement liées à l'engagement des employés et à l'énergie collective qui les pousse à se dépasser pour faire évoluer le groupe.

En ce mois de décembre, il s'agit de jeter un regard empreint de fierté sur l'histoire et le parcours de plus d'un siècle de notre entreprise aux racines résolument mauriciennes. Nos 120 ans de présence à Maurice se nourrissent de milliers de petites histoires d'hommes et de femmes qui, au fil des décennies, ont mis leur sueur et leurs talents au service du groupe pour l'aider à grandir et à se renouveler constamment. Et certaines de ces grandes étapes sont imbriquées dans la trame de la destinée de notre pays.

C'est à ces hommes et ces femmes que je souhaite aujourd'hui rendre un hommage appuyé. En 120 années, ils ont été de tous les combats, ont travaillé pour le bien de l'entreprise, à la fois individuellement et collectivement, courageusement toujours.

Certains ont été des leaders, avant même que le terme n'apparaisse dans les manuels de management. Ceux-là ont été des meneurs d'hommes, des généraux, des visionnaires qui ont su stimuler l'enthousiasme et la motivation de leurs équipes. Ils ont su renforcer l'engagement des employés à une période où l'on vivait un attachement et une loyauté profonde envers son entreprise. D'autres ont été des employés hors pair, des collaborateurs motivés à l'idée de se dépasser pour atteindre ensemble des objectifs communs.

C'est du reste cette belle énergie collective que nous avons souhaité célébrer, cette année, tandis que nous donnions un nouveau souffle à notre campagne de communication baptisée pour l'occasion « Rogers Uniting Energy ». Cette campagne, qui repose entièrement sur la participation volontaire de plusieurs centaines d'employés des filiales, me conforte dans l'idée qu'ensemble nous pouvons aller très loin. Bâtie autour de la notion d'énergie et de co-création, elle est une belle illustration de ce que représente la dynamique de groupe.

Cette campagne est en adéquation avec notre plan stratégique 2019-2023 dont le propos est de « co-construire » l'avenir en créant de la valeur sur le long terme pour tous – employés, clients, actionnaires, de même que tous les Mauriciens. Reposant sur six leviers clés, ce plan stratégique vise à renforcer le positionnement du groupe dans ses métiers de prédilection. Il n'est donc guère surprenant que l'accent est mis sur les ressources humaines, qui figurent parmi les six moteurs principaux de changement.

Avec leurs profils diversifiés, nos employés sont les vecteurs de cette énergie collective qui fait évoluer le groupe.

Je ne doute pas que chacun continuera, longtemps encore, à incarner nos valeurs, que ce soit le Leadership, l'Agilité ou l'Excellence, et à les faire vivre au quotidien. Qu'ils soient jardiniers au sein de la Compagnie Sucrière de Bel Ombre devenue Agrīa, conducteurs de chariots élévateurs chez Velogic, chefs dans l'un des cinq étoiles d'Heritage Resorts, les employés se font les véritables ambassadeurs des valeurs de Rogers.

Nous rendons en cette fin d'année hommage à tous ceux qui nous soutiennent depuis

longtemps. Je salue symboliquement monsieur Gian Sookye, qui a pris de l'emploi à la sucrerie de Bel Ombre en 1964 et qui compte cette année 55 ans de bons et loyaux services. Je le remercie pour son dévouement et lui souhaite de bonnes choses en cette fin d'année et pour les années à venir.

Avec leurs profils diversifiés, nos employés sont les vecteurs de cette énergie collective qui fait évoluer le groupe, en anticipant les changements et en s'adaptant aux mutations profondes. C'est aussi ce qui encourage les employés à créer de la valeur, à se projeter plus loin, à faire la différence. L'avenir du groupe ne s'écrira pas sans eux.

ROGERS, 120 ANS AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE L'ÎLE MAURICE

Fondé en avril 1899, le groupe Rogers a connu une transformation en profondeur, explorant au fil des ans de nouvelles voies commerciales. Il a joué un rôle de pionnier dans de nombreux domaines, dont l'aviation, le tourisme et la FinTech.



La longévité de Rogers repose sur la vision éclairée et la détermination d'entrepreneurs qui ont, tour à tour, exprimé une profession de foi dans le développement de Maurice. L'histoire de Rogers & Co. débute le 6 avril 1899, quand Walter Richard Rogers incorpore une compagnie privée, dont les activités tournent principalement autour de l'importation de machines et équipements lourds pour les usines sucrières et pour l'exportation de sucre.

Le fondateur de la société est rejoint par Louis Goupille en 1906 et René Maingard (père) en 1917. Ses neveux Eddy et Eric reprennent le flambeau dans les années 1930. À l'époque, la société aura aussi Roger Lagesse, Kenneth MacDonald et Raoul de Senneville comme associés.

Le groupe aura connu une transformation en profondeur depuis sa création, sans pour autant délaisser son activité historique dans le transport maritime. Rogers Shipping évolue maintenant au sein de Velogic, qui s'est consolidé durant les 40 dernières années en une plate-forme logistique complète de dimension internationale, avec une présence dans les îles de la région, en Afrique, en Asie et en Europe.

Ayant survécu aux deux grands conflits mondiaux, le groupe se positionne en précurseur dans l'aviation vers la fin des années 1940 grâce aux frères Maingard, sir René et Amédée. À la veille de l'indépendance, Amédée Maingard rallie des partenaires tels qu'Air France et la British Overseas Airways Corporation (BOAC) pour créer le transporteur national le 14 juin 1967. À ce jour, Rogers détient 10,7 % du capital d'Air Mauritius, faisant de lui l'un des actionnaires principaux de la compagnie nationale d'aviation.

En parallèle, le groupe pose les bases du tourisme dès juin 1952. Rogers crée Mauritius Hotels et, sous l'impulsion d'Amédée Maingard et de Michel Pitot, le château Mallac devient le Park Hotel, un établissement de 40 chambres. Le groupe fonde peu après le Mauritius Travel and Tourism Bureau (MTTB) et Mautourco, qui fusionneront en 1999. Il obtient également la franchise de l'entreprise de location de voitures Hertz en 1970.

En 1955, Rogers devient le partenaire local de Cementia, une compagnie suisse, dans un projet de construction de hangar de transbordement de ciment en vrac. Rogers est aussi le partenaire d'United Molasses de la Grande Bretagne au sein d'une nouvelle compagnie, Mauritius Molasses Ltd, qui construit les installations pour l'exportation de mélasse en vrac.

L'expansion continue pendant les années 1960 et 1970 avec le rachat de plusieurs entreprises, notamment Scott & Cie, Roger Fayd'herbe, J.M. Goupille, Hardy Régnard (agents d'assurance). Rogers lance aussi Albatross Insurance, aujourd'hui connue sous le nom de Swan Insurance, à la suite d'une fusion.

Entre 1972 et 1976, Rogers fusionne avec plusieurs autres compagnies notamment Taylor Smith, Roger de Spéville, Espitalier-Noël et Weal. Ces derniers deviennent par la suite actionnaires majeurs du groupe.

Dans les années 1980 et 1990, le groupe Rogers, sous la houlette de Derek Taylor et de Tim Taylor, continue son expansion et raffermi sa position commerciale. L'entreprise est cotée en bourse

en juin 1990, tandis que la croissance est particulièrement forte dans le secteur du tourisme et du transport.

Sous le leadership de Philippe Espitalier-Noël en 2007, Rogers se recentre progressivement sur les métiers des services, avec une expertise et un positionnement forts dans le tourisme et l'accueil, la FinTech, la logistique et l'immobilier. Le groupe occupe également le devant de la scène dans le domaine de la responsabilité sociétale et environnementale de l'entreprise.

Dans le sillage de la restructuration du groupe en 2011, Rogers a vu la séparation des deux principaux actionnaires d'alors, ainsi qu'une répartition de portefeuille d'actifs sélectifs. ENL devient le principal actionnaire majoritaire du groupe Rogers. Ce dernier s'appuie sur ses compétences, sur ses actifs existants, et sur la parentalité renforcée du groupe ENL pour ouvrir de nouvelles voies commerciales.

Veranda Leisure & Hospitality (VLH) devient un fleuron de l'hôtellerie mauricienne avec deux marques de référence, Heritage Resorts et Veranda Resorts. Fort de son portefeuille de sept hôtels de trois à cinq étoiles, avec un total de 802 chambres, il assure également la gestion locative de 45 villas de luxe et possède une marque opérant dans la para-hôtellerie, Kaz'alala Hosted B&B, ainsi qu'un hôtel d'affaires de 118 chambres, Voilà Bagatelle. À travers son investissement dans le capital de New Mauritius Hotels à hauteur de 22,93 %, Rogers est représenté à travers la principale marque hôtelière du pays, Beachcomber Resorts & Hotels. Ainsi, le groupe Rogers possède environ 20% de l'inventaire de chambres d'hôtel à l'île Maurice.

Amethis, fonds d'investissement dédié au continent africain, entre dans le capital de VLH le 1^{er} juillet 2019. Cette transaction participe au positionnement stratégique de Rogers – soit faire de VLH un modèle de tourisme durable, un modèle qui concilie exigences économiques, environnementales et sociales.

Par son entrée au capital-actions d'Intendance Holding Ltd en 2011, l'entité holding du groupe Swan, Rogers devient l'un de ses principaux actionnaires. À travers le lancement de Rogers Capital en 2016, Rogers se positionne aussi comme un pionnier à Maurice dans le domaine de la FinTech. Ce dernier se construit au fil de multiples acquisitions et de consolidations, notamment Consilex Ltd, Kross Border Corporate Services Limited, River Court Services Ltd, Globefin Management Services Limited, Enterprise Information Solutions (aujourd'hui connu comme Rogers Capital Technology Services) et tout récemment Cheribinny.

Rogers joue aussi un rôle de premier plan dans l'immobilier. Coté depuis 2008 sur le marché secondaire de la Bourse de Maurice, Ascencia est le premier fonds immobilier du pays et l'un des principaux acteurs de l'immobilier commercial avec sept des principales destinations de shopping et des actifs de plus de Rs 12,3 milliards. Ainsi, Ascencia a révolutionné le modèle de consommation et de loisirs des Mauriciens. Ascencia offre aussi une opportunité unique aux détaillants de se positionner dans un emplacement pratique, un environnement confortable et sûr, où ils peuvent interagir avec plus de 65 000 acheteurs quotidiennement sur l'ensemble du portefeuille de la marque.

Par ailleurs, Rogers se lance dans l'immobilier résidentiel en 2008 à travers Heritage Villas Valriche, sur le domaine Heritage Bel Ombre. Cet écrin de beauté naturelle vieux de plus de 250 ans accueille des structures hôtelières, un parcours de golf et tout un éventail d'activités de loisirs regroupées sous la marque récemment créée, Island Living. D'autres projets d'envergure, dont un second golf et la revalorisation du patrimoine agricole, sont en voie de concrétisation.



Avec un actif total de presque Rs 37 milliards et plus de 5 000 employés à travers 11 territoires, c'est une entreprise forte de 120 années de succès qui se projette vers l'avenir. Le nouveau plan stratégique du groupe pour la période 2019-2023 repose sur six piliers : la stratégie marketing, la digitalisation, l'excellence opérationnelle, l'internationalisation, le développement durable et croissance inclusive et la stratégie RH. Sa culture d'entreprise s'articule autour d'une promesse forte, « Co-creating meaningful opportunities », ainsi que les valeurs de leadership, d'agilité et d'excellence !

ILS TÉMOIGNENT

Ils font partie de l'équipe Rogers depuis un peu plus de 40 ans et, pour la plupart, n'ont pas vu le temps passer. C'est bien connu, quand on aime, on ne compte plus...



Annette Hyacinthe, 60 ans, 39 années de service Rogers Aviation

« Mon meilleur souvenir chez Rogers Aviation ? Un prix remporté en 1998 pour le compte de la South African Airways, que nous représentons. De toutes les stations en Afrique, Maurice s'était démarquée pour l'excellence de ses services. Et cela n'a pas changé. »



Klay Jeewoath, 60 ans, 41 années de service Freeport Operations (Mauritius) Ltd

« J'ai toujours pour habitude de dire que la persévérance est une qualité non négligeable dans le monde du travail. Si je n'avais pas persévéré à devenir un employé accompli, je n'aurais pas eu le parcours que j'ai aujourd'hui. »



Roger Séraphine, 59 ans, 40 années de service ACS Ltd - Haulage

« Un de mes meilleurs souvenirs est l'arrivée du « Mauritius Trochetia » : inoubliable ! Dans ma carrière, j'ai vu beaucoup de choses mais ce que j'en retiens c'est qu'il ne faut pas avoir peur de tomber. L'essentiel c'est de toujours se relever ! »



Amrith Kumar Bussoopun, 57 ans, 40 années de service ACS Ltd - Haulage

« Après tant d'années de service, j'ai pu acquérir beaucoup d'expérience, sur les plans professionnel et humain. Ce que je pourrai dire aux futures générations comme je me le dis à moi-même : c'est de cultiver la patience au travail c'est ainsi qu'on se bonifie »



Johnny Laboule, 62 ans, 41 années de service ACS Ltd - Haulage

« Ce que j'ai le plus apprécié durant ma carrière, c'est sans aucun doute les allers-retours que j'effectuais régulièrement entre Rodrigues et Maurice. Il arrivait que j'en fasse jusqu'à trois par mois ! Je ne m'en lasse jamais car c'est toujours avec amour que je fais mon travail »



Henry William Anthony Driver, 65 ans, 44 années de service PAPOL & Cargo Services Ltd

« Toutes ces années de service m'ont appris que l'honnêteté paie toujours et qu'il faut aimer ce qu'on fait pour avancer. Mon souvenir marquant ? Mon voyage sur le vieux « Mauritius » lors du cyclone Firinga. Le hublot avait volé en éclat, mais le moteur ne nous avait pas lâchés ! »



Georges Jocelyn Mario Bosquet, 63 ans, 44 années de service, Velogic Ltd

« Rogers a été un acteur majeur du développement de Maurice. Je suis très fier de travailler pour une société qui a façonné l'économie du pays, notamment en lançant l'aviation commerciale. Mon conseil aux jeunes générations ? Faire tout ce qui est en leur pouvoir pour grandir dans l'entreprise. »



Nirmal Takoore, 57 ans, 42 années de service, Rogers Aviation

« Chez Rogers Aviation, on apprend tous les jours. C'est une université qui nous aide à devenir des professionnels. J'ai commencé comme messenger pour devenir "administrative clerk" ».



Alix de Robillard, 61 ans, 43 années de service VLH

« Ce qui me frappe, c'est l'évolution des technologies au sein de l'entreprise. Les outils dont nous disposons aujourd'hui améliorent l'efficacité au travail et les jeunes que je côtoie au bureau n'imaginent pas pouvoir faire sans... »



Radhakrishnan Chinapiel, 64 ans, 45 années de service Rogers Capital

« Se montrer poli en toute occasion, être positif et surtout proactif : c'est ma formule magique. J'ai aussi appris qu'il fallait trouver le temps pour s'adonner à sa passion. Dans mon cas, c'est la cuisine ! »



Mario Coiffic, 63 ans, 44 années de service Agria

« Le sentiment d'appartenance envers Bel Ombre est toujours fort et je n'ai pas vu les années passer. Aujourd'hui, tandis que d'autres secteurs que le sucre émergent, je me sens rassuré car je sais que l'entreprise va perdurer. »



Jocelyn Guillot, 65 ans, 44 années de service Rogers Shipping

« Je suis heureux d'avoir persévéré et d'être resté dans la même compagnie autant d'années parce que c'est rare une entreprise qui vous permet de vous épanouir. Je suis content d'avoir pu le faire, ce n'est pas donné à tout le monde ! »



Kishna Chinnapen, 62 ans, 42 années de service Velogic Ltd

« Après un début de carrière au sein de Cargo Express, je suis devenu chef planton en 2000. Une carrière que j'ai toujours menée avec honnêteté et dévouement. Aujourd'hui, je reste fidèle à mes valeurs ! »



Le Seeloy Island Club souffle sa première bougie !

Voilà un an que le Seeloy Island Club propose une expérience inédite à ses membres en valorisant le meilleur de la vie mauricienne.

En plus d'une offre gastronomique variée et d'activités en tout genre, le Club a ouvert en juillet dernier son espace sportif, mettant à la disposition de sa clientèle une nouvelle piscine de 25 mètres de long – dédiée au sport et ouverte tout au long de la journée – ainsi qu'un court de tennis. Les membres bénéficient d'un accès gratuit avec un tarif préférentiel pour les parties de tennis, et les non-membres sont également invités à venir profiter de ces nouvelles infrastructures sur réservation auprès du Club House.

Après une première année synonyme de soirées à thème, d'activités sportives, d'ateliers et de rencontres, le Seeloy a célébré en août son premier anniversaire. Une date clé qui confirme le succès du lieu et sa philosophie : Seeloy, synonyme de « Korek » a en effet pour mot d'ordre de transmettre la joie de vivre locale et de la transformer en un véritable art de vivre !

Créé en 2018, le Seeloy Island Club est niché dans un cadre d'exception, au cœur de l'unique marina résidentielle de l'île, La Balise Marina. Avec à sa tête Jerry Bastiaan, qui a deux étoiles Michelin à son actif, c'est une destination incontournable pour vivre de nouvelles expériences au quotidien : immersion dans la nature, découverte du meilleur de la culture locale, rencontres et bien plus encore.



Rogers Capital rachète Cheribinny

Fort de ses 20 années d'activité, Rogers Capital jouit d'un succès à l'île Maurice et à l'échelle internationale. Dans le but d'élargir son offre de services, d'atteindre ses objectifs stratégiques et de créer de nouvelles relations clients, Rogers Capital Finance Ltd (RCFL) a récemment racheté Cheribinny Limited le 31 octobre 2019.

Au cours des dernières décennies, Cheribinny Limited a été l'un des principaux acteurs du secteur du crédit à la consommation et a opéré principalement au sein du Currimjee Jeewanjee Group (CJ). Les activités de location-vente de Cheribinny Limited seront désormais gérées par Rogers Capital Finance Ltd. Les clients de Cheribinny peuvent maintenant effectuer leurs transactions aux comptoirs de Rogers Capital à travers l'île.



Velogic : le bien-être des employés avant tout

Du 18 au 20 septembre 2019, Velogic a invité ses collaborateurs à participer à une nouvelle édition de ses *Wellness Days*, une initiative annuelle permettant notamment de promouvoir la santé et une bonne hygiène de vie. Durant ces trois jours, des employés de plusieurs départements et entreprises de Velogic se sont donc retrouvés à Mer Rouge et à Plaisance pour bénéficier de tests médicaux gratuits (analyses de sang, examens des yeux et des pieds, bilan de santé dentaire) et de multiples programmes de sensibilisation.

Les participants ont ainsi pu se former aux techniques de premiers secours et à l'utilisation d'extincteurs, tandis que des officiers de la *Road Safety Unit* et de la *Road Safety Academy* ont présenté les bons réflexes à adopter en cas d'accident de la route. De plus, dans l'optique de promouvoir les initiatives vertes, l'association Sensibio, qui valorise l'agriculture biologique à Maurice, a animé divers ateliers pour faire découvrir l'univers du jardinage bio.

Un pique-nique chic et exclusif à Heritage Nature Reserve



Un pique-nique chic au cœur des magnifiques paysages sauvages du Sud : voilà la toute nouvelle expérience imaginée par Island Living pour Heritage Nature Reserve. Le domaine propose désormais deux aires de pique-nique accessibles en Land Rover : au pied des cascades Frédérica ou à L'Abattis des Cipayes, au bord d'une piscine naturelle. Au menu, de délicieux mets aux accents mauriciens qui éveilleront l'appétit des plus fins gourmets !



Holidays by BlueSky, partenaire de MyJumbo

Holidays by BlueSky a conclu un partenariat avec MyJumbo. Dans le cadre de cette collaboration, une nouvelle carte de fidélité, notamment MyJumbo le Club, a été introduite. Plus d'oubli, de perte ou de carte abîmée ! La nouvelle carte est également disponible sur une application mobile, qui est nettement plus innovante et facile à utiliser. Une page web, dédiée aux partenaires, a également été créée.

Les détenteurs de la carte pourront bénéficier d'une remise de Rs 1 000, offerte sur tous les forfaits croisière de Costa, dont BlueSky est le représentant officiel à Maurice. Ce partenariat est également l'occasion d'atteindre une nouvelle clientèle cible avec 90 000 porteurs de cartes.



Trends dévoile un nouveau numéro

Le deuxième numéro de *Trends*, le magazine trimestriel des centres commerciaux d'Ascencia, a vu le jour en octobre dernier. Résolument *lifestyle*, ce magazine grand public met en avant les nouveautés des malls et de leurs enseignes grâce à des articles portant sur des sujets variés et à forte valeur ajoutée : tendances mode ou déco, bonnes adresses, interviews de personnalités, actualités, projets en cours, initiatives vertes...

Si la version papier de *Trends* est disponible dans tous les malls d'Ascencia, il est également possible de découvrir les articles sur le blog dédié du magazine : rendez-vous sur <http://trendsmagazine.ascenciamall.com>

Rendez-vous au World of Seashells pour des découvertes inédites

Unique dans l’océan Indien, le musée World of Seashells situé sur la Place du Moulin à Bel Ombre a ouvert ses portes le 2 décembre 2019 pour une expérience inoubliable. Avec plus de 8 000 coquillages de plus de 1 500 espèces différentes provenant du monde entier, le musée permet à ses visiteurs de découvrir le monde sous-marin de manière originale.

Rassemblant des merveilles de toutes sortes, des cônes aux porcelaines en passant par les térébres, les volutes et les lambis, cette collection remarquable a été amassée aux quatre coins du globe : depuis la Méditerranée jusqu’au Japon, du Sénégal à l’Inde puis l’Australie, mais aussi les Seychelles et même Hawaï, le Mexique et la Californie !

Cette initiative est proposée par Island Living, qui a fait

l’acquisition de la collection d’Eric Le Court, conchyophile passionné ayant passé sa vie à réunir ces trésors. Celui-ci continuera à partager sa passion et son expertise avec les visiteurs. C’est également l’occasion de sensibiliser les touristes et la population mauricienne à l’importance de préserver la biodiversité en limitant notre impact sur la nature (activités marines, récoltes excessives, pêche intensive...).

Rendez-vous donc à Bel Ombre pour y découvrir des espèces incroyables : vous serez accueilli par une musique douce dans cet espace climatisé et calme, où pas moins de 96 vitrines vous exposent ces merveilles provenant du monde entier.

Tarif : Rs 100 pour les enfants de 5 à 12 ans, et Rs 200 pour les adultes.



Island Living prend les rênes de Croisières Australes



Opérant à travers toute l’île, Croisières Australes offre à sa clientèle deux types d’expérience : des sorties en mer accessibles à tous et inoubliables, et des excursions premium personnalisées. Passée sous la gestion d’Island Living en 2019, la compagnie en a profité pour dévoiler son nouveau logo le 1^{er} octobre 2019. Sa rose des vents vient rappeler son ancrage marin ainsi que sa présence aux quatre coins de l’île.

Les malls d’Ascencia en fête



Les centres commerciaux d’Ascencia se sont parés de leurs plus beaux atours en cette fin d’année : dans les sept malls du groupe – Bagatelle Mall, Phoenix Mall, Riche Terre Mall, So’flo, Kendra, Les Allées ou encore Bo’Valon Mall, récemment inauguré –, lumières et décoration festives sont au rendez-vous. Outre des horaires d’ouverture prolongés (jusqu’à minuit dans certains centres commerciaux), de nombreuses animations sont également prévues, pour les petits comme pour les grands.

PIC D’ACTIVITÉ POUR LES ENSEIGNES

Le mois de décembre est l’un des plus importants de l’année pour les commerçants des malls, qui préparent leurs stocks en amont et décorent leurs vitrines avec passion... afin de finir 2019 en beauté !

Le fonds d’investissement Amethis entre dans le capital de VLH

Amethis – un gestionnaire de fonds d’investissement dédiés au continent africain – s’est associé depuis le 1^{er} juillet 2019 au groupe Rogers dans le but de soutenir le développement du groupe hôtelier VLH, tout en consolidant la position stratégique de ce dernier sur le marché mauricien. VLH est en effet un acteur majeur de l’industrie touristique locale, totalisant près de quarante ans d’expertise dans l’hôtellerie avec ses marques Veranda Resorts et Heritage Resorts (comptant à elles deux pas moins de sept hôtels de 3 à 5 étoiles). Une transaction gagnante pour le groupe Rogers, ainsi appelé à diversifier son portefeuille d’activités et de services.

Si l’investissement d’Amethis portera principalement sur des projets de développement de VLH, Island Living – la filiale loisirs du groupe hôtelier, spécialisée dans les activités sportives et récréatives – devrait aussi en profiter. En ligne de mire : l’essor de la région de Bel Ombre, notamment grâce à la création de nouvelles activités de loisirs et d’offres d’hébergement dans les environs.

Invité à s’exprimer sur le sujet, le CEO du groupe Rogers, Philippe Espitalier-Noël, a déclaré que la présence d’Amethis « ouvrira de nouvelles opportunités à VLH, en permettant d’accélérer la croissance et de consolider le positionnement de Bel Ombre comme une destination d’exception ». Luc Rigouzzo, co-fondateur et Managing Partner d’Amethis a, quant à lui, précisé qu’Amethis était « fier de s’associer à VLH, qui a été distingué pour son engagement au service du développement durable du pays, promouvant la protection de sa biodiversité et mettant en valeur son héritage culturel ».



Investissant en capital-développement dans diverses compagnies à forte croissance du continent africain, Amethis apporte soutien et expertise aux entreprises dont elle est actionnaire grâce à son réseau international, ses opportunités de croissance externe et sa gouvernance de qualité.

À noter qu’Amethis collabore avec le groupe Rogers pour la deuxième fois en quelques années : en 2013, Amethis était déjà entré dans le capital de Velogic, filiale du groupe spécialisée dans la logistique. En accompagnant à nouveau Rogers dans sa stratégie ambitieuse de développement à l’île Maurice, Amethis participe ainsi à la montée en puissance des activités d’hôtellerie et de loisirs du groupe.

Le Salon du Prêt-à-Partir 2019, vitrine de choix pour Holidays by BlueSky



Le Salon du Prêt-à-Partir, événement phare pour Holidays by BlueSky, s’est tenu les 4, 5 et 6 octobre dernier au Centre Swami Vivekananda, à Pailles. Holidays by BlueSky, qui s’est forgé une solide réputation dans l’industrie du voyage, a vu une augmentation de sa clientèle grâce à sa participation au salon plusieurs années d’affilée.

Cet événement a permis à Holidays by BlueSky de rencontrer les passionnés du voyage, d’être à leur écoute et de concocter des forfaits adaptés à leurs besoins et à leur budget. Les préparatifs ont débuté quelques mois plus tôt : campagnes sur les réseaux sociaux, distribution de brochures, formation de l’équipe de vente, etc.

Cette année, Holidays by BlueSky a encore une fois attiré une foule très enthousiaste grâce à l’éventail de produits proposés : des forfaits de groupes, des croisières, des voyages à thème et des nouveautés en termes d’événements sportifs. À la fin de chaque journée, les visiteurs ayant fait une réservation sur le stand ont eu la chance de participer à des tirages au sort pour tenter de remporter des billets d’avion, des séjours à l’hôtel ainsi que le Star Prize : une croisière dans l’océan Indien pour deux personnes.



Un travail d’équipe en quelques chiffres

- 3** jours
- 50** passagers pour les forfaits groupes
- 90** passagers pour les croisières en groupe
- 365** billets d’avion vendus
- 8 100** visites sur une page dédiée au Salon du Prêt-à-Partir sur le site web de Holidays by BlueSky affichant leur brochure en ligne.

DE NOUVEAUX VISAGES AU SEIN DU GROUPE ROGERS

Ces derniers mois ont été riches en nouvelles arrivées au sein de plusieurs entreprises du groupe Rogers.

Après onze années passées dans le groupe hôtelier VLH, l'ex-*Chief Executive Officer* (CEO) François Eynaud a quitté ses fonctions fin août 2019, passant le flambeau à Thierry Montocchio. En tant que nouveau CEO, Thierry Montocchio – qui exerçait déjà chez VLH en qualité de *Chief Finance Officer* (CFO) depuis 2012 – a pour mission d'assurer la continuité des activités de VLH et de mener à bien la réalisation des objectifs identifiés dans le dernier plan stratégique du groupe.

Le nouveau CFO de VLH, Jean-Michel Colin, prendra quant à lui ses fonctions en janvier 2020. Fort de plus de quinze années d'expérience en gestion financière, il a récemment travaillé au sein du groupe Forges Tardieu ou encore chez Harel Mallac & Co Ltd, où il occupait le poste de *Group Head of Finance*.

Toujours chez VLH, Anaick Koenig a rejoint le groupe le 2 septembre 2019 en tant que *Business Division Manager – Wellness & Spa* : dotée d'une solide expérience de vente, elle a occupé le poste de *Sales & Marketing Senior Executive* chez Archemics Ltd avant de rejoindre VLH.

Du côté du Corporate Office de Rogers, une nouvelle fonction, notamment la « Transformation Digitale » a vu le jour en août 2019. Dirigé par le *Chief Digital*

Officer Florent Masson, ce service a pour mission de consolider l'avancée du groupe Rogers sur la voie de la digitalisation – cette dernière étant l'un des six leviers de création de valeur de son plan stratégique 2019-2023. Exerçant déjà au sein de Rogers depuis 2014 et comptant plus de quinze ans d'expérience dans l'informatique et les technologies digitales, Florent Masson est assisté par Tirish Sooriah au poste de *Transformation Coordinator*.

Parmi les autres arrivées au Corporate Office de Rogers, citons également Mehul Bhatt, nommé au poste de *Chief International Development Executive* depuis le 6 août 2019 dans le but d'aider le groupe à étendre son rayonnement géographique et à renforcer sa présence sur les marchés internationaux. Au gré de son parcours professionnel, il a occupé les postes de *Managing Director* et de *Country Head* de Maersk Tankers en Inde, ainsi que ceux de *Chief Commercial Officer* de MAERSK Nairobi et de *Global Head of Business Performance Management* de Maersk Danemark.

Christian Nanon a pour sa part rejoint le département Projects & Sustainability depuis le 16 septembre 2019 en tant que *Sustainability Manager*. Avant de nous rejoindre, Christian occupait le poste de coordinateur de la planification stratégique à la MCB pour un portefeuille d'unités commerciales et celui d'ingénieur en développement de produits chez Omnicane.



Thierry Montocchio



Mehul Bhatt



Christian Nanon



Florent Masson

Métamorphose pour le Heritage C Beach Club

Le club de plage le plus tendance de l'île Maurice a rouvert ses portes le 26 août 2019, après quatre mois de rénovation. Dans une atmosphère exotique-chic, le nouvel Heritage C Beach Club donne à vivre une expérience balnéaire aux accents résolument hédonistes : espaces détente à la fois conviviaux et intimistes, offre de restauration et de bar d'exception, ambiance sonore évolutive, large choix d'activités nautiques... Le concept *lifestyle* en bord de mer de cette adresse incontournable du sud de Maurice a décidé tout pour plaire.

CALANCA : LE RENDEZ-VOUS DES CÉNOPHILES

Avec sa soixantaine de bouteilles en provenance des meilleurs terroirs du monde, l'élégante cave à vins *Calanca* comblera tous les amateurs de bons crus... et saura aussi les surprendre : en effet, outre ses baies vitrées permettant d'admirer la nature environnante, sa carte se compose majoritairement de vins rosés. Un concept unique sur l'île !



Kaz'alala Hosted B&B : place à la détente !

Au cœur du Domaine de Bel Ombre, à deux pas d'Heritage Le Château et d'Heritage Golf Club, Kaz'alala Hosted B&B vient d'ouvrir officiellement ses portes au public.

Composé de quatre « cases » soigneusement décorées aux couleurs du drapeau mauricien, ces hébergements chaleureux et éco-responsables permettent de se sentir comme chez soi tout en se laissant aller à un véritable moment de détente. S'adressant à une clientèle désireuse de découvrir la culture locale, Kaz'alala Hosted B&B propose une immersion dans l'art de vivre mauricien – du service à la déco, en passant par l'architecture et l'hospitalité.

Véronique, véritable ambassadrice de l'hospitalité créole, supervise un personnel attentif et soucieux du bien-être de ses résidents. Elle se

fait d'ailleurs un plaisir de renseigner ses hôtes et de leur indiquer les adresses incontournables de la région, du meilleur *dholl puri* du village aux spots sauvages de Bel Ombre à ne manquer sous aucun prétexte !

Soucieux d'adopter les bonnes pratiques en matière de protection de l'environnement, Kaz'alala Hosted B&B se concentre par ailleurs sur des méthodes visant à promouvoir un tourisme durable : tolérance zéro pour le plastique, chauffe-eau solaire et approvisionnement en produits locaux font partie de ses exigences. Enfin, des formations en cuisine, en jardinage et en maintenance sont également proposées à des jeunes sortis du système scolaire afin de leur garantir un meilleur futur. Ceci est rendu possible à travers la contribution de \$1 par client par nuit passée à Kaz'alala Hosted B&B, reversée à la Maison familiale rurale de Surinam.

Nouvelle déco et carte revisitée pour Ocean Basket La Croisette



L'enseigne Ocean Basket, qui a posé ses valises à Maurice en 2011, a toujours mis les petits plats dans les grands pour satisfaire sa clientèle. C'est dans ce même esprit que le restaurant Ocean Basket de La Croisette (OBLC) a été rénové en septembre.

OBLC a rouvert ses portes le mercredi 27 novembre avec une nouvelle capacité de 190 places, soit 30 places supplémentaires, un aménagement contemporain avec des tables pouvant recevoir jusqu'à huit personnes et un lounge pour accueillir ses clients.

Bonne nouvelle pour les fans de sushis ! En cette période estivale et festive, OBLC propose quatre nouvelles variétés de sushis qui fusionnent les saveurs, dont les sushis au poisson salé apportant une touche typiquement mauricienne.

Qui dit été, dit boissons rafraîchissantes. Ocean Basket propose également des « Summer Popsicle Mocktails », à base de fruits tropicaux et locaux agrémentés du jus de canne à sucre. OBLC lance aussi sa nouvelle carte en ce mois de décembre 2019 avec des plats exquis, une fusion terre-mer parfaite pour les gourmets.



Rogers Capital – Nouvelle filiale à Rodrigues

Rogers Capital a pour objectif d'élargir ses horizons à l'échelle mondiale et de mettre en place des solutions novatrices et adaptées pour garantir un meilleur service aux clients. L'ouverture d'une toute nouvelle filiale à Rodrigues, opérationnelle depuis le 15 juillet 2019 et pilotée par Richarno Lisette, s'inscrit dans cette démarche.

Située à Emcar, Port Mathurin, cette nouvelle succursale a créé une nouvelle application et un site web, tous deux entièrement opérationnels. Que ce soit pour une demande de location-vente, un emprunt ou un crédit-bail, la nouvelle agence offre une gamme de services à crédit à tous ses clients.

Heritage Golf Club : un second parcours très attendu

Heritage Golf Club affûte ses ambitions en dévoilant son nouveau parcours au cœur du domaine Heritage Bel Ombre... Un parcours qui promet rien moins qu'une expérience golfique hors norme à l'île Maurice !

Niché au cœur d'un paysage unique offrant un dénivelé naturel de 180 mètres, le second parcours d'Heritage Golf Club a été dessiné par Peter Matkovich, dont la réputation en matière de conception de parcours de golf n'est plus à faire, et le champion du British Open 2010 Louis Oosthuizen – l'expertise du premier étant renforcée par la maîtrise du jeu du second pour proposer des sensations inédites aux joueurs !

Nommé La Réserve, ce 18-trous sera le tout premier parcours de type *links* sur l'île Maurice et offrira des panoramas sur la mer depuis chacun des trous. Le club house est quant à lui conçu par l'architecte Florent Richard, du célèbre cabinet français Perrot & Richard. Les travaux ont démarré courant juillet 2019 et présentent à ce jour une excellente progression. L'ouverture du golf est prévue pour le mois de septembre 2021.

La construction de ce second parcours vise à renforcer le positionnement d'Heritage Resorts, tout comme celui de l'île Maurice, comme une destination golfique de premier ordre. Avec l'objectif assumé de rivaliser avec certains des meilleurs parcours au monde, il est certain que ce links proposera aux amateurs une excellente expérience de jeu et un souvenir impérisable.

Alors qu'Heritage Golf Club vient d'accueillir la cinquième édition de l'AfrAsia Bank Mauritius Open du 5 au 8 décembre 2019 et qu'il vient d'être nommé pour la sixième année consécutive « Best Golf of the Indian Ocean » aux World Golf Awards, le club n'a pas fini de faire parler de lui !



Des représentants de Rogers au Web Summit de Lisbonne

Le Web Summit de Lisbonne s'est tenu du 4 au 7 novembre 2019 et a rassemblé comme chaque année plus de 70 000 personnes parmi les entreprises et experts redéfinissant les technologies à l'échelle mondiale. Cette année, deux managers de l'équipe de Rogers ont participé à cet événement de grande ampleur : Florent Masson, *Chief Digital Officer*, et Prakash Luchmun, *Corporate Manager – Information Systems*.

La digitalisation étant l'un des six leviers du plan stratégique de Rogers pour 2019-2023, être présent à cet événement était une évidence. En effet, comme l'explique Florent Masson, ces conférences sont une référence en matière de technologie digitale. Avec parmi les intervenants Brad Smith, président de Microsoft ou encore Werner Vogels, *Chief Technology* d'Amazon, ce rendez-vous a été l'occasion pour Rogers de se tenir à jour sur les nouvelles problématiques digitales liées au développement durable et au futur du monde du travail, mais aussi de rencontrer des représentants de start-ups prometteuses et des prestataires potentiels.

Les enseignements retenus par Florent ? L'ouverture d'esprit, l'agilité et le dynamisme sont les clés de la réussite en matière de digital. « *Nous devons être acteurs du changement !* »

Velogic célèbre ses 10 ans

Lancé en octobre 2009, Velogic a tissé sa toile au fil des ans : la large gamme de prestations offertes par l'entreprise de logistique du groupe Rogers (qu'il s'agisse de transit international, de courtage en douane, de stockage, de transport routier, d'affrètement de vraquiers, de services de conteneurs ou de courrier) en fait désormais un leader dans son domaine. Son expertise, toutefois, remonte à plusieurs décennies (voir en pages). C'est forte de ce constat que l'entreprise aiguisé ses ambitions, de manière à s'inscrire dans la durée. Symboliquement, elle a offert à ses employés des gourdes en acier inoxydable, en vue de réduire l'utilisation de plastique dans ses bureaux et participer, à sa manière, à l'effort commun pour un développement durable.

Sa force réside notamment dans sa capacité d'adaptation, qui lui permet d'offrir des services sur mesure tels que le conditionnement de sucres spéciaux. Velogic possède également un centre d'exposition à Mer Rouge qui accueille régulièrement des événements d'envergure.

Maîtrisant les subtilités du commerce international, Velogic a étoffé son réseau au cours de cette dernière décennie, affinant ainsi son expertise et se positionnant stratégiquement sur le marché. Velogic compte aujourd'hui plus de 1 500 salariés au sein de ses 35 bureaux implantés à l'île Maurice, en France, au Bangladesh, en Inde, à Madagascar, au Mozambique, au Kenya ainsi qu'à La Réunion.

L'entreprise ne compte pas s'arrêter en si bon chemin : dirigée par Vishal Nunkoo depuis 2011, elle souhaite conserver sa place parmi les acteurs de référence de la logistique dans l'océan Indien et dans le monde. Pour ce faire, elle peut compter sur ses nombreux atouts : des équipes expérimentées, une offre variée et de qualité ainsi que des partenariats stratégiques noués sur le long terme.



Bo'Valon Mall by Ascencia a ouvert ses portes !

Bo'Valon Mall, le septième centre commercial du groupe Ascencia, a officiellement ouvert ses portes aux habitants du Sud le 27 novembre dernier.

Ce projet est né d'une collaboration entre les promoteurs EnAtt et Atterbury – société sud-africaine de développement foncier – après qu'ils ont noté une demande pour une offre de ce genre dans le sud de l'île. « *Le choix de cette location n'est pas dû au hasard : nous avons longuement étudié les besoins et les attentes des consommateurs aux quatre coins de l'île, et nous nous sommes aperçus qu'il y avait un vrai manque dans le Sud. Nous comptons satisfaire les habitants de la région en leur offrant un centre commercial attractif, propre, idéalement situé et très compétitif* », fait remarquer Frédéric Tyack, *Chief Executive Officer* d'Ascencia.

Les centres commerciaux d'Ascencia comptant déjà parmi les plus fréquentés à travers le pays, l'ouverture de ce nouveau mall constitue une suite logique des efforts menés par le groupe pour offrir aux Mauriciens des espaces de shopping et de loisirs conviviaux.

Bo'Valon Mall by Ascencia c'est :

- une superficie de 10 500 m².
- un hypermarché King Savers de 4 000 m².
- pas moins de 28 magasins.
- un spacieux food court avec 13 restaurants.
- 540 places de parking.
- 453 emplois directs.

L'on note l'addition de plusieurs enseignes à la liste des partenaires d'Ascencia. En effet, des magasins et restaurants tels qu'Espace Maison, King Savers, Le Beau Bijou de Rêves, Mod-Paris, Kidstar, Closet, Liquid, Lattellicious, The Chef, Y Not, Las Flamos, Kebstar, Good Korma, Mississippi Chicken et Ice Cream Palace ne sont présents dans aucun autre mall d'Ascencia.

Par ailleurs, s'inscrivant dans la démarche de développement durable du groupe, le centre commercial a été conçu dans le respect des impératifs environnementaux. Ainsi, comme quatre autres malls du groupe, Bo'Valon sera bientôt doté de panneaux photovoltaïques pour produire de l'énergie verte, et d'une station d'épuration des eaux usées. De plus, dans l'optique de diminuer les besoins en énergie, la structure a été construite de sorte à laisser passer le plus possible la lumière naturelle et à permettre une climatisation naturelle.



Le spot de Bel Ombre a accueilli la compétition GKA Kite World Cup Mauritius 2019

Du 6 au 15 septembre 2019, le domaine Heritage Bel Ombre a été le théâtre d'une manifestation sportive de grande ampleur : le GKA Kite World Cup Mauritius.

Créé par la Global Kitesports Association – une association qui regroupe les plus grandes marques de kitesurf au monde –, le GKA Kite World Tour est une compétition internationale annuelle qui permet aux kitesurfeurs professionnels de s'affronter lors d'épreuves organisées dans de nombreux pays à travers le globe.

Pour cette édition 2019, la GKA s'est associée à Heritage Resorts et KiteGloboing pour faire vivre la compétition sur le spot de Bel Ombre, qui a offert des conditions exceptionnelles de kitesurf aux 91 participants originaires de 30 pays différents. C'est Heritage C Beach Club, fraîchement rénové, qui a accueilli cet événement d'envergure pour faire s'affronter les meilleurs riders du monde entier dans deux disciplines différentes : le freestyle (Twin-Trip) et le kitesurf (Wave Riding et Strapless Freestyle). Outre les riders locaux et internationaux, une foule de spectateurs,

amateurs de sensations fortes, étaient présents pour l'occasion.

De nombreux sponsors ont également répondu à l'appel, tels qu'Ascencia ou encore le tour-opérateur Islandian, spécialiste des voyages de luxe dans les îles de l'océan Indien, qui a communiqué en amont sur cet événement afin de cibler une clientèle européenne amatrice d'adrénaline.

Les amateurs attendent déjà avec impatience la prochaine édition de cette compétition !



Heritage Trail : une nouvelle édition réussie

L'Heritage Trail, organisé par Racing Republic et sponsorisé notamment par Rogers et Heritage Bel Ombre, est devenu en quelques années l'un des trails les plus en vue de l'île Maurice. Le 11 août dernier, au cours de la quatrième édition de cet événement annuel, les participants ont pu apprécier les magnifiques reliefs et paysages sauvages de l'intérieur des terres et de la région sud de Maurice, avec des parcours traversant notamment Baie du Cap, Chamarel, le parc national des Gorges de Rivière Noire ou encore l'Heritage Nature Reserve, à Bel Ombre.

L'édition 2019 a ainsi vu la participation de plus de 800 trailers sur les quatre différentes épreuves au programme, soit le 55 km, le 21 km, le 10 km et le *Kids Fun Jog* de 3 km (réservé aux plus jeunes). La course de 55 km a consacré le Sud-Africain Thabang Madiba chez les hommes et la Mauricienne Sophie Laplane chez les dames.

Côté 21 km, le Mauricien Jonathan Cotte et la Réunionnaise Fatima Hibon ont raflé la première place, tandis que le 10 km a vu la victoire du Mauricien Zoe Thomas et de la

Mauricienne Rachel Legrand. À la fin de leur course, les participants ont pu profiter d'un repas proposé par l'équipe de restauration de l'Heritage Awali Golf & Spa Resort.

Pour la seconde année consécutive, l'Heritage Trail a soutenu l'organisation non gouvernementale Haemophilia Association of Mauritius, qui récolte des fonds pour le traitement des enfants atteints d'hémophilie à Maurice et sensibilise à cette maladie.

ISLANDIAN ET ASCENCIA À L'HONNEUR LORS DES JIOI

L'île Maurice a remporté haut la main la dixième édition des Jeux des îles de l'océan Indien. Annaëlle Félicie et Robert Boullé ont rapporté deux médailles de bronze à Maurice.

Annaëlle Félicie, employée du groupe Islandian, a obtenu la médaille de bronze lors de la compétition féminine de voile, catégorie Lazer 4.7. À 24 ans, elle compte à son actif de nombreuses victoires en compétition. Annaëlle est une fille de la mer. Enfant, accompagnant son papa, skipper, en mer, elle y prend goût. Voyant des voiliers naviguer, elle rêve d'en faire autant. S'ensuivent ses premiers cours. Ses week-ends et temps libre, elle les passe sur un voilier et, à force de persévérance, la voilà qui s'essaie à divers championnats. Au sortir de ses aventures, c'est un caractère fort et une plus grande confiance en elle qu'elle acquiert.

Chez Ascencia, c'est l'équipe de rugby de Robert Boullé qui a brillé à la troisième place. À 28 ans, Robert a déjà participé à plusieurs coupes d'Afrique. Il s'est naturellement tourné vers le rugby puisque ce sport était pratiqué dans sa famille. De plus, cette discipline correspond aux valeurs que Robert défend : l'intégrité, l'esprit d'équipe, l'engagement, la discipline et le respect. L'équipe de Robert étant constituée d'amis, l'entente et la cohésion sont une réelle force qui leur permet de se dépasser en se portant les uns les autres dans la bonne humeur vers de hautes performances.



VLH Excellence Awards 2019 : hommage au passé, gloire au futur

La cinquième édition des VLH Excellence Awards, qui s'est tenue jeudi 29 août à l'Aventure du Sucre, à Beau Plan, a été un véritable voyage au cœur de l'histoire du groupe hôtelier. Un hommage évident a été rendu à l'empreinte laissée par François Eynaud qui faisait ses adieux devant une audience chaleureuse, composée, entre autres, du ministre du Tourisme Anil Gayan et de Philippe Espitalier-Noël, *Chief Executive Officer* (CEO) de Rogers et Chairman de VLH. Comme à l'accoutumée, cette soirée de gala a également fait la part belle au présent, en récompensant les initiatives et performances des employés.

La réouverture du mythique Veranda Tamarin, ainsi que la rénovation du C Beach Club ont notamment été mises en valeur. Thierry Montocchio, récemment nommé CEO du groupe hôtelier, a quant à lui évoqué le futur en dévoilant des projets alléchants. L'ancien directeur financier, toujours fidèle à la maison VLH, a affiché de grandes ambitions pour Heritage Resorts.

C'est dans une dynamique de renforcement de l'offre qu'un second golf de classe internationale rejoindra le portfolio d'Heritage Resorts. Un magnifique 18-trous qui ravira les passionnés et amateurs de vues à couper le souffle. De belles perspectives pour Bel Ombre qui conservera sa volonté d'un développement durable et inclusif. Cette soirée mémorable témoigne de la capacité du groupe VLH à s'appuyer sur ses succès passés pour mieux se projeter dans l'avenir.



4 questions à Kumar Dursun, Head of Systems and Procedures chez Ascencia

1. COMMENT ASCENCIA APORTE-T-ELLE SA PIERRE À L'ÉDIFICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ?

L'un de nos objectifs est de réduire ce qu'on appelle le *general waste*. Pour cela, nous avons fait appel à un prestataire qui collecte et trie les déchets dans tous nos malls. Il en existe plusieurs types : les déchets organiques, le *scrap metal* (principalement des cannettes), le papier et le carton, de même que le plastique. Tous ces déchets sont triés et envoyés à différentes entreprises qui les utilisent ou les recyclent.

Nous avons également équipé certains des centres du groupe de panneaux photovoltaïques et de stations d'épuration.

Par ailleurs, nous avons aussi commencé le recyclage des huiles usées : notre prestataire les récupère dans les cuisines des restaurants et fast-food. Elles sont ensuite traitées et utilisées comme combustible.

1. COMMENT METTEZ-VOUS EN ŒUVRE CE TYPE DE PROJETS ?

Nous avons mis en place un *Sustainability Committee* : chaque mois, nous recevons de notre prestataire de collecte des

déchets un rapport qui établit un état des lieux et fait quelques recommandations. Le *Sustainability Committee* se réunit ensuite pour l'analyser et prendre des mesures et des décisions qui amélioreront le processus.

1. LA DIMENSION ÉCOLOGIQUE EST-ELLE PRISE EN COMPTE DÈS LA CONSTRUCTION D'UN CENTRE COMMERCIAL ?

Absolument ! Par exemple, le dernier mall que nous avons construit à Beau Vallon dispose de grandes baies vitrées pour laisser passer au maximum la lumière du jour et, de ce fait, diminuer les besoins en lumière artificielle. Bo'Valon Mall et Bagatelle Mall ont tous deux leurs propres stations d'épuration qui collectent les eaux usées et les utilisent ensuite pour l'irrigation. Et enfin, comme mentionné plus tôt, quatre des malls du groupe sont équipés de panneaux solaires.

1. QU'EST-CE QUE LE PROGRAMME ASCE ?

ASCE (*Accessibility, Safety/Security, Confort, Engaging with our clients*) est un outil informatique actuellement en phase de développement pour générer de l'excellence opérationnelle. Il nous permet de mettre en lien, et sur une plateforme unique, tous les intervenants de la



gestion des malls : les *Centre Managers*, les financiers, les *Marketing Managers* et les *Operations Managers*. L'idée est d'utiliser la technologie à bon escient pour aider nos employés et à réaliser notre promesse clientèle.

ROGERS AVIATION

Des forklifts électriques pour un environnement de travail plus sain

Rogers Aviation a récemment fait l'achat de six forklifts électriques pour remplacer ceux à gaz, utilisés précédemment. Cette démarche permet aux employés de Plaisance Airport Travel Services (PATS) de travailler dans un environnement plus sain : les forklifts électriques n'émettent pas de gaz et sont également plus faciles à manier.

À terme, ce projet verra le remplacement de la totalité de la flotte de chariots élévateurs, pour se diriger à 100 % vers des solutions eco-friendly.



ÉNERGIE VERTE

Quatre malls d'Ascencia se parent de panneaux photovoltaïques

En 2018, l'État a mis en place le *Medium Scale Distributed Generation (MSDG)* pour permettre aux entreprises de produire entre 50 kW et 2 MW d'électricité à partir de sources d'énergies renouvelables. Dans le cadre de l'engagement du groupe en matière de développement durable, quatre des sept centres commerciaux d'Ascencia ont ainsi été équipés de fermes photovoltaïques : Phoenix Mall, Les Allées, Kendra et Bagatelle Mall.

RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE

Installés sur les toits, les panneaux solaires permettent de fournir de l'électricité verte aux malls pendant la journée. La nuit, le Central Electricity Board (CEB) prend le relais car ces installations ne sont pas encore en mesure de stocker l'énergie produite. Ascencia a tout de même de quoi être fier : la ferme photovoltaïque de Bagatelle est la plus grande de l'hémisphère Sud et permet une production de 1,2 MW !

L'objectif principal de ce projet est la réduction de l'empreinte carbone du groupe, en diminuant la consommation d'électricité produite à partir d'énergies non renouvelables. Il permet également d'alléger les charges mensuelles et d'assurer une fourniture d'électricité ininterrompue pendant la journée.



Aujourd'hui, la production d'énergie est limitée par le CEB à 30 % de la consommation totale, mais une plus grande autonomie pourrait être atteinte dans les prochaines années. Ascencia souhaiterait

d'ailleurs devenir producteur indépendant d'énergie sur le long terme. En attendant, il est prévu que d'ici 2021, les centres restants soient également équipés de panneaux solaires.

Comment fonctionne une ferme photovoltaïque ?

- Des panneaux solaires photovoltaïques sont installés à un endroit où ils peuvent facilement capter la lumière du soleil.
- Ils transforment directement l'énergie du soleil en électricité (courant continu).
- Le courant continu passe ensuite par un onduleur qui le transforme à son tour en courant alternatif et, ensuite, par un transformateur qui adapte sa tension à celle du réseau électrique.
- L'électricité produite est ensuite directement envoyée au réseau d'approvisionnement existant.

ROGERS CAPITAL

Des arbres pour faire respirer la Citadelle !

Dans le cadre du projet de restauration de l'écosystème de la Citadelle, Rogers Capital et la Fondation Ressources et Nature (FORENA) ont organisé une journée « Tree Planting » le 18 juillet dernier. Quarante-trois employés y ont participé et 100 arbres endémiques ont été plantés.

Des intervenants de FORENA ont échangé avec les participants sur les raisons d'une telle initiative. Ils leur ont ensuite expliqué comment planter un arbre dans les meilleures conditions possible.

En plus de restaurer l'écosystème de la Citadelle, ces arbres permettront aussi de réduire l'érosion et à long terme d'avoir un espace vert où se ressourcer au cœur de la capitale.



Les arbres qui ont été plantés : bois d'olive, bois gaulettes, bois à poudre, arbre à l'huile, vacoa et bois carotte.

Rogers Capital souhaite continuer à s'associer à ce genre d'actions pour le développement durable de l'île.

Conférence à Londres : Aruna Radhakeesoon parle de la diversité du genre aux postes de direction



Aruna Radhakeesoon, *Executive Director* de Rogers depuis 2012, était une des intervenantes à la « 19th London Global Convention on Corporate Governance & Sustainability » organisée par l'*Institute of Directors, India*. Cette conférence, qui a eu lieu du 13 au 16 novembre 2019, a mis en lumière les meilleures pratiques nécessaires à adopter en ce qui concerne des conseils d'administration à travers le monde, notamment au niveau de la diversité du genre.

D'autres personnalités sont aussi intervenues à la conférence telles que Lord Adair Turner, ancien président de la Financial Services Authority du Royaume-Uni et militant du *Climate Change*, et Denise Wilson OBE, *Chief Executive* de *The Hampton-Alexander Review, FTSE Women Leaders* au Royaume-Uni.

De plus, les sujets tels que la transparence et la responsabilité comme outils de bonne gouvernance dans chaque

entreprise ont également été évoqués. La présence d'Aruna Radhakeesoon à cette conférence était d'autant plus importante qu'elle est aussi *Chairman* du *National Committee on Corporate Governance*.

Lors de son intervention, elle a souligné la nécessité de faire évoluer la situation à Maurice en termes de diversité sur les conseils d'administration et de « gender equality/parity » aux postes de direction et sur les conseils d'administration surtout à la lumière du rapport *Participatory Gender Audit in the Private Sector in Mauritius* préparé par le *Parliamentary Gender Caucus* et le *United Nations Development Programme*.

Pour ce faire, Aruna Radhakeesoon met en avant le besoin de changement de culture qui doit nécessairement accompagner le nouveau *Code of Corporate Governance* mauricien, lancé il y a presque trois ans, en février 2017.

ROGERS AVIATION Un coin recyclage pour les employés

Depuis quelques mois, Rogers Aviation encourage les employés de ses bureaux de Bagatelle à venir déposer dans un coin recyclage des piles électriques usagées non rechargeables, des bouchons en plastique (PET), de même que du papier, des magazines et cartons non réutilisables.

- Les piles sont envoyées à Mauritius Telecom qui se charge de les faire recycler.
- Les bouchons sont recyclés par une entreprise locale qui les transforme en tables, bancs et palettes.
- Pour ce qui est du papier, du carton et des magazines, ils font l'objet d'un tri méticuleux avant d'être envoyés pour recyclage en France et en Afrique du Sud via un prestataire local.

Dans le but de privilégier des solutions vertes, des piles rechargeables sont aussi mises à la disposition de tous les employés de l'entreprise.



ROGERS CÉLÈBRE L'ENVIRONNEMENT !



À l'occasion de la Journée internationale de l'environnement et du « World Ocean Day », respectivement le 5 et le 8 juin dernier, le groupe Rogers a multiplié les initiatives visant à valoriser sa philosophie durable auprès de ses collaborateurs et du grand public. Bien sûr, la problématique environnementale ne se limite pas à quelques dates dans le calendrier, mais il faut savoir parfois la célébrer. Loin des discours moralisateurs peu efficaces, l'approche se veut résolument ludique et pragmatique !

Les plages mauriciennes figurent sans aucun doute parmi les plus beaux paysages de notre pays. Malheureusement, elles sont trop souvent envahies par les déchets et autres formes de pollution. Soucieux de cette problématique, les employés de plusieurs entités du groupe Rogers telles que VLH, Velogic ou encore Rogers Aviation ont mené des opérations de nettoyage dans une bonne humeur communicative. Quant aux équipes de Rogers Capital, elles se sont démenées pour nettoyer les rues de Port Louis.

En plus de ce type d'actions correctives, le groupe attache beaucoup d'importance aux symboles. Ces derniers permettent de sensibiliser le plus grand nombre et d'inviter à la réflexion. C'est exactement l'objectif annoncé par la Rogers Foundation au moment d'installer son « poisson poubelle ». Jeter ses déchets plastique dans une poubelle en forme de poisson, c'est finalement prendre conscience de l'alimentation toxique à laquelle les espèces

marines sont confrontées. Cette structure métallique exposée au Caudan Waterfront dans un premier temps, puis au Morne, soulève également la question de la chaîne alimentaire.

Toutefois, du point de vue du groupe Rogers, les initiatives de ce type doivent aussi et surtout se montrer attractives. Oui, l'environnement est une fête qu'il faut célébrer ! C'est ce que les malls d'Ascencia n'ont pas manqué de faire en mettant en place le projet IN'vert en juin et juillet derniers. De multiples animations ont ainsi égayé les allées de ces lieux de vie. Bagatelle Mall, Phoenix Mall et So'flo ont tenu un Green Market avec des expositions vertes et bio. Ce n'est pas tout ! Des ateliers DIY sur le recyclage et la réduction des déchets ont également été organisés durant cette période. Et pour ajouter un peu plus de fun, les déchets collectés ont ensuite été utilisés pour créer la mascotte IN'vert - une tortue portant le nom d'« Asce » !

Enfin, que serait une fête sans musique ? C'est pour éviter cette question que l'artiste et activiste Kan Chan Kin a donné un concert muni de ses instruments réalisés à partir de matériaux recyclés. Des tubes de PVC transformés en trompettes ou encore une roue de vélo qui donne vie à une ravolette, c'est cela la musique écologique !

Rendez-vous bientôt pour de nouvelles initiatives durables !

VLH ET ASCENCIA

FOODWISE DONNE UNE SECONDE VIE AUX ALIMENTS

L'entreprise sociale FoodWise s'est donné pour mission de réduire le gaspillage alimentaire. Elle redistribue les invendus ou surplus des entreprises, comme les supermarchés, les hôtels, les industries ou restaurants, à des associations venant en aide aux personnes vulnérables.

À Maurice, 17 % de la population a du mal à trouver de la nourriture et, en parallèle, une moyenne de 180 000 tonnes d'aliments est gaspillée chaque année. C'est fort de ce constat que l'aventure FoodWise a démarré : sept bénévoles se sont donné pour mission de créer une entreprise sociale qui fait le lien entre ceux qui sont dans le besoin et ceux qui disposent de surplus ou d'invendus, à savoir les supermarchés, hôtels ou restaurants. Ils donnent ainsi une seconde vie aux aliments !

LES PARTIES PRENANTES DU PROJET

Trois types d'acteurs entrent en jeu pour la réussite de ce projet :

- Les *food donors* : les organismes qui donnent la nourriture. Généralement des hôtels, supermarchés et restaurants. Ils s'occupent aussi de stocker dans les meilleures conditions possibles la nourriture non consommée.
- Les *food transporters* : des bénévoles, les associations elles-mêmes ou les fournisseurs des *food donors*.
- Les *food receivers* : les bénéficiaires qui reçoivent la nourriture. Généralement des écoles ou des ONG.

TRANSFORMER LA CONTRAINTE EN UNE OPPORTUNITÉ

Les supermarchés, hôtels et restaurants sont généralement frileux à l'idée de distribuer leurs surplus et invendus. Cela demanderait une organisation logistique supplémentaire, qui ne fait pas forcément partie de leur activité de base. C'est là que FoodWise entre en jeu. Elle s'occupe de la mise en place ainsi que du suivi. Processus opérationnels, formations, documents de traçabilité, visite des ONG, FoodWise prend tout en charge.

Une entreprise ayant des produits avec une date de péremption qui approche peut ainsi appeler FoodWise qui se chargera de les récupérer, de les transporter et enfin de les distribuer à une ONG. Le tout dans des conditions sanitaires et un délai conformes à la loi, afin de s'assurer que les produits sont toujours consommables.

L'aspect légal est également couvert grâce à un accord signé par les donateurs et les ONG ou les parents des enfants bénéficiaires.

UN IMPACT ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

L'activité de FoodWise contribue également au développement durable de l'île. En effet, lorsque des déchets alimentaires sont jetés dans des décharges et laissés à l'air libre, ils se décomposent et dégagent des gaz à effet de serre. Toute la nourriture récupérée et redistribuée par FoodWise représente donc des déchets en moins dans nos décharges. Au total, en une année, 50 tonnes de nourriture ont été sauvées.

De par son activité, FoodWise transforme ainsi la contrainte de gestion des invendus alimentaires en une opportunité d'impact économique, social et environnemental.

LES OBJECTIFS POUR 2021

À ce jour, FoodWise compte un total de 25 *food donors* et en novembre, pour le premier anniversaire de l'ONG, 220 000 repas avaient été distribués. En 2021, FoodWise souhaite recruter 20 *food donors* supplémentaires et distribuer un total de 400 000 repas. Dans l'optique d'atteindre cet objectif, il est prévu d'agrandir l'équipe et de mettre en place une plateforme informatique pour faciliter le lien entre les *food donors* et les bénéficiaires.

Un autre objectif pour 2021 est la mise en place d'activités qui permettront à l'ONG de générer des revenus et d'être autonome financièrement.

Testée avec succès à Bagatelle cette année, Rejuice est une de ces activités. L'idée est de récolter les fruits et légumes invendus en supermarchés en raison de leur apparence « atypique », pour en faire des jus frais, mis en vente au public.

Rogers, VLH et Ascencia sont ainsi des partenaires privilégiés de FoodWise et s'engagent ensemble dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.

FoodWise Madagascar

L'une des fondatrices du projet vit maintenant à Madagascar. C'est tout naturellement qu'elle y a également mis en place une structure similaire. FoodWise Madagascar et FoodWise Mauritius sont deux entités indépendantes, fonctionnant selon le même modèle.

UNITING ENERGY, UNE NOUVELLE CAMPAGNE AXÉE SUR LA « CO-CRÉATION »

Le groupe Rogers a lancé sa nouvelle campagne de communication corporate en septembre dernier. Celle-ci comprend une communication visuelle disponible en anglais et en français sur les réseaux sociaux et s'articule autour de ses valeurs d'entreprise. Baptisée *Uniting Energy*, cette campagne coïncide avec le lancement de son plan stratégique pour les quatre prochaines années.

À travers cette campagne, le groupe Rogers a souhaité redéfinir ses valeurs et remodeler sa vision d'entreprise au regard d'un environnement socio-économique en constante évolution.

Cela fait quelque temps déjà que le groupe avait entamé une réflexion autour de sa réactualisation. « *La décision d'effectuer un brand refresh avait pour but de redynamiser la marque, de lui insuffler une nouvelle vigueur, cela en résonance avec la promesse forte de Co-Creating Meaningful Opportunities. Par ailleurs, cette réactualisation tombait à point nommé suite à l'élaboration de notre nouveau plan stratégique 2019-2023* », fait ressortir Belinda Vacher, *Chief Projects and Sustainability Executive*.

« *En unissant nos efforts, nous créons une nouvelle énergie.* » C'est ce qui transpire de cette nouvelle campagne, construite autour de cette force créatrice qu'est l'énergie, d'où le nom *Uniting Energy*. Chez Rogers, chacun apporte sa contribution, que ce soit

en termes d'attitude, d'aptitude ou de talent afin de créer de la valeur.

C'est ce que vise à traduire le film d'entreprise qui met l'accent sur l'énergie humaine, « *l'énergie collective et individuelle (...) l'énergie contraire ou conciliante, l'énergie qui fait grandir, l'énergie de toutes les collaborations...* »

En vue de refléter cette nouvelle dynamique, un léger réajustement des valeurs a été effectué. Tandis que « Leadership » et « Agility » ont été conservées, « Dynamism » a évolué en « Excellence ». Ces valeurs sont l'essence même de la culture de l'entreprise et imprègnent la façon d'être et d'agir au sein du groupe.

Avec sa nouvelle campagne *Uniting Energy*, le groupe espère construire une vision aspirationnelle et inspirante avec l'aide de ses clients, ses employés et ses partenaires, ainsi que la communauté locale. Une vision qui suppose :

- la compréhension des besoins des marchés et de la clientèle avec un « Outward Mindset » ;
- un travail collectif pour apporter des changements qui aient du sens ;
- la recherche d'opportunités de croissance pour étendre son empreinte internationale ;
- l'aide de ses employés et de ses partenaires appelés à devenir les moteurs de sa croissance.

C'est aussi l'occasion de poser de nouvelles priorités dans le cadre d'un développement durable. L'accent est également mis sur les ressources humaines au sein du groupe. L'idée est d'attirer des collaborateurs qui épousent les valeurs de l'entreprise.

Quoi qu'il en soit, cette nouvelle campagne a été très bien accueillie par les différents collaborateurs. Philippe Espitalier-Noël, *Chief Executive Officer* du groupe, se dit du reste fier de voir qu'elle repose entièrement sur la participation volontaire de plusieurs centaines d'employés de Rogers.

MyROGERS, UNE APPLICATION POUR RENFORCER L'OFFRE EMPLOYEUR



Le groupe Rogers a lancé son application mobile baptisée MyRogers. Accessible sur Google Play pour les dispositifs Android et App Store pour les dispositifs iOS, elle est spécialement conçue pour ses employés et ses partenaires.

L'application mobile MyRogers a été mise en ligne en soft launch le 13 novembre pour les employés du Corporate Office et ceux de Rogers Capital. Une quinzaine plus tard, soit le 2 décembre, après une phase d'expérimentation réussie, c'était au tour des employés de Rogers Aviation, Island Living, VLH et Velogic d'avoir l'opportunité de télécharger cet outil innovant, à leur grande satisfaction.

« C'est une grande première pour Rogers et une belle initiative. L'appli est conviviale, rapide et possède une belle interface graphique », confie Sandra Lam du Corporate Office. Destinée aux quelque 5 000 employés du groupe, cette application permet d'accéder, en quelques clics, à des offres spéciales auprès de commerçants/prestataires de services partenaires qui incluent, entre autres, des magasins, des hôtels, des restaurants, des spas, des organisateurs d'activités de loisirs, des tour-opérateurs, des fournisseurs de prestation de formation professionnelle, des compagnies aériennes, etc. Les offres sont organisées selon quatre catégories : *Shop, Eat & Drink, Experience* et *Services*, pour une meilleure expérience utilisateur.

Dans l'optique d'offrir davantage de confort aux collaborateurs, l'appli leur permet aussi accéder à des informations personnelles ayant trait leur pension ou à leur couverture médicale. Un « Job Board » ainsi qu'une base de données relative aux activités du groupe sont également inclus.

Il faut savoir que jusqu'ici les employés du groupe Rogers ainsi que ceux du groupe ENL bénéficiaient déjà d'une carte privilège qui leur permettait d'avoir accès à des remises chez des prestataires partenaires. MyRogers vient apporter une dimension digitale à cette carte, en permettant aux employés, ainsi qu'aux membres de leur famille, de découvrir et de profiter des différents services et des produits de l'ensemble du groupe de manière instantanée.

Elle leur simplifie la vie en leur apportant des informations rapides et directes. C'est d'ailleurs ce que fait ressortir Henna Ebrahim, de Rogers Aviation : « C'est une application tout-en-un qui nous permet de nous tenir au courant et de profiter pleinement des nouveautés dans l'ensemble du groupe tout en ayant un sentiment d'appartenance ». Elle ajoute qu'elle offre également une formidable expérience utilisateur.

À une époque où les outils digitaux se multiplient, une bonne « expérience client » est effectivement essentielle. « Nous souhaitons, dans le cadre de notre stratégie des ressources humaines pour les quatre prochaines années, stimuler l'engagement des employés. La conception de cette application est un moyen de renforcer l'Employee Value Proposition (offre employeur) à l'intention des employés », souligne Philippe Espitalier-Noël, Chief Executive Officer du groupe.

ABMO, DÉMONSTRATION DE SAVOIR-FAIRE DE NOS ÉQUIPES

L'AfrAsia Bank Mauritius Open (ABMO) était de retour à Heritage Golf Club pour un tournoi international golfique intense.

Du 5 au 8 décembre 2019, plus de 150 des meilleurs joueurs mondiaux, notamment des grosses pointures du golf, se sont affrontés pour défendre leur titre et décrocher la coquette somme d'un million d'euros. Divers secteurs ont travaillé d'arrache-pied pour la cinquième édition de cet événement incontournable du calendrier golfique, qui a vu la victoire du Danois Rasmus Højgaard.

Pour rappel, l'AfrAsia Bank Mauritius Open est un événement officiel de l'Ordre du Mérite sur l'European Tour, le Sunshine Tour et l'Asian Tour. Sa première et sa troisième éditions s'étaient déroulées sur le parcours de l'Heritage Golf Club. Pour sa cinquième édition, le tournoi était de nouveau sur le magnifique parcours six fois primé aux World Golf Awards.

Il s'agit d'un événement de taille pour le groupe Rogers qui est un important sponsor, avec ses filiales Rogers Capital et Islandian. En effet, si l'intérêt sportif est indéniable, il est aussi question des enjeux économiques de l'industrie du golf. Rogers, le promoteur de ce tournoi à travers sa filiale Heritage Resorts, avait ainsi déployé tous les moyens financiers et logistiques pour s'assurer du succès et du bon déroulement de cette manifestation. Avec



Heritage Resorts, il ambitionne de positionner Maurice comme destination golfique, s'appuyant sur les chiffres prometteurs de cette discipline sportive.

Islandian, filiale spécialisée dans les voyages sur mesure, y voit l'opportunité d'attirer davantage de touristes vers l'île. « *Cet événement golfique intéresse notre clientèle européenne (principalement de la France, de la Belgique et de la Suisse). Nos commerciaux, qui sont des experts locaux, guident les voyageurs pour préparer leur prochain voyage sur mesure selon leurs attentes (réservation du vol, de l'hôtel et des activités sur place)* », confie Jessica Geneve, *Brand and Marketing Executive* chez Rogers Aviation – Leisure Activities. Deux vidéos commerciales ont également été diffusées sur DSTV pendant la durée de l'événement.

Du côté d'Heritage Resorts, toutes les mesures avaient été prises pour accueillir les joueurs, les invités et les spectateurs comme il se doit. Ainsi, l'on a eu droit, entre autres, à deux dîners exclusifs orchestrés par le chef français David Toutain les 5 et 6 décembre (sur invitation), à une Cut Party au C Beach Club le 6 décembre et une Players Party à Heritage Golf Club.

Les débutants au golf et les enfants ont également eu l'occasion de profiter de cette semaine golfique grâce à une Golf Clinic. Le public était invité à venir encourager les joueurs et à participer à cette journée spectaculaire.

En qualité de sponsor officiel depuis sa création en 2015, la banque AfrAsia joue un rôle déterminant dans la mise en place de ce tournoi. Selon Sanjiv Bhasin, *Chief Executive Officer* d'AfrAsia Bank, l'objectif du sponsoring de cet événement a toujours été d'être « *le moteur de la croissance du Brand Mauritius* » et d'être une banque fermement engagée dans le succès de l'île Maurice.

L'AfrAsia Bank Mauritius Open est l'événement golfique ayant la plus grande couverture médiatique de l'océan Indien. Quatre jours durant, une quarantaine de chaînes de télévision du monde ont retransmis des images de Maurice. Ce qui représente approximativement 400 millions de foyers à travers le monde. Une belle occasion de donner une visibilité considérable au pays et de renforcer son statut de destination golfique à travers le monde.



GILLES QUENETTE PARRAINÉ PAR VELOGIC POUR LA COURSE IRONMAN EN MALAISIE



Gilles Quenette, membre du personnel de Velogic, a participé le 26 octobre dernier au triathlon de Malaisie grâce au parrainage de Velogic.

3,8 km de natation, 180,2 km de cyclisme et 42,2 km de marathon (course à pied) : voilà qui constitue l'épique Ironman Triathlon. Cette course aux trois disciplines a eu lieu le 26 octobre dernier en Malaisie. Le temps maximal de l'épreuve était de 17 heures.

Gilles Quenette, *Human Resources Coordinator* chez Velogic, a réussi à terminer la course en 15 h 50, arrivant à la 766^e place sur 1200 participants. Une très belle performance pour une première.

Or, si c'était là son premier Ironman, ce n'était, bien entendu, pas sa première participation à une épreuve de ce

type. Gilles a toujours été sportif et, il y a quinze ans, s'est tourné vers le trail. Depuis, toujours en quête de nouveaux défis, il s'est lancé dans de nombreuses compétitions.

En guise d'entraînement en vue de l'Ironman, il a participé à plusieurs Fast Triathlon à Maurice durant l'année. Le Zéro3000 à La Réunion, le 15 juin, ainsi que le Zom Feray à Maurice en septembre ont été également des occasions pour Gilles de se frotter aux meilleurs. En dehors de ces concours, Gilles s'est entraîné plusieurs heures, six fois par semaine. Mais c'était surtout le week-end qui lui permettait de se préparer à l'enchaînement des différentes disciplines.

Ses efforts ont été bien récompensés. Gilles, encore dans l'euphorie de son exploit, rêve déjà de ses conquêtes à venir, dont un prochain Ironman.

Renouveau pour le groupe de musique « Velogicians »

Le groupe de musique Velogicians existait depuis 2015 avec Bernard Desornay. L'initiative est aujourd'hui reprise par Ryan Balloo.

Le groupe, qui a repris son activité cette année, est composé de tout nouveaux membres, tous de Velogic. Les répétitions se font les samedis, à Mer Rouge, dans un conteneur transformé en studio. Quelques ultra-motivés se retrouvent en semaine le temps de trois notes et d'une vocalise durant leur pause déjeuner.

Les cinq musiciens et trois chanteurs, qui ont animé la dernière journée de la Musique, offriront un nouveau concert lors de la fête de fin d'année. Des invités, toujours faisant partie du personnel de Velogic, intégreront le spectacle et, qui sait, peut-être le groupe sur le long terme.



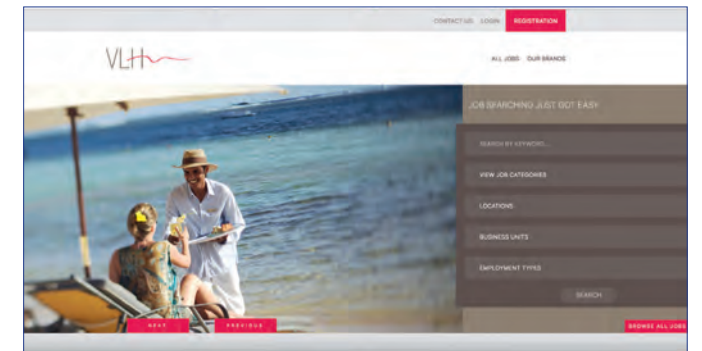
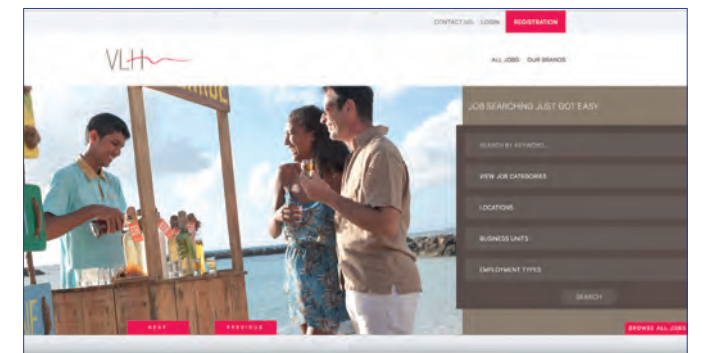
Un job board pour VLH

La plateforme, opérationnelle depuis la mi-octobre, compte déjà presque une centaine de profils créés. Un gain de temps et d'énergie pour les équipes RH de VLH.

S'adapter aux nouvelles tendances mais surtout être en adéquation avec la stratégie de digitalisation de VLH : telles sont les raisons d'être du job board récemment créé. La nouvelle plateforme tend vers une gestion plus simplifiée et efficace des recrutements. Un objectif qui semble bien atteint. Toutes les annonces de recrutement sont mises en ligne, permettant aux équipes des ressources humaines de gérer avec une plus grande facilité les candidatures et profils des candidats enregistrés sur la plateforme.

« Une banque de CV » est à présent accessible aux différents membres des équipes des ressources humaines de VLH. Les candidats, de leur côté, ont accès à l'ensemble des postes vacants du groupe. Ils peuvent postuler « en un clic » aux offres qui les intéressent.

Job board : <https://jobs.vlh.mu/>



Heritage Resorts Academy accueille ses premiers apprenants

L'académie a ouvert ses portes le 14 juin 2019 pour accueillir des jeunes âgés de 16 à 23 ans des régions de Bel Ombre à Mahébourg. Ces élèves sont formés aux métiers de l'hôtellerie. Cette année, la formation se concentrait sur le service de restauration.

D'une pierre deux coups

En formant les jeunes sans emploi qui résident dans le Sud, l'académie permet aussi de pallier le manque de personnel qualifié actuel et futur.

Ils étaient 25 à bénéficier de cette première formation qui se terminera à la fin de l'année et sont actuellement 15 à s'accrocher et terminer les cours. Ces derniers sont dispensés sur une durée de six mois, alternant entre théorie et pratique. Les cours théoriques, donnés les mardis et mercredis de 9 à 16 heures, se font actuellement dans les salles de conférence de l'hôtel Heritage Awali. Pour la partie pratique, les apprentis sont placés dans les hôtels Heritage Awali et Heritage le Telfair.

La formation est gratuite pour les élèves. Les frais de formation sont pris en charge en partie par le *Human Resource Development Council*

(HRDC) dans le cadre du *National Skills Development Program* destiné aux jeunes. Heritage Resorts pourvoit aux frais d'uniformes, de transport et de repas. Les apprentis reçoivent des appointements de Rs 6 000 payés par le HRDC. Au sortir de leur formation, tous les diplômés devraient trouver une place au sein du groupe.

La deuxième formation débutera en février 2020 et portera sur le service de restauration, sur des cours de cuisine et sur l'entretien ménager. Les inscriptions sont d'ores et déjà ouvertes et la sélection des candidats se fera en janvier 2020.

Pour les inscriptions :

VLH Training LTD Heritage Resorts Academy
Training Office : 622 10 88 / 601 55 71
Academy consultant : 57 91 08 19

AGRÏA SE LANCE DANS L'AGRICULTURE RAISONNÉE



Spécialisée dans la culture de la canne à sucre depuis sa création en 1910, la Compagnie Sucrière de Bel Ombre devient Agrïa. Elle aborde une modernisation de ses techniques d'exploitation et la diversification de ses cultures – cela dans le but, notamment, de commercialiser une belle variété de fruits et légumes biologiques et issus de l'agriculture raisonnée.

La Compagnie Sucrière de Bel Ombre a été rebaptisée Agrïa lors d'un exercice de rebranding cette année. Ce nouveau nom – une contraction d' « agriculture » et de « Gaïa », déesse de la terre – implique deux missions pour l'entreprise. Celles de protection – de la nature, de l'Histoire, de notre patrimoine foncier – et de production – d'énergies renouvelables et de spécialités du terroir. S'éloignant progressivement de son modèle de

monoculture de la canne à sucre pour explorer de nouvelles pistes, Agrïa s'est lancée dans l'aventure de l'agriculture raisonnée.

Une idée germe

En 2018, sur un terrain d'un peu moins d'un arpent à l'arrière du Château de Bel Ombre, Alain de Gersigny, *Agricultural Manager* d'Agria, et son équipe, décident de faire pousser des fruits et légumes plus sains

que ceux du marché. Le choix du lieu n'est pas anodin : Bel Ombre est bien irrigué tout au long de l'année et de nombreux hôtels du groupe se trouvent à proximité. Le succès est immédiat. Les hôtels voisins jouent le jeu et s'approvisionnent en partie au Château, alors que l'on note un intérêt grandissant de leur clientèle pour des expériences « agro-touristiques » (voir encadré). Par ailleurs, les propriétaires de villas du domaine, qui visitaient déjà régulièrement la pépinière pour ses plantes, sont ravis de pouvoir maintenant acheter des légumes frais, issus de l'agriculture raisonnée, sur place.

Qui sème, récolte

Un an plus tard, le potager s'étend désormais sur 15 arpents et Agrïa compte deux serres de 2 500 m², opérationnelles depuis novembre dernier. Le potager en plein sol et à découvert se prête bien à la culture de légumes à racines tels que l'oignon, l'ananas, la carotte, la patate

UN TERRITOIRE D'AGRI-TOURISME

Agria se donne en parallèle pour mission de développer un modèle agri-touristique qui permettra aux visiteurs de découvrir l'incroyable richesse de son domaine d'exception. Michel Pilot, *Chief Executive Officer* d'Agria, explique : « Nous souhaitons faire du domaine de Bel Ombre un grand territoire d'agritourisme tropical, où le visiteur pourra à la fois déguster les fruits issus de l'agriculture locale, visiter les exploitations agricoles et, pourquoi pas, participer à la culture ou à la récolte. En tant que destination touristique, nous devons nous réinventer afin de répondre aux tendances actuelles. »

Dans cette optique, la compagnie pousse plus loin sa vision en incluant à ses activités la préservation de la nature et des traditions agricoles. Pour mener à bien ces missions, Agrïa compte créer un Conservatoire Tropical de la Nature, avec l'ambition de mettre en valeur les fruits et légumes oubliés tout en préservant les plantes indigènes en danger de disparition. Ce Conservatoire sera également un canal de valorisation des savoir-faire traditionnels de l'île.

douce, la betterave, l'« arouille » violette, le manioc mais également l'aubergine, le giraumon, le pâtisson ou la courgette. Des arbres fruitiers ont aussi été plantés : l'arbre à pain, le carambolier et le papayer. En plus de donner de délicieux fruits, ils contribuent à protéger le potager des intempéries et de l'air salin. Les serres quant à elles abritent des laitues et des légumes fins comme la tomate et le concombre. Par ailleurs, le terrain étant traversé par une source, Agrïa pense bientôt se lancer dans la culture de Rosenbergii, des crevettes géantes d'eau douce.

Afin de mener à bien ce projet, les agriculteurs du groupe ont reçu une formation. L'équipe est constituée de neuf personnes au total : trois personnes par serre et trois de plus qui en assurent le bon fonctionnement.

« L'objectif à long terme est de pouvoir fournir tous les hôtels du groupe afin que nous soyons autosuffisants, mais également de nous diriger vers une agriculture 100 % biologique – nous avons d'ailleurs déjà commencé sur deux arpents, partage Alain de Gersigny. Les habitants de la région pourront eux aussi s'approvisionner en fruits et légumes issus des serres du château de Bel Ombre. »

SOOKYE, 55 ANS AU SERVICE D'AGRÏA

Gian Sookye n'a que 16 ans quand il commence à travailler à CSBO (devenue depuis Agrïa) en 1964. Il est employé comme laboureur et devient ensuite cuisinier pour les employés du Château de Bel Ombre, deux ans plus tard. À 71 ans, Sookye, comme l'appellent ses collègues, compte aujourd'hui 55 années de service et a vu défiler pas moins de huit administrateurs !

Une affaire de famille

Avant lui, son arrière-grand-père et son père ont aussi travaillé au sein de l'établissement sucrier. Le premier, arrivé d'Inde au temps de l'engagisme, a travaillé dans les champs de cannes jusqu'à sa retraite. Son père, quant à lui, était magasinier : il s'occupait de gérer le stock des pièces nécessaires au bon fonctionnement du moulin à sucre. Gian Sookye est aujourd'hui père de trois enfants, dont un fils qui travaille comme mécanicien au garage d'Agria.

Un cuisinier hors pair

La réputation des délicieux plats mijotés par Gian Sookye pour ses collègues n'est plus à faire ! Tous s'accordent à dire qu'il sert le meilleur gratin de palmiste qu'ils aient mangé. Mais n'essayez pas de lui demander d'en révéler le secret, il ne pipera mot ! Il précisera seulement que « s'il est aussi bon, c'est parce que les cœurs de palmiste sont de la cour du Château de Bel Ombre ! » Parmi les plats que le cordon-bleu préfère cuisiner, on retrouve le rôti de cerf, le rôti de cochon marron et le dry curry. Sookye adore également préparer des confitures à partir des fruits qu'il trouve sur les terres de Bel Ombre.

Passionné, Sookye compte continuer à régaler ses collègues tant qu'il le pourra.

La terre de Bel Ombre fait des miracles !

Tenez-vous bien : une papaye de 9,4 kg a été récoltée à Bel Ombre récemment. Sachant qu'une papaye pèse en moyenne 4 kg, celle-ci en a émerveillé plus d'un ! Sookye était très heureux d'en faire une confiture pour la partager avec ses collègues... mais pas avant d'avoir semé les graines de cette papaye en espérant un autre miracle. Affaire à suivre !





At Rogers, we believe in the fusion of all energies.

We believe that progress is enabled by converging our efforts to create positive value.

We believe in co-creating meaningful opportunities with clear minds, sincere hearts, and purposeful actions.

120
years

Uniting
our heritage with a sustainable future.

