



LE MAGAZINE RÉSEAU DE ROGERS / SEPTEMBRE 2021

network

FOCUS

Ascencia intègre le marché officiel de la Bourse

JEU-CONCOURS

Tentez de remporter un « Seven Colours » Ritual de 90 minutes

#97



Rogers



SOMMAIRE

03 Éditorial

04 Le mot du CEO

05 Ascencia intègre le marché officiel de la Bourse

08 « Now for tomorrow », un programme pour porter la vision de développement durable et inclusif de VLH

09 Rogers s'engage à atteindre la neutralité carbone d'ici à 2050

10 #Jeu-concours Network

18 Rogers Capital Technology déploie son réseau de fibre optique ultra rapide à Port Louis et Ebène

19 Rogers Aviation à l'heure de la reprise des activités

20 Accord de commerce et de partenariat entre Maurice et l'Inde : Velogic se positionne



REPENSER DEMAIN

L'agilité est un moteur de performance et de transformation, poussant l'entreprise – et les équipes – à puiser au fond d'elles-mêmes l'énergie nécessaire pour mieux répondre aux défis d'un monde en plein changement. S'efforçant depuis plusieurs mois à être au plus près des attentes des clients et des autres parties prenantes, Rogers et ses filiales sont déjà bien engagées dans le redémarrage de leurs activités. Elles misent sur leur capacité à s'adapter rapidement à un environnement qui évolue presque au quotidien.

Chez VLH, par exemple nous n'avons pas attendu la réouverture des frontières pour travailler sur le « reset » des marques Heritage Resorts et Veranda Resorts. Il nous a fallu, en effet, anticiper les prochaines étapes et proposer une campagne qui renforce notre position sur les marchés une fois que les restrictions seront levées.

Mieux encore, nous nous apprêtons à proposer, dans les établissements d'Heritage Resorts, des séjours « neutres en carbone ». S'inscrivant dans le cadre du programme « Now for Tomorrow », cette initiative témoigne de nos ambitions d'apporter des solutions concrètes à la protection du climat.

Ceci fait écho à l'engagement formel que vient de prendre Rogers auprès de la « Science Based Targets initiative (SBTi) » des Nations unies en vue de réduire ses émissions de gaz à effet de serre. Ces démarches sont le fruit d'un groupe déterminé à aborder l'avenir en favorisant la création d'un cercle vertueux, et ce, en



Manish Bundhun

Chief Human Resources Executive

dépit d'un contexte encore morose.

Il en va de même pour Rogers Capital qui investit dans les dernières technologies pour devenir un opérateur de connectivité Internet ultra rapide pour les entreprises, tout en étant capable de déployer la fibre de manière sécurisée. En se donnant ainsi les moyens d'accélérer la digitalisation et l'innovation, l'entreprise affirme son optimisme et sa confiance quant aux perspectives d'évolution future. Et elle a bien raison, car le progrès n'attend pas!

EMERGER PLUS FORTS

Se mettre en ordre de marche. Avec **Discipline, Agilité** et **Focus**. Le mot d'ordre lancé à toutes les équipes du groupe Rogers, il y a quelques semaines déjà, lorsque débutait l'exercice financier 2021-2022, nous enjoignait à laisser s'exprimer l'esprit collectif, à faire preuve de responsabilité individuelle, à résister et consolider ensemble. Les effets de la pandémie évalués, il y a en effet urgence à trouver des solutions durables.

Ceci inclut une évolution intelligente de nos opérations, la recherche de nouveaux leviers d'innovation, la reconquête des marchés et le rapprochement avec nos clients en marge de la réouverture complète des frontières, entre autres.

L'appel à l'action se présente sous forme d'un programme d'amélioration des performances. Opportunément intitulé « Command & Conquer », à l'image des premiers jeux vidéo de stratégie en temps réel, ce programme se veut un rappel de ce que sont nos priorités du moment – gérer au mieux nos ressources et nos talents, développer des stratégies susceptibles de nous aider à maintenir notre cap, dynamiser nos performances, doper notre productivité et renforcer les bilans financiers de manière durable.

Cette analogie militaire est aujourd'hui une façon de mobiliser tous nos moyens pour faire face aux enjeux et aux échéances du moment. Nos objectifs sont clairs, nos



Philippe Espitalier-Noël
Chief Executive Officer

champs d'intervention bien définis et nos adversaires – le coronavirus et ses corollaires – clairement identifiés. L'arsenal de moyens dont nous disposons devrait ainsi nous offrir des mesures correctives adaptées à chacun de nos « served markets ».

Toutefois, à la guerre comme en affaires, rien n'est jamais gagné d'avance. Nos managers et leaders ont eu l'occasion de se familiariser avec le programme « Command & Conquer » et savent ce qui est attendu de chacun d'eux : actionner au plus vite les leviers pour protéger nos ressources et améliorer notre efficacité. Chacun a sa partition à jouer, et il faudra pour cela, repousser nos limites et rester concentré sur nos objectifs.

La résilience et l'agilité sont le propre de nos équipes et je tiens à vous remercier pour cette capacité à toujours vous dépasser. Dans un environnement volatil et incertain, accepter d'élargir notre zone de confort ne peut qu'être synonyme de nouvelles opportunités, d'apprentissage et d'innovation. Je suis persuadé que cette crise nous offre les moyens d'être encore plus solidaires et d'émerger plus forts, plus résilients, plus agiles.

Ascencia intègre le marché officiel de la Bourse et l'indice SEMSI

C'est officiel. Depuis le lundi 16 août 2021, Ascencia a fait son entrée sur le marché principal de la Stock Exchange of Mauritius (SEM) et sur l'indice SEMSI (SEM Sustainability Index). Cette migration a été officialisée lors d'une cérémonie symbolique, le même jour à l'hôtel Labourdonnais, à Port-Louis, pour la remise des certificats à Frédéric Tyack, *Chief Executive Officer*, et Belinda Wong-Vacher, *Fund Manager*.

Ascencia est devenue une valeur immobilière sûre, en l'espace de treize ans, grâce à l'expertise de ces équipes qui gèrent les opérations, la finance et la stratégie d'investissement de l'entreprise. Se trouvant aujourd'hui parmi les cinq plus grosses entreprises en termes de capitalisation boursière dans le pays, l'intégration d'Ascencia sur le marché officiel de la SEM est une nouvelle étape dans le développement de l'entreprise.

« L'intégration d'Ascencia sur le marché officiel de la Stock Exchange of Mauritius est l'aboutissement de tous les efforts entrepris par ces équipes dévouées qui se donnent à fond au quotidien pour créer des lieux de vie aux expériences mémorables, soutient Frédéric Tyack. Le mérite de cette double célébration avec l'intégration de l'entreprise sur l'indice SEMSI revient à ces équipes mais aussi à tous nos partenaires qui nous accompagnent dans le développement de l'entreprise. Je pense ici à l'ensemble de nos locataires, nos collaborateurs et nos clients avec qui nous avons tissé un lien de confiance depuis toutes ces années. C'est grâce à la contribution de toutes ces personnes que nous avons pu parcourir ce chemin et nous continuerons à exécuter notre mission avec cette approche singulière qui fait notre force. »



Une évaluation axée sur la durabilité

Valoriser des entreprises durables. C'est en ce sens que la SEM a lancé l'indice SEMSI en 2015. Ascencia fait désormais partie de ces entreprises déjà cotées en Bourse et ayant pu démontrer une structure durable au niveau de l'économie, du social, de l'environnement et de la gouvernance.

Plusieurs critères sont pris en compte par le comité d'évaluation de la SEMSI. La structure et la responsabilité du Conseil d'administration, l'élaboration d'une stratégie intégrée, le droit des actionnaires, la transparence dans les opérations, la comptabilité et l'audit sont évalués, au même titre que les procédures d'achat, l'innovation, la gestion des risques, la mise en place d'une stratégie pour la gestion des déchets, le soutien au développement local, entre autres.

Plusieurs projets d'Ascencia ont pesé dans la balance, notamment B'Local. Ce projet a été lancé en 2020 pour soutenir des start-ups et des entrepreneurs mauriciens en les accompagnant dans le développement de leurs produits ou services afin qu'ils puissent éventuellement les proposer dans les centres commerciaux d'Ascencia.

L'entreprise peut également se targuer d'une stratégie d'économie circulaire comprenant la gestion des déchets, la réduction de la consommation d'électricité et le traitement des eaux usées.

En savoir plus [ici](#) ➡



La Rogers Foundation crée un corridor écologique le long de la rivière Jacotet

La réhabilitation de la rivière Jacotet et la restauration de ses berges est un projet que nourrit la Rogers Foundation depuis plusieurs années. Vendredi 20 août, elle a procédé à la mise en terre symbolique d'une centaine d'arbres endémiques en vue du reboisement d'un corridor écologique de 9,8 km dans cette région de Bel Ombre, caractérisée par ses riches écosystèmes marins et côtiers. Cela porte le nombre d'arbres déjà plantés à 350.

La Rogers Foundation s'est entourée de membres de la communauté de Bel Ombre, d'employés, mais aussi de nombreuses parties prenantes ayant à cœur la concrétisation d'objectifs écologiques, notamment le service des Bois et Forêts qui a fait le choix des espèces endémiques mises en terre, le National Parks Conservation Service, l'organisation non gouvernementale Reef Conservation, et aussi l'Agence française de Développement, la Fondation Ressources et Nature, l'United Nations Development Programme et l'United Nations Global Compact. Jules DeBaere chargée d'affaires de l'ambassade des États-Unis à Maurice, le Dr Kate O'Shaughnessy, Haut-commissaire de l'Australie à Maurice, et Gregory Martin, chargé de mission pour la région Réunion ont aussi répondu présent pour l'occasion.



La création de ce corridor entre le parc national des Gorges de la Rivière-Noire et la zone côtière de Bel Ombre – deux réservoirs de biodiversité – revêt un double objectif. Il s'agit, d'une part, de favoriser le rétablissement de la biodiversité de la rivière et, d'autre part, de faciliter la migration de la faune, en particulier des oiseaux, entre les deux zones.

La réhabilitation par le reboisement contribuera à une meilleure gestion des inondations et aidera à lutter contre l'érosion des sols le long des berges de la rivière. La réduction de la sédimentation qui en résultera contribuera à promouvoir un écosystème marin – dont des coraux – plus sains dans le lagon de Bel Ombre qui abrite plus de 70 espèces de poissons.

Autre avantage lié à la restauration de cette zone : l'augmentation de puits de carbone dans la région de Bel Ombre. Les puits de carbone – le stockage du CO₂ par les forêts en croissance à travers la photosynthèse – font en effet partie des « Nature-based Solutions » (solutions fondées sur la nature) qui permettent à l'entreprise de s'appuyer sur les écosystèmes afin de développer des solutions aux défis liés au réchauffement climatique. A titre

d'exemple, l'exercice de reboisement aide à compenser l'impact environnemental de l'impression du rapport développement durable de l'année financière 2020.

Philippe Espitalier-Noël, *Chief Executive Officer* de Rogers, a choisi de citer Malcolm de Chazal qui déjà, au début des années 50, s'inquiétait de l'impact des activités humaines sur la nature. « Nos terres perdent leurs alluvions par l'érosion. A chaque pluie, en l'absence des forêts, la mer rougit (...) Des centaines de milliers de tonnes de terre vont à la mer. (...) Il ne s'agit plus de regarder et de se laisser vivre. Penser devient maintenant impératif et ce sera un acte de vie ou de mort. (...) Il est un comité qui s'occupe de monuments. Quand aurons-nous un comité pour la protection des arbres ? »

Cette opération de reboisement a été précédée de plusieurs initiatives de nettoyage en vue de contrôler les espèces invasives (voir ci-après).



Opération de nettoyage à Baie de Jacotet

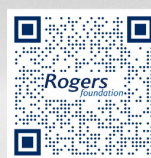
A Maurice l'un des plus grands défis environnementaux demeure la pollution plastique qui défigure nos espaces publics... C'est ce qui a motivé l'organisation d'une opération de nettoyage à Baie de Jacotet, dans le Sud-Ouest, le 30 juillet dernier, par les « Sustainability Champions » du groupe.

Elle était menée par quelque 35 bénévoles venant de toutes les compagnies de Rogers, en association, pour l'occasion, à la Beach Authority.

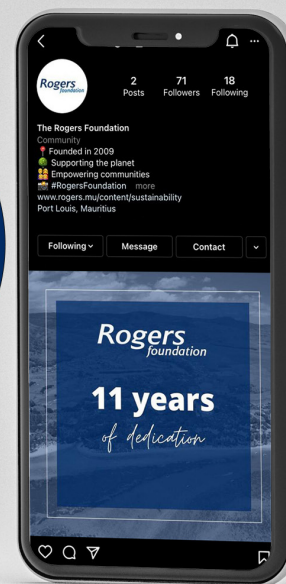
Clôturent le mois de juillet qui est, chaque année, consacré à la lutte contre la pollution plastique à l'échelle mondiale – à travers le « Plastic Free July » –, cette initiative s'aligne sur la charte de développement durable de Rogers et l'engagement de la Rogers Foundation envers la préservation des écosystèmes marins et côtiers.



Retrouvez la
Rogers
Foundation
sur Instagram



scanner le
code QR



Rogers
foundation

Retrouvez la Rogers Foundation sur Instagram

La Rogers Foundation a depuis peu son compte Instagram !

Cette page a pour objectif de donner une plus grande visibilité en ligne à sa vision à long terme de développement durable et inclusif. Elle lui permettra aussi de toucher le plus grand nombre, surtout les jeunes, plus réceptifs à l'esthétique et aux fonctionnalités de cette plateforme digitale.

La Rogers Foundation participe depuis de nombreuses années aux efforts nationaux en matière de préservation de l'environnement, de réhabilitation écologique, notamment à Bel Ombre, tout en veillant à favoriser la diversité et l'inclusion au sein de la communauté. Ce compte Instagram lui servira à élargir sa démarche de vulgarisation et ainsi à véhiculer la vision du groupe.

Il s'agit aussi d'encourager les employés du groupe ainsi que les partenaires au sein de la communauté à adopter des comportements écocitoyens.

Retrouvez l'actualité de la Rogers Foundation en vous abonnant à son compte Instagram et n'hésitez pas à Liker, commenter, taguer et partager les publications.

« Now for tomorrow », un programme pour porter la vision de développement durable et inclusif de VLH

Veranda Leisure and Hospitality (VLH) met le cap sur une hôtellerie plus durable. S'appuyant sur plus de dix années d'actions fortes en faveur de l'environnement et des communautés au sein desquelles il déploie ses activités, le groupe a lancé « Now for tomorrow », son programme de développement durable et inclusif. Celui-ci réitère son engagement à accorder la priorité à des initiatives tournées vers l'avenir, tout en faisant le bilan des initiatives qui ont fait leurs preuves.

« Now for tomorrow » repose sur cinq champs d'intervention en s'inspirant du pacte SigneNatir de Business Mauritius, notamment la transition énergétique, l'économie circulaire, la protection de la biodiversité, des communautés vivantes et intégrées, ainsi que le développement inclusif. L'objectif étant de continuer à intégrer ces piliers de durabilité dans les opérations des deux marques hôtelières du groupe, Heritage Resorts et Veranda Resorts.

« Nous lançons ce programme avec des résultats chiffrés quant aux actions que nous avons déjà menées ces dix dernières années, explique Thierry Montocchio, Chief Executive Officer du Groupe VLH. Par exemple, notre programme d'entretien de 10 modules de récifs artificiels dans le lagon de Bel Ombre a permis une régénération importante des coraux et l'observation de 20 nouvelles espèces de poissons. Notre Heritage Training Academy a autonomisé les communautés locales, leur ouvrant une carrière dans le secteur hôtelier. » Il ajoute qu'agir pour le climat et l'environnement, c'est avant tout identifier et neutraliser ses émissions de gaz à effets de serre et venir avec des initiatives concrètes visant à atteindre la neutralité carbone.



Des séjours « neutres en carbone »

C'est dans cette optique que les séjours « neutres en carbone » seront offerts dès le mois d'octobre 2021 dans les établissements Heritage Resorts à Bel Ombre. VLH deviendra ainsi le premier groupe à offrir ce type de prestation qui permet de compenser l'intégralité des émissions de CO₂ inévitables d'un séjour. Cet objectif sera notamment réalisé à travers l'achat de crédit carbone auprès du Groupe Aera mais aussi à travers des projets locaux de « compensation carbone », dont la construction d'une ferme photovoltaïque et le reboisement de terres non-utilisées actuellement. Quant aux hôtels Veranda, une contribution volontaire à ces mêmes projets sera proposée aux clients.

Ce n'est là qu'un début. Dès janvier 2022, 100% des fruits et légumes, des fruits de mer, de la volaille et de la viande consommés dans les établissements du groupe proviendront de fermiers et producteurs mauriciens, ou de partenaires régionaux dans l'océan Indien. Le groupe vise également le recyclage de 75% de ses déchets d'ici 2022, et ambitionne de développer une approche scientifique pour réduire le gaspillage alimentaire dans plusieurs hôtels du groupe, et ce, en s'engageant dans un projet pilote mené en collaboration avec le label The PLEDGE on Food Waste.

Accédez au site web de « Now for tomorrow » en cliquant [ici](#) ➔

Action pour le climat : Rogers s'engage à atteindre la neutralité carbone d'ici à 2050

C'est une démarche décisive dans la stratégie climat de Rogers. Le Groupe vient de s'engager formellement auprès de la Science Based Targets initiative (SBTi) à atteindre la neutralité carbone d'ici à 2050. Il lui incombe à présent d'établir, à travers toute sa chaîne de valeurs, des objectifs qui sont compatibles avec les recommandations scientifiques pour le maintien du réchauffement planétaire à 1,5°C par rapport aux niveaux préindustriels.

Dans le cadre de la campagne « Business Ambition for 1.5°C », le Groupe Rogers rejoint une liste de 746 entreprises à travers le monde qui s'engagent à contribuer à limiter le réchauffement climatique à 1,5°C. Un peu plus de 1700 opérateurs qui ont choisi d'« agir pour le climat ».

Datant de 2015, la SBTi est née d'un partenariat entre l'organisation non gouvernementale Carbon Disclosure Project, l'United Nations Global Compact, le World Resources Institute et le World Wildlife Fund. La SBTi donne une indication claire des meilleures pratiques en matière de définition d'objectifs et permet aux entreprises de prendre des décisions cohérentes avec leur secteur d'activité. Par la suite, les objectifs de réduction des émissions de l'entreprise sont évalués par le SBTi qui s'assure qu'ils sont conformes aux niveaux à atteindre pour respecter l'Accord de Paris sur le climat.



Rogers dispose de son propre outil de calcul des émissions

La nécessité d'élaborer une stratégie ciblée et efficace de réduction des émissions de gaz à effet de serre oblige aujourd'hui les entreprises à établir dans un premier temps leur bilan carbone. Dans cette optique, le Sustainability Department de Rogers a développé un outil qui lui permet de mesurer et d'analyser ses

émissions, celles des filiales du groupe, mais aussi celles d'autres entreprises locales, en fonction des trois scopes (Scope 1 pour les émissions directes - véhicules, climatisation, etc. ; Scope 2 pour les émissions indirectes liées à l'énergie ; Scope 3 pour les autres émissions indirectes comme l'achat de marchandises, etc.).



La stratégie climat du Groupe Rogers s'est enrichie ces dernières années sur plusieurs axes d'intervention dans ses différents « Served Markets ». A titre d'exemple :

- Chez Velogic, les chauffeurs de poids lourds sont formés aux pratiques d'éco-conduite qui visent à réduire les émissions de gaz à effet de serre et la consommation de carburant.
- Agrīa s'est attelée à promouvoir l'agriculture raisonnée, avec pour objectif de maîtriser les intrants, dont les substances chimiques telles que les pesticides et les engrais, et d'en réduire l'impact environnemental.
- Dans le secteur de l'hôtellerie, les établissements d'Heritage Resorts proposeront, dès le mois d'octobre, des séjours neutres en carbone.

Il s'agit là d'initiatives fondées sur la science qui, selon Christian Nanon, *Sustainability Manager* de Rogers, « permettent aux entreprises d'accélérer leur contribution à la démarche de décarbonation ». Elles les encouragent aussi à se tourner vers l'innovation comme moyen de créer de la valeur.

Ça vous dit, un soin du corps ?

Tentez de remporter un « Seven Colours » Ritual de 90 minutes*,
pour une personne au Seven Colours Spa, Labourdonnais

Répondez correctement à deux questions en cliquant [ici](#)

*Soin d'une valeur de Rs 2350



Conditions générales

- Ce concours est ouvert uniquement aux employés du groupe Rogers résidant à Maurice.
- Seules les réponses enregistrées sur Survey Monkey seront prises en compte.
- Le gagnant sera désigné par tirage au sort et annoncé via Rogers News.
- La date limite pour jouer est fixée au jeudi 30 septembre 2021 à 15 heures.
- Le nom du gagnant sera publié le 1^{er} octobre 2021.
- Le gagnant aura six mois pour utiliser son bon-cadeau, soit jusqu'au 1^{er} mars 2022.
- L'offre est valable uniquement au Seven Colours Spa, Labourdonnais.
- Le lot ne pourra en aucun cas être échangé contre sa valeur en espèces ou contre un autre lot.
- Rogers se réserve le droit de modifier ou d'annuler ce jeu-concours sans préavis. De même, aucune réclamation ou demande de compensation ne sera entretenue au sujet de ce jeu-concours.
- En participant à ce concours, vous acceptez d'être photographié et consentez à la publication de votre photo sur nos différents supports de communication.



SEVEN COLOURS®
WELLNESS EXPERIENCES

Relax your mind and body

UP TO
20%
OFF

ON SPA TREATMENTS
AT VILLAGE LABOURDONNAIS, MAPOU

UNTIL 30TH NOVEMBER 2021

FOR MORE INFORMATION,
PLEASE CONTACT US ON 267 1555.

Respectful of our beautiful environment, Seven Colours brand is a 100% Mauritian brand committed to using eco-responsible beauty care and massage products, locally crafted with natural ingredients.

SCAN
TO SEE
MENU



THIS PROMOTION IS NOT CUMULATIVE WITH OTHER DISCOUNTS
AND APPLIED ONLY TO ROGERS GROUP.

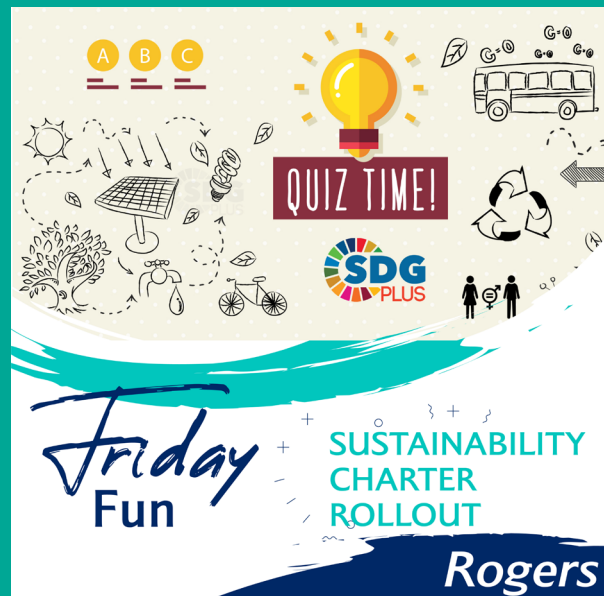
Un « Sustainability Charter Rollout » sur fond de webinaires, quiz et vidéos

L'élaboration de la Charte de développement durable était une étape symbolique pour le Groupe Rogers. Cette étape franchie l'an dernier, sous l'impulsion de la Sustainability and Inclusiveness Commission, il importait dans un deuxième temps d'aider les collaborateurs de l'entreprise à mieux comprendre les tenants et aboutissants de cet engagement.

Ainsi dès le mois d'avril et cela, pendant plusieurs semaines, les employés du Corporate Office ont pu se familiariser avec la Charte de Rogers et ses cinq piliers s'inspirant du Pacte SigneNatif de Business Mauritius. Cette Charte définit ainsi ses champs d'intervention :

- **Climat** : assurer une transition vers la neutralité carbone,
- **Biodiversité** : préserver et protéger les espèces marines et terrestres locales,
- **Economie circulaire** : réduire la production de déchets et recycler les trois quarts des déchets générés,
- **Développement inclusif** : employer davantage d'habitants de la région et contribuer à réduire les poches de pauvreté dans les zones où le groupe exerce ses activités, et
- **Communautés dynamiques** : œuvrer à une meilleure intégration des communautés locales et favoriser le développement de pratiques de construction plus responsables et plus durables.

Chaque session diffusée grâce aux logiciels de vidéo-conférence comprenait des présentations sur les différentes thématiques abordées, mais aussi des quiz marqués par la bonne humeur des participants. Chaque session était précédée de l'envoi d'une vidéo sur le sujet du jour. « *Nous nous sommes assurés que les collaborateurs comprennent, d'une manière ou d'une autre, que le développement durable est l'affaire de tous, au sein de la société et de l'entreprise* », dit Christian Nanon, Sustainability Manager du Groupe Rogers.



Le site web d'Heritage Villas Valriche fait peau neuve



Allier une offre séduisante à un contenu interactif... C'est avec cet objectif en ligne de mire que le site web d'Heritage Villas Valriche a été repensé et redynamisé. Donnant accès à une multitude de contenus, le site internet flambant neuf fait découvrir chacun des atouts de ce prestigieux programme résidentiel situé au sud-ouest de Maurice et constitué de villas et de terrains en pleine propriété avec vue sur mer, golf et montagnes.

Le visiteur peut ainsi plonger au cœur de ce domaine d'exception à travers des visites virtuelles, des villas et des plans du domaine, tout en cherchant le terrain de ses rêves. Ou en se projetant sur sa future acquisition grâce à des vidéos aériennes de chaque parcelle de terrain, réalisées avec des drones.

Rendez-vous sur le site internet bilingue pour découvrir dans le détail ce lieu d'exception. Visitez ! Admirez ! C'est quand vous voulez. Et ce, en quelques clics !

A découvrir [ici](#) 

Veranda Tamarin Hotel collabore à une initiative photographique, #ZistwarNouLosean

Les histoires se racontent aussi avec des photos, à plus forte raison lorsqu'il s'agit d'évoquer la nature, et de raconter la biodiversité marine et ses enjeux de préservation. Veranda Tamarin Hotel a récemment organisé une exposition virtuelle, montée à partir des plus jolies photos reçues lors d'un concours photographique lancé en mars dernier à l'intention des jeunes, à Maurice et à Rodrigues.

Cette initiative photographique est le fruit d'une collaboration entre Veranda Tamarin Hotel et l'équipe de #ZistwarNouLosean, composée d'une éducatrice certifiée de la National Geographic Education, Danielle Zélin, et de deux jeunes fondateurs du mouvement « The Oceanic Project », Prashant Mohesh et Nikhil Ramdin. L'initiative est inspirée de la formation en ligne « Storytelling For Impact through Photography » proposée par la National Geographic Education et Adobe, qu'a suivie l'équipe de #ZistwarNouLosean.

Du reste, Veranda Tamarin Hotel a également accordé son soutien à Prashant Mohesh, pour la réalisation de son documentaire *Tomorrow-The race is on*. Ce film met en lumière la biodiversité de l'île Maurice tout en s'attardant sur les fléaux que sont la déforestation, la pollution plastique, la dégradation des récifs coralliens, entre autres. Ce sombre tableau, toutefois, laisse entrevoir une lueur d'espoir : il s'agit de la motivation des jeunes

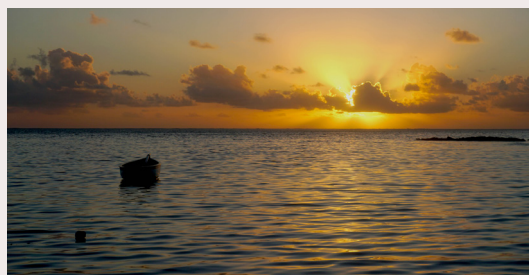
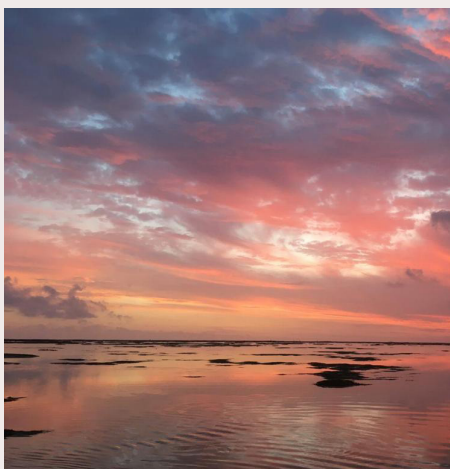
générations à se retrousser les manches et à agir en faveur de la planète.

Les jeunes étaient également la cible principale du concours de photographie #ZistwarNouLosean qui les invitait à raconter une histoire à travers l'objectif de leur appareil-photo. Se divisant en trois catégories – jeunes photographes (8-12 ans), photographes adolescents (13-18 ans) et photographes GenZ (19-25 ans), ce concours a réuni près d'une trentaine de jeunes Mauriciens et Rodriguais.

Sélectionnées par un jury, les photos les plus parlantes ont fait l'objet d'une exposition virtuelle de juin à début août.

Pour Pooja Etwah, *Sustainable Development Coordinator* de Veranda Resorts, cette initiative s'inscrit dans l'engagement à long terme du groupe hôtelier de protéger notre biodiversité. « Nous avons vu au fil des ans comment l'écosystème marin est affecté par le changement climatique et la pollution, principalement la pollution plastique. Grâce à un engagement fort, Veranda Resorts vise à avoir un impact significatif sur la préservation des écosystèmes. »

En s'associant à #ZistwarNouLosean, Veranda Resorts souhaite accroître l'éco-conscience des Mauriciens, en particulier de la jeune génération.



Ouverture des frontières VLH dévoile une nouvelle campagne pour ses marques hôtelières

Avec la réouverture des frontières mauriciennes aux voyageurs internationaux, les marques hôtelières Heritage Resorts et Veranda Resorts ont lancé une grande campagne de communication digitale internationale.

Heritage Resorts « l'éveil d'un monde nouveau »

Les couleurs explosent, l'expression est créative et libérée. La nouvelle campagne d'Heritage Resorts est l'expression d'une marque réimaginée, qui célèbre l'éveil, la vie, le renouveau... au cœur d'un monde foisonnant d'expériences authentiques dans un cadre naturel d'exception, le territoire de Bel Ombre.

La campagne se décline dans le cadre d'un plan stratégique visant à accroître la notoriété de la destination et à renforcer sa position sur le marché du séjour de luxe, avec la particularité propre à la marque : le vivant et les hommes sont à l'origine de l'inspiration pour créer des séjours mémorables à Maurice. La campagne « L'éveil d'un monde nouveau » d'Heritage Resorts a été lancée le 28 juillet par le biais d'une campagne de marketing digital ciblant les couples, les familles, les golfeurs, les honeymooners et les voyageurs solo à travers l'Europe, la Scandinavie et le Moyen-Orient dans un premier temps.

Cette campagne valorise le caractère unique du territoire de Bel Ombre à Maurice et s'articule autour de trois messages clés :

- « L'espace est un luxe ». Heritage Resorts, à Bel Ombre, est une destination dans la destination, où les expériences de vacances sont intemporelles ! Avec une hôtellerie raffinée, une expérience plage et nature exceptionnelle, un parcours de golf de championnat, des sanctuaires « wellness », une réserve naturelle, des sites culturels et patrimoniaux et une expérience culinaire d'exception, Heritage Resorts réinvente les vacances sous les tropiques et met en lumière l'extraordinaire dans les instants les plus simples.
- « Ensemble, c'est tout ce qui compte. » La crise que nous traversons réorganise fondamentalement nos rapports avec notre famille, nos collègues de travail ou nos amis. Nous avons besoin d'être en relation avec les autres.
- La résilience, l'engagement et la conscience de notre vulnérabilité sont intégrés dans tout ce que nous entreprenons en tant que marque de tourisme responsable. D'où la nécessité de protéger, en étroite collaboration avec les communautés locales, le sanctuaire naturel où Heritage Resorts exerce ses activités.



Veranda Resorts

« En toute simplicité... »

En accord avec sa promesse de marque « Deep into Mauritius », la marque hôtelière quatre étoiles Veranda Resorts a lancé sa nouvelle campagne « En toute simplicité ». Elle est avant tout une invitation, par le voyage, à lâcher prise, à se déconnecter du quotidien pour se reconnecter à soi-même et à l'essentiel... à la famille, aux amis, à la vie...

« En toute simplicité » se décline depuis le 30 juillet par le biais d'une campagne de marketing numérique et de médias sociaux. Le marché cible ? Les familles, les golfeurs, les couples en lune de miel et les voyageurs seuls à travers l'Europe, le Moyen-Orient et l'océan Indien dans un premier temps.

Les hôtes sont conviés à une immersion dans l'authenticité de l'île Maurice : ses habitants, sa culture, son âme. Les cinq cocons de Veranda resorts, au cœur de jardins tropicaux, sont de véritables icônes de l'hôtellerie de charme célébrant l'art de vivre à la mauricienne.

« Il y a un véritable sentiment de vivre l'instant présent, de légèreté et de gratitude dans ce que nous avons créé ; je pense que le monde a désespérément besoin de vivre pleinement la vie et de se reconnecter en ce moment », commente Thierry Montocchio, Chief Executive Officer de VLH.



42 Market Street

un marché atypique pour soutenir les PME

Nouvelle étape dans l'extension de Bagatelle Mall : 42 Market Street, ses 1 500 mètres carrés et ses quelque 30 entrepreneurs sont venus enrichir l'offre du centre commercial depuis la mi-juillet. Le petit plus : une expérience client différenciée dans un cadre atypique. Soit des échoppes proposant non seulement de la nourriture, des produits frais mais aussi des services tels que le tatouage, la cordonnerie et la couture.

Ce marché se distingue aussi par son intention : offrir un espace aux petites et moyennes entreprises (PME). L'idée a germé après le premier confinement en 2020. « Le lancement de ce marché nous tient particulièrement à cœur parce qu'il a été conçu et développé dans un contexte de crise où chaque effort

pour soutenir l'économie locale compte. D'où l'idée de dédier cet espace aux entrepreneurs mauriciens majoritairement », explique Tassawur Lecordier, Development Manager d'Ascencia.

La concrétisation de ce projet se situe dans le droit fil de l'initiative B'Local, qui vise à aider les entrepreneurs locaux à développer leurs produits et services et à les rendre visibles dans les centres commerciaux d'Ascencia. « Il y a un kiosque spécifique B'Local au sein du marché avec la possibilité pour les entrepreneurs de mettre en avant leur expertise à travers leurs produits à des tarifs abordables », ajoute pour sa part Valérie Tallavignes Peersaib, Portfolio Leasing Manager d'Ascencia. »

Pour en savoir plus, cliquez [ici](#) 



Un nouvel accès pour Bagatelle Mall

Le centre commercial de Bagatelle est désormais accessible à travers une nouvelle entrée, située derrière l'hôtel Voilà, et reliée au rond-point du magasin Décathlon. Avec cette nouvelle étape dans le projet d'extension « Big. Bigger. Better », Bagatelle Mall compte un total de 2 346 places de parking. Ce nouveau point d'entrée donne accès aux magasins récemment ouverts dans le cadre du projet d'extension.

« L'accessibilité est la base même de notre stratégie de développement. Celle-ci comprend les accès de Bagatelle Mall par autobus et en voiture, l'aire de stationnement mais aussi l'architecture afin de connecter les différents endroits clés du centre, pour les rendre accessibles à tous nos clients », soutient Tassawur Lecordier.



« Read to Lead », tirer des leçons des meilleurs livres sur le leadership et le management

La lecture est un passe-temps pour lequel on ne trouve plus beaucoup de... temps ! Elle n'en demeure pas moins une source inépuisable de connaissance et d'enseignements. C'est ce qui a motivé la mise en place d'un programme intitulé « Read to Lead » en mars, avec pour objectif de proposer aux employés intéressés de lire dix livres sur le leadership et le management jusqu'à la fin de l'année. Des sessions de « debrief » via Zoom sont aussi proposées à chaque fin de mois et sont l'occasion d'échanges et de partage d'idées.

Parmi les dix livres retenus pour ce programme figurent « Insanely Simple » de Ken Segall, « Measure what matters », de John Doerr, « Good to Great » de Jim Collins, ou encore, « Shoe Dog », soit les mémoires de Phil Knight, fondateur de Nike. Certains de ces livres se lisent comme des romans, d'autres comme des « modes d'emploi » ou des études de cas, mais tous apportent un éclairage sur les meilleures pratiques dans la sphère du leadership et du management.

L'idée est d'aider les participants à mieux appréhender la notion de self-leadership grâce à l'auto-apprentissage mais aussi de pouvoir confronter différents points de vue lors des sessions de « debrief ».



Rogers Capital Technology récompense ses employés méritants

Les entreprises mettent de plus en plus l'accent sur la reconnaissance au travail et la valorisation des talents et des efforts individuels. Rogers Capital Technology a, durant le mois de mai 2021 lancé son « Employee Recognition Programme » qui se décline en deux temps. Chaque mois, un employé se voit récompensé pour sa performance et en fin d'année, l'un de ces gagnants sera élu « Employé de l'année ».

Ce programme de reconnaissance célèbre les efforts de ceux qui, d'une manière ou d'une autre, se sont distingués

et ont démontré leur engagement envers l'entreprise. Il peut s'agir de la mise en œuvre d'une initiative ayant généré des revenus supplémentaires importants, d'un service exceptionnel offert à la clientèle, voire d'une attitude proactive. Le titre d'« Employé de l'année » viendra par la suite célébrer les réussites mais aussi reconnaître et renforcer les comportements positifs au cours de l'année.

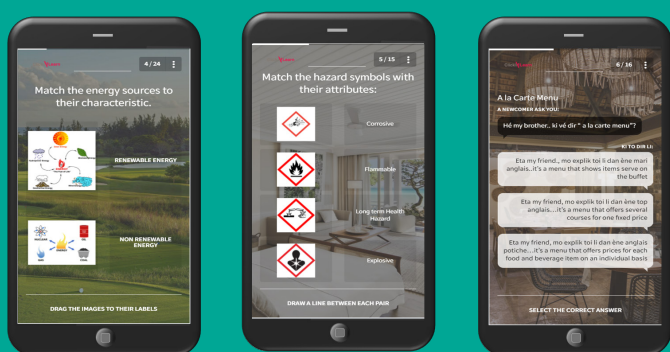
A ce jour, trois employés ont été récompensés : il s'agit de Clovis Vellin, *Assistant Manager - Projects*, de Dharmarajen Palanee, *Team Leader Network & Security*, et de Khalid Nazurally, *Network Specialist*. Ils se sont vu décerner un certificat, assorti d'un chèque-cadeau.



VLH étoffe sa liste de cours sur l'application Click N Learn

Lancé en plein confinement à l'intention des 1600 employés du groupe VLH, fin mars, l'application mobile Click N Learn s'enrichit chaque mois de nouveaux cours. Grâce à cette solution d'e-learning également accessible sur ordinateur, quelque 150 modules sont désormais disponibles, dans l'optique de garder les employés à jour dans leur apprentissage et de renforcer leur niveau de maîtrise des standards et bonnes pratiques.

Simple d'utilisation, cette plateforme offre à chaque employé un accès gratuit et illimité à une sélection de cours en rapport avec son secteur d'activités (F&B, Front Office, Housekeeping...), présentés sous une forme ludique (quizz, énigmes, mots croisés...). Des formations génériques sont aussi proposées, notamment sur les risques d'incendie, l'ergonomie au travail et le développement durable.



Chaque mois, entre 20 et 25 nouveaux cours sont publiés sur l'application et durant une dizaine de jours dédiés à l'apprentissage en ligne – des « Click N Learn Week » –, les employés peuvent s'y connecter, où et quand ils le souhaitent, en vue d'affiner leurs connaissances. Lors de chaque « Click N Learn Week » les différents modules attirent en moyenne 86 % du personnel des 13 Business Units de VLH.

Ce sont les deux mois de confinement en 2020, puis la fermeture prolongée des hôtels, qui ont motivé l'équipe des ressources humaines (RH) de VLH à réfléchir au moyen de permettre aux employés de rester connectés à l'entreprise, mais également de leur offrir la possibilité de suivre à distance des programmes de formation génériques et techniques. Cette solution digitale, qui s'appuie sur la dématérialisation des activités, a donc été développée en interne avec le soutien support des équipes RH, Qualité et Opérationnelles.



« Rogers Talks », des webinaires pour promouvoir le développement personnel et professionnel

Depuis le début de la pandémie, les outils collaboratifs ont le vent en poupe. Utilisés pour l'organisation de webinaires et de conférences en ligne, ils ont permis à la Rogers Academy de maintenir ses initiatives de développement et de renforcement des compétences au sein des équipes, malgré le confinement et les restrictions sur les rassemblements. C'est dans cette optique que les « Rogers Talks » ont vu le jour.

Il s'agit d'une série de webinaires de 60 à 90 minutes sur diverses thématiques qui sont pertinentes dans le contexte d'affaires actuel et qui sont adaptées aux besoins particuliers des entreprises du Groupe Rogers. Des sujets tels que « Leading change », « Resilient Leadership », « Decision-making excellence » ont ainsi été abordés au cours des derniers mois, à l'intention de la Rogers Leaders Team et de la Rogers Management Team.

Les « Rogers Talks » cadrent avec les efforts déployés au sein du groupe pour faire face aux incidences de la crise de la COVID-19 et promouvoir le retour à la croissance. « *Le confinement nous a appris que nous sommes parfaitement capables de continuer à apprendre en ligne*, explique Flavia Pal, Corporate Manager – Learning & Development. *Nous offrons à nos leaders l'occasion de se familiariser avec de nouvelles thématiques, de nouveaux concepts et ressources susceptibles d'influer sur leur leadership et même sur leur bien-être. De plus, nous essayons de faire coïncider les sujets des webinaires*

avec les stratégies et les programmes de développement mis en œuvre au sein du groupe. »

Les webinaires sont animés par différents conférenciers et formateurs locaux et internationaux, des experts dans leur domaine respectif, même s'ils ne sont pas nécessairement tous issus du monde des affaires. Durant le mois d'avril, par exemple, le webinaire consacré à la résilience en leadership était animé par Richard Wright, athlète qui a survécu au cancer du cerveau à trois reprises, a participé à la compétition « Iron Man » et peut expliquer, mieux que quiconque, ce qu'est la notion de résilience.



« Payroll Health Check » : Rogers Capital affûte ses services d'externalisation de paie

Le service Payroll de Rogers Capital étend son offre. Outre l'éventail de services dédiés à la gestion de la paie, elle propose dorénavant des « Payroll Health Check » qui permettront de contrôler l'exactitude de la paie ainsi que des différentes cotisations et charges sociales de sa clientèle. Ce qui devrait aussi réduire la marge d'erreur dans les déclarations d'impôts.

Rogers Capital mise ainsi sur l'expertise comptable de sa société d'externalisation de paie et sur les connaissances des équipes en matière de législation. Parmi les services proposés figurent des audits, sur la base d'échantillons, de déclarations déposées à la Mauritius Revenue Authority, des audits de déclarations d'expatriés ou le diagnostic d'anomalies. Un volet « formation » est aussi proposé.

Gérant plus de 130 entreprises clientes, le service Payroll de Rogers Capital peut s'appuyer sur l'expertise de spécialistes de la paie aguerris.



Rogers Capital Technology déploie son propre réseau de fibre optique ultra rapide à Port Louis et Ebène

En déployant son réseau de fibre optique entièrement souterrain à Port Louis et à Ebène, Rogers Capital Technology entre dans la cour des grands et devient un opérateur de connectivité Internet ultra rapide pour les entreprises avec de très hautes capacités de bande passante en Gigabit par seconde.

« Avoir notre propre réseau de fibre nous permet non seulement de connecter nos clients à un accès Internet nettement plus rapide mais aussi de leur garantir une qualité de service hors pair et de bout en bout, sans avoir à dépendre du réseau fibre des opérateurs historiques », souligne Dev Hurkoo, Directeur Général de Rogers Capital Technology.

Le réseau fibre de Rogers Capital a été construit en utilisant les dernières technologies dites de « micro-trenching » qui permet de découper de façon « chirurgicale » une mince tranchée de 10 cm de large et de 50 cm de profondeur pour ensuite placer les conduits et la fibre sous l'asphalte de la chaussée. Cette technique permet de déployer de façon très sécurisée la fibre et on ne peut que souhaiter que Rogers Capital étende très rapidement ce service de connectivité ultra rapide à d'autres régions.



Rogers Aviation à l'heure de la reprise des activités

Bonne nouvelle pour les voyageurs – Rogers Aviation revient sur le devant de la scène pour les servir. Avec la réouverture des frontières à Maurice mais également un peu partout à travers le monde, la compagnie se prépare elle aussi afin de permettre à sa clientèle de voyager en toute sécurité. Rogers Aviation est ainsi fière d'annoncer que la campagne de vaccination lancée en début d'année a avancé et qu'à l'heure actuelle 80% de ses employés sont déjà vaccinés.

BlueSky, la sécurité en tête

L'agence BlueSky se réinvente pour proposer des voyages en toute confiance. L'équipe a développé une approche plus adaptée à cette nouvelle ère qui permettra à ses clients de satisfaire leurs envies d'ailleurs tout en voyageant l'esprit tranquille. Des services tels que l'assistance 24/7, le "Duty of Care" et des conditions de réservation flexibles font désormais partie des mesures qui aideront les voyageurs à faire face à la complexité du monde post-COVID.

De plus, avec l'assurance voyage maintenant obligatoire pour se déplacer vers de nombreux pays, BlueSky a révisé ses services d'assurance et propose une couverture médicale incluant la COVID-19. Ceci aidera les voyageurs à couvrir leurs frais médicaux au cas où ils seraient testés positifs à la COVID-19 lors d'un voyage à l'étranger.

BlueSky propose également des facilités pour effectuer les tests PCR désormais obligatoires avant d'embarquer pour toute destination. Dès la confirmation de la réservation, l'équipe se chargera de fixer un rendez-vous dans l'un des centres le plus proche du domicile du client, ou à sa convenance. Les voyageurs bénéficieront d'une remise sur les tests PCR.



BlueSky

Travel Again. Travel Safe. Travel Informed

Par ailleurs, des *Travel Advisories* hebdomadaires sont déjà été mis à la disposition des clients qui prévoient de voyager bientôt. En effet, les experts du voyage rassemblent toutes les informations les plus récentes et fiables afin d'aider les clients à rester à jour. Les *Travel Advisories* donnent constamment ainsi un aperçu de l'évolution des conditions de voyage, des listes rouges, des quarantaines, des tests PCR et des procédures d'entrée de chaque pays, et seront envoyés directement dans les boîtes de réception des clients. Les intéressés peuvent s'inscrire [ici](#).



Rogers Aviation

**REOPENING THE WORLD
TO SAFE TRAVEL**

Fly to
PARIS with
AIRFRANCE

Air France de nouveau sous nos cieux

Air France de nouveau sous nos cieux
Depuis le 6 août, Air France opère un vol par semaine au départ de Maurice à destination de Paris-Charles de Gaulle. Face à la COVID-19, la compagnie aérienne a mis en place des mesures sanitaires les plus rigoureuses au sol comme à bord afin de protéger ses clients, et ce, à chaque étape de leur voyage. Il est prévu que le nombre de vols passe à trois par semaine à partir d'octobre et à sept par semaine à partir de novembre.

Un an de ShopAgrïa : une quinzaine de clients récompensés pour leur fidélité

Pour les un an de son [marché en ligne](#), Agrïa souhaitait régaler sa fidèle clientèle. Durant le mois de juin, celle-ci s'est vu proposer une offre anniversaire sur le site de vente de produits frais et autres saveurs du terroir tout droit issus de la ferme d'Agrïa, à Bel Ombre. Chaque achat supérieur à Rs 500 donnait droit à un billet de loterie.

Une quinzaine de clients heureux ont ainsi bénéficié de coupons cadeaux leur permettant de (re)découvrir d'autres marques du groupe Rogers.

Dans le cadre de cette campagne de promotion, Agrïa s'est en effet associée à d'autres filiales du groupe Rogers renforçant ainsi la synergie avec les marques présentes sur le territoire de Bel Ombre. A la clé, des forfaits à Heritage C Beach Club, Heritage Golf Club, Heritage Nature Reserve, Case Royale Lodge ou Seven Colours Wellness Experiences...

"Nous espérons que cette année, qui a mobilisé une formidable énergie pour développer de nouveaux produits et peaufiner notre service, a été pour nos clients une belle expérience gustative ! »,



explique Michel Pilot, *Chief Executive Officer* d'Agrïa, précisant que la compagnie s'attelle à proposer régulièrement de nouveaux produits à la clientèle.

Accord de commerce et de partenariat entre Maurice et l'Inde : Velogic se positionne

D'intéressantes perspectives se profilent à l'horizon pour Velogic. Et ce, grâce à l'accord global de coopération et de partenariat économique (Comprehensive Economic Cooperation and Partnership Agreement-CECPA) qui a été signé en février de cette année et qui est entré en vigueur le 1^{er} avril. Cet accord a pour objectif de renforcer davantage les liens d'amitié qui existent entre Maurice et l'Inde.

Le CECPA comprend huit chapitres et 16 annexes, axés sur le commerce des marchandises, les règles d'origine, les mesures sanitaires et phytosanitaires, les obstacles techniques au commerce, le commerce des services et le règlement des différends. En ce qui concerne le commerce des marchandises, les exportateurs mauriciens bénéficieront d'un accès préférentiel au marché sur une liste de 615 produits.

Velogic a une présence très active dans la Grande péninsule – ayant déjà neuf bureaux situés à New Delhi, Bombay, Chennai, Tiruppūr, Tuticorin, Bangalore, Calcutta, Ahmedabad et Hyderabad. L'entreprise de logistique s'est positionnée comme une facilitatrice de commerce. Sa proposition unique s'appuie sur son important réseau en Inde. L'équipe menée par Nawaz Gobindram, *Managing Director - Indian Subcontinent* entend en effet aider à établir un corridor commercial entre ces commerçants et des exportateurs mauriciens avec le soutien du bureau de Maurice.

« Le CECPA, explique Nawaz Gobindram, représente une étape importante dans le partenariat commercial et économique entre l'Inde et Maurice. Maurice offre également aux entreprises indiennes la possibilité d'exploiter le potentiel de l'Afrique ainsi que les marchés préférentiels. »



Opération portuaire

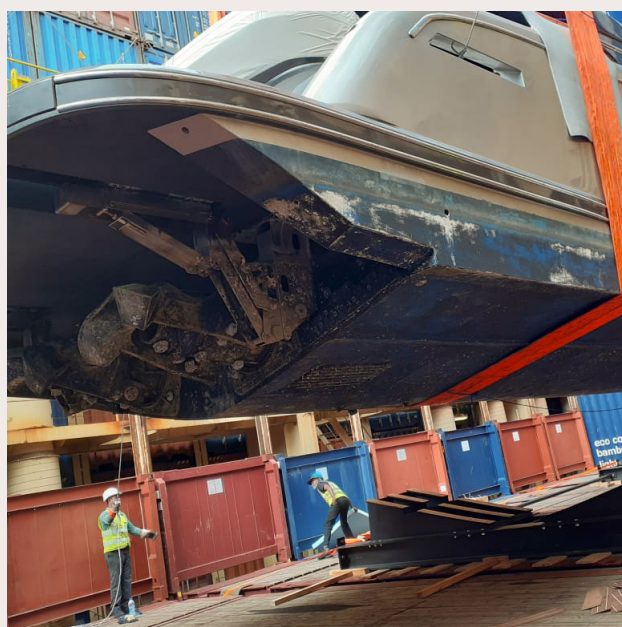
Un chargement hors du commun pour Velogic



Velogic Ltd a récemment été choisi pour assurer le chargement d'un yacht au bord d'un navire à destination d'Europe. Cette opération d'une grande précision a été réalisée le dimanche 18 juillet au terminal portuaire.

Les équipes de Velogic ont assuré le montage du palonnier, le passage des sangles et l'arrimage ainsi que la sécurisation du bateau sur les berceaux et sur les conteneurs à fond plat.

Cette opération de chargement était placée sous la supervision du Loadmaster, Vivian Olivier, de Rogers Shipping, de même que l'assemblage du palonnier et la connexion des équipements aux grue-portiques de la Cargo Handling Corporation Ltd. L'opération s'est avérée un succès grâce à un fort esprit d'équipe et au professionnalisme des diverses parties prenantes.



Enquête de satisfaction

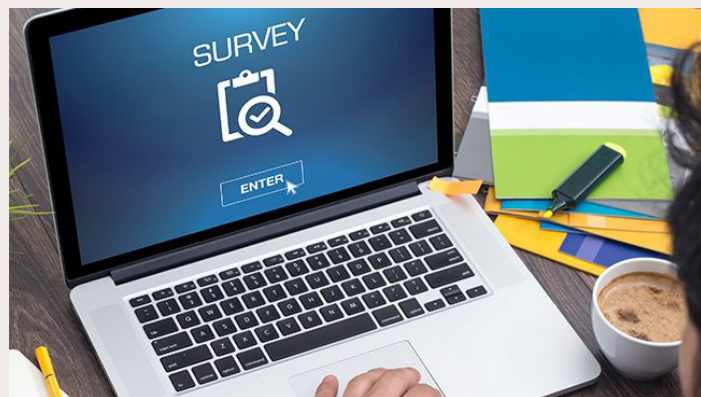
Crédit à la consommation : 86 % des clients interrogés satisfaits de Rogers Capital

Rogers Capital a récemment réalisé une enquête de satisfaction auprès de sa clientèle pour connaître leur opinion sur ses services. Disposant d'une base de données de plus de 80 000 clients et d'une présence grandissante sur les réseaux sociaux, soit plus de 35 000 followers sur sa page Facebook de « Consumer Finance », la compagnie a pris l'initiative d'interroger tous ceux qui ont approché Rogers Capital au moins une fois pour une demande de crédit. Son objectif est à terme d'améliorer davantage la qualité de ses prestations.

L'enquête menée entre avril et mai a eu des retours positifs en termes d'engagement, puisque près de 12 000 personnes y ont répondu. 86 % d'entre elles se disent satisfaites des services de Rogers Capital et 53,84 % ont décrit leur expérience auprès de Rogers Capital comme étant excellente.

Cette enquête de satisfaction, malgré ses résultats positifs, a déclenché un vaste chantier de travail puisque 4 000 suggestions constructives ont été fournies par les clients. Elles ont trait à l'expérience client en amont et dans le service après-vente, les produits, ou encore la communication.

L'enquête a permis de comprendre le positionnement de la marque Rogers Capital sur le marché. Avec ce niveau d'engagement de sa clientèle et du public en général, la compagnie est déterminée à concevoir des solutions centrées davantage sur le client. Elle vise ainsi à maintenir, voire augmenter le niveau de satisfaction, tout en maintenant ses principes de base d'entreprise de crédit responsable, fast and friendly.



L'acquisition à crédit d'une voiture de plus de 10 ans est désormais possible à travers Rogers Capital

a *Rogers* entreprise

SECOND HAND VEHICLES CREDIT FINANCING

As from
MUR 100,000*

*Terms & conditions apply

Contact us: 2609907/ | rcflleasing@rogerscapital.mu

Credit Finance License: CF17000010 | Leasing License: LC17000005
ROGERS CAPITAL FINANCE LTD (RCFL) est une société privée à responsabilité limitée régit sous le droit mauricien et enregistrée sous le BRN C0745562. RCFL est réglementée par la Financial Services Commission (FSC) en tant qu'une société de crédit (No. de Licence : CF17000010). On vous encourage à se documenter sur les termes des crédits et de consulter un expert financier avant de souscrire aux services proposés. La FSC n'est pas responsable de toute communication non-écrite qui est faite au cours d'une visite, d'une conversation téléphonique ou d'une autre interaction avec RCFL.

Rogers Capital
Keep evolving

Acheter un véhicule datant de 2009 et au-delà est désormais possible avec l'aide de Rogers Capital. L'entreprise de crédit offre une solution de financement pour véhicules d'occasion, que ce soit auprès d'un concessionnaire ou d'un particulier. Cette solution est offerte aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises pour l'achat de véhicules tels que des voitures, camions, fourgonnettes, etc.

Ce nouveau produit a été lancé en réponse à la demande d'une clientèle affectée par la crise de la COVID-19 qui cherche à acquérir un moyen de transport à un prix abordable.

Le financement minimum est de Rs 100 000 et la période de remboursement maximale est de 4 ans.

Bizin financement pou aste 1 loto second-main?

Montant financé- à partir de
MUR 100,000*

Domino's Pizza Mauritius tient son concours du pizzaiolo le plus rapide

Trois pizzas en 72 secondes. C'est la performance qui a permis à Muhammad Arfaan Iklass de s'approprier le trophée du « Fastest Pizza Maker » de Domino's Pizza Mauritius. Lors de cette compétition qui s'est tenue le lundi 2 août à la pizzeria de Port-Louis, neuf pizzaiolos venant des cinq points de vente de l'enseigne devaient réaliser trois grandes pizzas – pepperoni, champignon et fromage – conformément aux consignes de préparation propres à la chaîne de restaurants Domino's Pizza.

Le concours du pizzaiolo le plus rapide compte parmi les initiatives visant à familiariser les équipiers avec la culture d'entreprise de l'enseigne internationale. Il permet aussi de les préparer à se mesurer, éventuellement, à leurs confrères étrangers, lors d'une compétition à l'échelle mondiale.

Muhammad Arfaan Iklass, de la pizzeria de Beau-Bassin, devance ainsi sa collègue Nusayhah Sohun, de Port-Louis. Outre un trophée qui sera exposé au point de vente de Beau Bassin, le gagnant remporte plusieurs cadeaux, dont un bon d'achat de Rs 1500 chez Ocean Basket, un certificat et un badge qui ornara désormais sa casquette.



Le menu de Savinia Bistrot remis au goût du jour

Des burgers classiques ou gourmets, des « spécialités du chef » mais aussi le burger vegan, une nouveauté, pour se plier aux envies nouvelles des consommateurs : ainsi se décline le nouveau menu de Savinia Bistrot. Proposé depuis le 1^{er} août, il affiche des tarifs revus et corrigés, à partir de Rs 225.

La qualité, elle, est toujours au rendez-vous. En effet, Savinia Bistrot continue de jouer la carte du bœuf Harvey et de l'agneau Dorper exclusivement élevés en Australie et réputés pour leur chair tendre et leur saveur incomparable.

Misant sur ces qualités gustatives, le chef a concocté trois spécialités – un burger de bœuf accompagné de la fameuse sauce Savinia, un burger d'agneau relevé d'épices et d'oignons caramélisés et un effiloché de bœuf Wagyu braisé. Également rajouté à la carte, le burger vegan, réalisé avec du falafel.

La viande est certifiée Halal et les burgers sont disponibles sur place, à emporter ou en livraison à travers l'application Hungrydodo.



rogers.mu



believe in the power of people
change the nature of doing

CO-CREATE



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.

Uniting Energy



FINTECH | HOSPITALITY | LOGISTICS | PROPERTY

Rogers