



LE MAGAZINE RÉSEAU DE ROGERS / MAI 2022

network

#99



Actus

« Bel Ombre.
Lamer. Later. Lavi. »

Le Territoire de Bel Ombre se dévoile

People

Les « Business leaders » de Rogers
réunis autour du « C&C Programme »



Survolez cette icône pour voir plus de photos.

Direction de la publication
Céline Guillot-Sestier

Coordination
Christine Decosta
Fabiola Sophie

Conception et réalisation
Anthony Ah Soon Tin Yan

Contributeurs :
Philippe Espitalier-Noël,
Christine Decosta, Annick Corroy,
Axelle Mazery, Vincent Potage,
Julie Daruty, Laura Venkatasamy,
Agathe Du Halgouet, Henna
Ebrahim, Neerish Chooramun,
Sandhya Gengudu, Stephania Mellier,
Matthieu Duez, Cathy Ferrando,
Christian Nanon, Sophie Tripier,
Jonathan David

Photos : Banque d'images
du Groupe Rogers

Couverture: Eric Lee

Rogers

Rogers & Co. Ltd
5th Floor, Rogers House,
President John Kennedy Street,
Port Louis 11302, Mauritius

T +230 202 66 66
E: communication@rogers.mu
www.rogers.mu

© Rogers & Co. Ltd - Mai 2022

SOMMAIRE

LE MOT DU CEO

04 Une marque territoriale porteuse d'avenir

ACTUS

06 « Bel ombre. Lamer. Later. Lavi. »
Le territoire de Bel Ombre se dévoile

08 Une station de métro connectée à Phoenix Mall

10 Expo « Matisse à Maurice » :
Velogic assure le transfert de tableaux au Blue Penny Museum

11 Service d'embarquement et de débarquement de yachts pour Velogic



DÉVELOPPEMENT DURABLE

13 Réhabilitation de la rivière Jacotet : les employés de Rogers s'impliquent

15 La Rogers Foundation lance un programme d'entrepreneuriat pour Bel Ombre

16 Et de deux pour « The Oceanic Project Coral Squad »

17 Rogers Capital met son expertise métier à la disposition d'ONG

PEOPLE

22 Les « Business leaders » de Rogers réunis autour du « C&C Programme »

24 Ils ont battu des records de longévité au sein du Groupe

25 Manish Bundhun et Rogers publient « Disruptor, 9 abilities of Agile leaders »

EXPERTISES

27 Heritage Villas Valriche en roadshow en France et en Belgique

28 Paiements automatisés au Corporate Office

29 Holidays by BlueSky, première application locale dédiée aux voyages

Une marque territoriale porteuse d'avenir



Philippe Espitalier-Noël
Chief Executive Officer de Rogers

Il y a quelques jours, notre groupe lançait officiellement « Bel Ombre. Lamer. Later. Lavi. ». Porteuse de notre aspiration à faire de Bel Ombre une région durable et résiliente, cette marque territoriale est une promesse, un manifeste. Elle s'attache à faire de Bel Ombre un territoire où l'homme et la nature prospèrent.

C'est dorénavant à travers le prisme de cette marque que nos entreprises ayant des activités dans le Sud-Ouest de l'île se préparent aux défis de demain, notamment grâce aux pratiques durables que nous avons mises en œuvre sur le territoire de Bel Ombre et que nous avons à cœur d'étendre à toutes nos sphères d'activité.

La marque territoriale de Bel Ombre est un rappel que la durabilité n'est pas qu'un modèle environnemental ou économique. Elle touche à l'humain, à la solidarité, aux moyens de protéger les emplois et de garantir l'inclusion des uns et des autres dans un monde perturbé par les séquelles d'une pandémie au long cours et, à présent, une inflation galopante.

A ce moment clé de la reprise économique, et dans le prolongement d'une nécessaire réflexion sur les attentes et les objectifs de nos différents « served markets », la marque territoriale de Bel Ombre nous oblige à passer à l'action.

La durabilité touche en effet à la résilience de nos entreprises et au besoin permanent d'innover et de se réinventer, ce afin de leur assurer une croissance pérenne et inclusive. Elle nous encourage à mieux valoriser les savoir-faire locaux et l'esprit entrepreneurial, à sortir de notre zone de confort, à repousser nos limites.

C'est la voie que nous avons choisie au sein du groupe, avec notre « C&C Programme » dont le motto est « **Challenging Status Quo & Collaborating Forward** ». Mis en place depuis juillet 2021, son objectif est d'assurer la relance du groupe en lien avec la reprise du marché. Ce « rethinking » passe par une remise en question constructive et par l'adaptation agile de nos pratiques aux nouveaux défis auxquels nous sommes confrontés. Le principe : explorer de nouvelles pistes de business, transformer la crise en vivier d'opportunités ; en somme, être disruptifs.

Nos « served markets » sont en ce moment en plein exercice budgétaire. Un exercice qui nous force à nous projeter dans l'avenir en imaginant les nouveaux contours de nos entreprises afin de renforcer les bases d'une croissance durable et aider nos différents secteurs d'activité à atteindre leur plein potentiel.

Transformer la crise en vivier d'opportunités et être disruptifs...

C'est aussi pour nous le moment d'imaginer tous les possibles. Il y a une dizaine d'années, l'idée de voir émerger une marque territoriale à Bel Ombre n'était qu'un rêve encore un peu flou, un rêve que nous avons alimenté et concrétisé, étape par étape. Aujourd'hui, tous les espoirs sont permis.

GROUP NEWS

ACTUS

EVENTS

BIG NEWS

« BEL OMBRE. LAMER. LATER. LAVI. » LE TERRITOIRE DE BEL OMBRE SE DÉVOILE

*Au travers d'une
marque territoriale
bâtie sur trois
piliers se dessine
l'ambition de faire de
Bel Ombre une région
résiliente durable,
où l'avenir se conjugue
au présent.*

Se préparer à entrer de plain-pied dans le futur : l'enjeu, pour Bel Ombre, est passé au premier rang des priorités. C'est dans l'optique de mettre en lumière et de faire prospérer la région toute entière que Rogers et ses entreprises ont créé la marque territoriale « Bel Ombre. Lamer. Later. Lavi. ». Celle-ci a été lancée le mercredi 18 mai, lors d'une cérémonie réunissant plusieurs membres du gouvernement, des partenaires socioéconomiques du Groupe, ainsi que des représentants des communautés avoisinantes, soit ceux qui participent au développement de ce territoire.

Cette marque territoriale rassemble sous trois piliers – « Lamer », « Later », « Lavi » – l'ensemble des atouts de

cette région : son lagon aux écosystèmes complexes, sa nature abondante, berceau d'une riche biodiversité à valoriser et à protéger, sa population diversifiée, mais également son riche patrimoine culturel et historique. Le label met ainsi en lumière un lieu de vie foisonnant, « où les hommes et la nature prospèrent ».

Le label « Bel Ombre. Lamer. Later. Lavi. » vise en outre à cristalliser davantage les synergies porteuses de transformation pour la région et pour tous les acteurs de développement qui s'y côtoient au quotidien : les villageois et les résidents de Heritage Villas Valriche qui y ont élu domicile, les touristes qui viennent découvrir ses atouts, les opérateurs économiques tels qu'Agrïa et Rogers Hospitality,

parmi tant d'autres, mais également les autorités et les organisations non gouvernementales qui ont à cœur de promouvoir l'inclusion.

A ce titre, le territoire se présente comme un espace de dialogue et de collaboration entre tous les *stakeholders*, les encourageant à engager une réflexion profonde sur la pérennité et sur la résilience de leurs activités, de même que sur les moyens de magnifier l'attractivité de la région. L'ambition étant de faire rayonner tout un territoire au-delà de ses limites géographiques.

Bel Ombre se veut aussi une destination dynamique où chaque acteur du développement s'efforce de faire cohabiter les impératifs économiques avec des ambitions de développement

calqué sur des modèles durables. C'est dans cette mouvance que se situent les efforts de Heritage Resorts pour ancrer ses activités dans une perspective de tourisme responsable et l'engagement d'Agrïa à aller encore plus loin dans l'agriculture raisonnée et le développement foncier à long terme. Ces pratiques, et bien d'autres, toujours en cours d'élaboration, font du territoire de Bel Ombre un laboratoire des pratiques durables.

300 ans
d'histoire

**1 300
hectares**

de réserve naturelle classée
UNESCO Man and the Biosphere

Un territoire de un territoire de

**2 500
hectares**



Forte reprise dans la plupart de ses secteurs : Rogers confirme sa lancée

Avec pour devise « **Challenging Status Quo and Collaborating Forward** » le Programme C&C déployé au sein de Rogers depuis 2021, est le moteur derrière les résultats publiés par le Groupe pour le trimestre et le bilan financier se terminant au 31 mars 2022. Ces résultats confirment la forte reprise déjà notée pour les six premiers mois d'activités dans la plupart

des secteurs du Groupe, avec des revenus pour le troisième trimestre s'élevant à Rs 2,7 milliards soit une augmentation de 50% par rapport à l'année précédente et des profits totalisant Rs 358 millions.

Boostée par la bonne performance du Hospitality Served Market après la réouverture des frontières et l'assouplissement des restrictions de voyage, cette forte résilience du Groupe Rogers est le fruit du plan de relance mis en place dans le Groupe ces derniers mois.

Pour les neuf derniers mois se terminant au 31 mars 2022, les revenus de Rogers s'élèvent à Rs 7,8 milliards (2021 : Rs 5,7 milliards) alors que les profits

de l'ordre de Rs 664 millions (excluant autres gains et pertes) contre des pertes de Rs 708 millions (excluant autres gains et pertes) pour la même période en 2021. Les flux de trésorerie ont également été sains, puisqu'ils ont permis au Groupe de distribuer Rs 96 millions de dividendes intérimaires aux actionnaires. Des résultats positifs, qui viennent confirmer la reprise déjà notée par le Groupe au deuxième semestre. Et si le secteur agri-business reste plus difficile, le reste des Served Markets, à savoir FinTech, Hospitality, Logistics et Property, avec Ascencia, affichent quant à eux une bonne résilience.

Réagissant à ces résultats, Philippe Espitalier-Noël, *Chief Executive Officer* de Rogers estime que « *nos activités sont désormais sur la voie de la reprise et affichent de solides performances. Nous sommes confiants quant à la capacité du Groupe à retrouver des résultats équivalents à ceux générés avant la pandémie. Nous continuerons à travailler sur des améliorations structurelles pour nous assurer que l'ensemble de nos activités soient rentables, tout en gardant la croissance durable au cœur de nos décisions* ».

Rachat de Border Air Ltd : Rogers Aviation renforce sa présence en Afrique du Sud

Border Air (Pty) Ltd, General Sales Agent (GSA) très connu de Johannesburg, tombe dans l'escarcelle de Rogers Aviation, après son rachat par Rogers Aviation Afrique du Sud.

Cette transaction s'aligne sur les ambitions stratégiques de développement des activités de la compagnie sur le continent africain et dans l'océan Indien, explique Alexandre Fayd'Herbe, *Chief Executive Officer* de Rogers Aviation : « *Nous nous réjouissons de la reprise complète des voyages en Afrique du Sud et de l'accueil de nouvelles compagnies aériennes dans cette partie du monde.* »

Border Air Ltd changera de nom à partir du 1^{er} juillet 2022, adoptant celui de Rogers Aviation South Africa (Pty) Ltd.



Avec cette nouvelle acquisition, Rogers Aviation renforce sa représentation de compagnies aériennes, proposant à celles-ci un service complet de marketing, de vente, de réservation et de billetterie.

Son portefeuille inclut Air Seychelles, Air Austral, AeroMexico, LATAM et Air Madagascar. Rogers Aviation South Africa est pour sa part l'agent d'Air Mauritius Cargo GSA et de Dubai Visa Processing Centre South Africa.

« *Rogers Aviation South Africa offre désormais une proposition et un service de représentation plus élargis. Le soutien de notre siège social à Maurice est déterminant pour aider à accroître notre portefeuille en toute sérénité* », partage Helena Maxwell, directrice commerciale de Border Air (Pty) Ltd.

Une station de métro connectée à Phoenix Mall



Créer des lieux de vie aux expériences mémorables. C'est la mission que s'est donnée Ascencia à travers quatre piliers clés : accessibilité, sécurité, confort et expérience unique. Après deux projets d'extension dans le centre commercial en 2010 et 2014 et une rénovation en 2017, Phoenix Mall connaîtra une étape majeure dans son développement avec la connexion d'une station de métro au mall.

Pour rappel, Metro Express Ltd (MEL) et Ascencia Ltd avaient signé un accord le 19 août 2021 au centre commercial Phoenix Mall en vue de l'aménagement de cette station. Au coût de Rs 235 millions, celle-ci sera financée exclusivement par Ascencia.

Cet accord a pour but d'améliorer l'accessibilité et la connectivité du public avec le centre commercial et les régions avoisinantes. Le métro, doté de sa propre voie et connu pour sa rapidité, connectera Vacoas à Phoenix Mall en seulement 4 minutes.

Cette station sera la première infrastructure de la sorte car elle sera totalement intégrée à Phoenix Mall. Elle fera d'ailleurs partie intégrante de l'enceinte du centre commercial, menant le public directement vers les magasins.

Ce partenariat public-privé est une première pour Metro Express Ltd et montre d'excellentes perspectives de collaborations entre les deux secteurs pour le confort du public mauricien.

Faire le trajet de Vacoas à Phoenix en **4 minutes !**

Noulamall.mu : un marketplace moderne, dynamique et fun



Grâce au site internet « Noulamall.mu », vendeurs indépendants, professionnels ou particuliers, ont désormais la possibilité de commercialiser leurs produits ou services en ligne, tout en bénéficiant des fonctionnalités et avantages de la plateforme à l'instar de sites célèbres tels qu'Amazon et AliExpress.

Noulamall.mu a été conçu par Rogers Capital pour réunir des magasins et fabricants locaux dans un seul et même espace virtuel. Sa mission est de simplifier

l'expérience d'achat des clients – ils peuvent ainsi acheter leurs marques préférées ou en découvrir de nouvelles depuis leur canapé. Un large éventail de marques, qu'il s'agisse de produits neufs ou d'occasion, sont proposés en ligne. Les paiements sont sécurisés et le portail de crédit de Rogers Capital intégré. Au shopping vient aussi s'ajouter une expérience ludique grâce à l'espace « bid and win » qui permet aux clients de faire des offres pour les produits qu'ils souhaitent acquérir.

Noulamall.mu est LA solution pour les vendeurs qui n'ont pas de site de vente en ligne. Sa gestion est simple.

Vous souhaitez rejoindre notre marketplace ? Envoyez un message à travers notre page Facebook ou par mail à hello@noulamall.mu

Young Professional Scheme, nouveau produit de leasing

Rogers Capital a mis sur le marché un nouveau produit de leasing, le Young Professional Scheme. Destinée aux professionnels âgés entre 25 et 45 ans, cette proposition a trait au financement à 100 % de l'achat à crédit d'une voiture, incluant l'assurance du véhicule et la vignette (Road Tax). Le remboursement s'étale sur une période pouvant aller jusqu'à 60 mois (cinq ans).





Expo « Matisse à Maurice » : Velogic assure le transfert de tableaux au Blue Penny Museum

Le transport d'œuvres d'art est une opération délicate qui n'est pas inconnue de Velogic. L'entreprise a récemment assuré la livraison des tableaux destinés à l'exposition « Matisse à Maurice » organisée par le Blue Penny Museum et visible jusqu'au 12 juin 2022. L'occasion rêvée de découvrir ce peintre français qui a cassé les codes de la peinture. En 2018, ce sont des œuvres d'art de Picasso qui avaient été transportées par le prestataire leader à Maurice des services de logistique.

Les tableaux sont arrivés à Maurice par avion début avril. Velogic a assuré le dédouanement et le transfert des œuvres d'art vers le musée sis au Caudan Waterfront.

Au terme de l'exposition, en juin, c'est encore Velogic qui se chargera du conditionnement de ce chargement fragile et précieux à la fois, puis de son acheminement jusqu'à l'aéroport Paris-Charles de Gaulle.

Cette opération représente un véritable défi logistique mais pour l'entreprise, il s'agit de « faire preuve d'agilité dans la manutention en nous assurant que le transfert soit traité avec les précautions qui correspondent à chaque étape », déclare Bernard Virasamy, Key Accounts Manager chez Velogic.



Service d'embarquement et de débarquement de yachts pour Velogic

Velogic affûte son service d'embarquement et de débarquement de yachts et de catamarans.

L'entreprise spécialisée dans la logistique a participé, pour le compte de son client, Catamaran Cruises Ltd, au déchargement d'un catamaran, de Nautitech Catamarans, à bord d'un porte-conteneurs.

Cette opération menée en janvier dernier fait suite à celle, datant de juillet 2021, lors de laquelle un yacht avait été embarqué sur un navire à destination d'Europe.

Ce sont là des opérations de haute précision nécessitant le déploiement d'importants moyens au cours des différentes manœuvres, notamment lors du passage des sangles sous l'embarcation, la sécurisation, puis l'arrimage aux appareils de levage (grues-portiques) de la Cargo Handling Corporation Ltd (CHC).

Le succès de telles manœuvres repose largement sur la collaboration de diverses parties prenantes, à savoir la filiale locale de CMA CGM, la Cargo Handling Corporation, Immersub & Co. Ltd & Rogers Shipping.

Grâce aux équipements spéciaux disponibles chez Velogic et forte de l'expertise de son garage, Velogic consolide son positionnement en tant que prestataire de logistique pour des cargaisons hors normes.



Agria propose des fruits et légumes surgelés

Ils ne sont pas passés inaperçus sur la plateforme de vente en ligne fruits et légumes surgelés sont dorénavant disponibles. On y trouve en effet des légumes et fruits locaux mis sous vide avant d'être congelés : butternut, giraumon, poireau, concombre, lalo, carotte et brède songe au rayon des légumes et, au rayon des fruits on y trouve, papaye, pitaya, fruit de la passion et ananas. Ceux-ci sont disponibles en sachets de 500 g ou d'un kilo.

« En fonction des saisons, d'autres fruits et légumes, comme la Calebasse, viendront s'ajouter à cette liste », précise Cathy Ferrando, consultante pour le compte d'Agria avant d'ajouter : « L'avantage des produits surgelés, c'est que les fruits et légumes sont récoltés à maturité et sont conditionnés quelques heures seulement après la récolte, ce qui leur permet de conserver leurs qualités nutritionnelles. » Un mélange « spécial soupe » est aussi disponible.



IN CASE YOU MISSED IT

Discover

PRESENCE & ITS
BRAND-NEW WEBSITE!

presencemagazine.com

Rogers

DÉVELOPPEMENT DURABLE

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Réhabilitation de la rivière Jacotet : les employés de Rogers s'impliquent

Pour rappel, en août dernier, dans le cadre de son agenda pour le climat, Rogers s'est engagé formellement auprès de la *Science Based Targets initiative* à atteindre la neutralité carbone d'ici à 2050. En ce faisant, le Groupe tient la gageure d'établir, à travers toute sa chaîne de valeurs, des objectifs compatibles avec les recommandations scientifiques pour le maintien du réchauffement planétaire à 1,5 °C par rapport aux niveaux préindustriels.

Le reboisement des berges de la rivière Jacotet, entrepris par la Rogers Foundation à Bel Ombre il y a huit mois, gagne du terrain. A présent, ce sont les employés du Groupe qui participent à la mise en terre d'arbres endémiques dans le cadre d'un exercice de sensibilisation à la préservation des écosystèmes marins et côtiers. Organisée dans le sillage de la Journée mondiale de la Terre, l'initiative pose également les jalons de l'action de Rogers pour le climat.

Cette campagne interne a connu un temps fort le vendredi 29 avril avec les collaborateurs du Corporate Office. Ensuite, c'était au tour de chaque filiale du Groupe de déployer ses équipes dans l'optique d'une prise de conscience écologique collective. Il s'agit également d'intégrer davantage la notion de développement durable

à la culture d'entreprise en s'appuyant sur la mobilisation et l'engagement de chaque employé. Il est à rappeler que dès 2020, plusieurs dizaines d'employés du Groupe avaient commencé à contrôler les espèces invasives qui poussent sur les berges de la rivière.

Ces efforts en vue de réhabiliter les berges de la rivière Jacotet permettent au Groupe Rogers d'aborder deux des piliers du pacte SigneNatir de Business Mauritius, dont il est signataire. Il s'agit d'abord du pilier « Biodiversité », destiné à préserver et protéger les espèces marines et terrestres locales et ensuite du pilier « Climat », consistant à assurer une transition vers la neutralité carbone.



Objectif 
1000 arbres
jusqu'à fin mai

Lovebridge : 100 % des familles soutenues par la Rogers Foundation désormais autonomes



C'est un constat de réussite pour l'organisation non gouvernementale (ONG) Lovebridge autant que pour la Rogers Foundation. En effet, les 22 familles de Bel Ombre qui bénéficiaient depuis 2016 d'un accompagnement de la fondation ont été déclarées « autonomes » par l'ONG en décembre 2021.

Ces 22 familles représentent une centaine de personnes habitant la région de Bel Ombre. L'évaluation du progrès de chaque famille se fait par le biais d'un livret individuel qui regroupe

plus de 150 indicateurs quantitatifs, relatifs aux six piliers sur lesquels intervient Lovebridge, soit l'alimentation, l'emploi, la santé (physique et mentale), l'éducation, la motivation et le logement. Cette ONG vise à l'autonomisation des familles au bout d'une période de quatre à cinq ans.

Des objectifs ainsi que des plans d'action sont fixés pour chaque famille. Un suivi régulier est assuré par les équipes de terrain qui recueillent des données correspondant à chaque cellule familiale, dans l'optique d'établir un rapport d'avancement.

Cette ONG vise à l'autonomisation des familles au bout d'une période de quatre à cinq ans.

Les équipes de terrains collectent les données annuellement, permettant ainsi de constater des résultats tangibles. Un questionnaire qualitatif individuel est également administré aux familles bénéficiaires. Le rapport annuel de Lovebridge est une corrélation de ces deux groupes de données. Les résultats permettent à Lovebridge d'améliorer et d'adapter continuellement ses interventions au contexte changeant pour l'année suivante, ce afin de toujours répondre avec pertinence aux besoins des familles.

Les 22 familles ont ainsi pu atteindre les objectifs qu'elles s'étaient fixés. Les équipes de terrain n'ont en effet noté aucune demande de financement pour les soins de santé ou pour l'achat de matériel scolaire. Les bénéficiaires en âge de travailler ont un emploi stable et ont en outre fait preuve de résilience durant une période difficile (notamment en période de pandémie).

Pour plus d'infos : www.lovebridge.mu

Le Corporate Office se dote de cartes de visite « eco-friendly » et connectées

Une carte de visite, fabriquée une seule fois mais utilisable à l'infini... Le Corporate Office de Rogers surfe la vague de la technologie en introduisant des cartes de visite connectées dotées d'un QR code, une alternative moderne et écologique à la traditionnelle carte de visite souvent synonyme de gaspillage de papier.

Composée d'une plaquette en bois gravée, la nouvelle carte de visite permet de partager des coordonnées, et même une photo de profil. Pour y accéder, il suffit de scanner le QR code et ces informations sont automatiquement sauvegardées

sur son smartphone. Plus besoin d'entrer les données manuellement, diminuant ainsi les risques d'erreurs !

Cette carte s'avère plus économique sur le long terme, puisqu'en cas de modifications dans l'intitulé de poste d'un employé, par exemple, il suffira de modifier les informations contenues dans le code QR.



La Rogers Foundation lance un programme d'entrepreneuriat pour Bel Ombre



Faire de Bel Ombre un territoire durable grâce à l'entrepreneuriat responsable. C'est là l'ambition de Rogers qui œuvre dans la foulée à favoriser une croissance inclusive, grâce à la création d'emplois et à l'autonomisation de la communauté.

Par le biais de sa fondation, le Groupe vient de mettre en place un programme d'entrepreneuriat gratuit et ouvert à tous, le Sustainable Entrepreneurship Programme (SEP).

Un appel à projet a ainsi été lancé à destination d'entrepreneurs engagés dans des activités à enjeu environnemental et socio-économique dans l'un des secteurs suivants : Agroforesterie, Hôtellerie & Loisirs et Économie circulaire.

Mis en œuvre grâce à une collaboration avec la Turbine, compagnie du Groupe ENL, spécialisée dans l'incubation et l'accélération d'entreprises, le SEP adopte le même format que le Test Drive,

le programme de pré-incubation de la Turbine. Huit projets seront retenus. Plusieurs ateliers de formation, animés par les experts et coachs de la Turbine, se dérouleront durant les mois de juin et de juillet, l'objectif étant d'aider les participants à élaborer des business plans et des présentations qui auront un impact auprès d'éventuels investisseurs.

À l'issue du programme, le meilleur projet sera primé. À la clé, un chèque d'un montant de Rs 75 000 et le soutien de Rogers pour la mise en œuvre du projet. L'accès à des espaces dédiés à l'expérimentation de ces projets innovants, à Bel Ombre, en fait partie.

L'enjeu de ce programme est de taille : s'assurer que tout développement futur ait un impact positif sur la société. « Un des piliers stratégiques de notre Groupe est de transformer Bel Ombre en une destination durable. Le Sustainable Entrepreneurship Programme nous aidera à poursuivre cet objectif », fait ressortir Christian Nanon, Corporate Manager - Sustainability de Rogers, qui pilote ce projet.

Le parking de Rogers House équipé de bornes de recharge solaire

Le parking de Rogers House à Port-Louis abrite depuis quelques semaines une structure assez peu commune dans le paysage local : il s'agit d'ombrières (carport) équipées de panneaux solaires.

Ces ombrières photovoltaïques pouvant accueillir huit véhicules sont en fait des bornes de recharge pour les voitures électriques ou hybrides du Groupe dans le cadre du renouvellement de sa flotte de company cars.

Cette infrastructure a été installée durant le mois d'avril. Il s'agit, pour Rogers, d'un investissement sur le long terme, permettant de réaliser des économies sur le coût du carburant. Mais au-delà, c'est surtout l'argument écologique qui a pesé dans la balance,

puisque'une telle installation permet à Rogers de participer activement au volet de transition énergétique de sa charte, de même qu'à celui du Pacte SigneNatif de Business Mauritius, dont il est signataire.

L'installation d'ombrières photovoltaïques comporte en effet plusieurs avantages. Outre d'offrir une protection contre le rayonnement solaire, la chaleur, et les intempéries, ces structures permettent de produire de l'énergie destinée aux véhicules qu'elles abritent. En bonus, il s'agit d'une énergie propre, renouvelable et surtout économique.



Et de deux pour « The Oceanic Project Coral Squad »

Les fonds marins font plus que jamais rêver les petits. Misant sur ce constat, « The Oceanic Project Coral Squad », a choisi, pour sa seconde édition, d'emmener dix enfants à la découverte de la faune et de la flore marine de Blue Bay, dans le sud-est du pays, le samedi 19 mars dernier.

« The Oceanic Project Coral Squad » est un programme éducatif qui a vu le jour grâce à une collaboration entre l'hôtel Veranda Tamarin, National Geographic, l'Ambassade des États-Unis et l'organisation non gouvernementale New Reef.

Ce partenariat s'inscrit donc dans la durée, Veranda Tamarin mettant un camp de base à la disposition de « The Oceanic Project Coral Squad » à chaque séance.

Agés entre 8 et 15 ans, les enfants ont eu l'occasion de découvrir les fonds marins de Maurice qui regorgent de trésors inestimables. Cette séance de snorkeling est l'un des jalons d'un parcours découverte permettant aux jeunes de se familiariser avec l'écosystème du récif corallien, aussi bien qu'avec les dangers qui le guettent et les moyens de protection de cette entité vulnérable.

Une présentation par des représentants du Mauritius Oceanographic Institute et de l'Albion Fisheries Research Centre était aussi au programme. Elle faisait état de l'évolution des coraux dans le parc marin et donnait aux jeunes les clés pour identifier les différentes espèces de coraux.

Prashant Mohesh, *The Oceanic Project Lead* et *National Geographic Young Explorer*, se réjouit de l'impact de cet événement, qui cadre avec l'objectif de développement durable des Nations unies portant sur la préservation et valorisation des océans : « Il est important pour les enfants de découvrir la biodiversité des récifs coralliens et de les sensibiliser aux dangers qui la menacent. Ce type de projet contribue à l'éveil de leur conscience écologique et les motive à s'engager auprès de leurs pairs et de leurs familles pour la protection des récifs coralliens. »

Le volet pédagogique est aussi l'une des priorités de l'hôtel Veranda Tamarin, souligne pour sa part Christophe Montocchio, *Hotel Manager*. « En parrainant cet événement, nous avons voulu nous associer à une action éducative pour les enfants, qui ont pris conscience des merveilles marines qui



les entourent. Cela cadre avec un des cinq piliers de *Now for tomorrow*, le pacte de développement durable et inclusif de Rogers Hospitality – la protection de la biodiversité. »

Sudheer Maudhoo, ministre de l'Économie bleue, des ressources marines, de la pêche et du transport maritime ; son collègue des Infrastructures nationales et du développement communautaire, Bobby Hurreeram ; le secrétaire parlementaire privé, Anjiv Ramdhany ; ainsi que le député de Mahébourg et Plaine Magnien, Rameswar Doolub, étaient aussi présents.

Cette séance de snorkeling est l'un des jalons d'un parcours découverte permettant aux jeunes de se familiariser avec l'écosystème du récif corallien.



Rogers Capital met son expertise métier à la disposition d'ONG

Rogers Capital soutient des organisations non gouvernementales (ONG) sur des programmes de formation aux métiers du marketing digital et d'accompagnement sur des projets entrepreneuriaux.

Consciente des expertises métiers disponibles au sein de son équipe, Rogers Capital a pris l'initiative de les mettre à la disposition d'ONG ou de fondations. Trois d'entre elles ont été sélectionnées pour leur engagement, aligné sur ceux de Rogers Capital, à savoir FORENA, Junior Achievement Mascareignes (JAM) et Fam-Unie. Ce soutien non financier se traduit par une assistance dans le management de certaines de ces ONG, dans des formations métiers et dans la communication digitale.

Forena est une organisation non gouvernementale fortement impliquée dans diverses initiatives vertes, notamment l'agroforesterie, les certifications biologiques, l'éducation et l'économie verte. Elle a été la première à avoir introduit la bio-certification à Maurice et aujourd'hui, elle s'engage activement dans la sensibilisation à l'agroforesterie et à la protection de la biodiversité mauricienne. Sa problématique était de renforcer sa communication. Le soutien de Rogers Capital s'est concrétisé par la création de leur site web www.forena.mu, ainsi que par la formation de stagiaires pour la création

de contenus pour les pages LinkedIn, Facebook et Instagram de l'ONG. Il a aussi été question d'accompagnement sur le volet bonne gouvernance de ces sites.

FAM-UNIE Foundation s'attelle à lutter contre la précarité des femmes du village de Paul et Virginie, à savoir Cité la Cure, dans la région de Port-Louis. Cette fondation propose aux femmes des formations professionnelles ainsi qu'un soutien psychologique pour les aider à subvenir à leurs besoins matériels et émotionnels. Les formations touchent plusieurs domaines : les compétences informatiques, les aptitudes à gérer un budget, le grooming, les *life skills*. Un accompagnement est également offert sur la création de projets entrepreneuriaux. Annick Corroy, *Chief Marketing & Communication Officer* chez Rogers Capital, a été nommée comme une des administratrices de la Fondation, consacrant du temps à sa gestion.

Junior Achievement Mascareignes se consacre pour sa part à l'éducation de la jeunesse mauricienne dans les domaines suivants : connaissances

financières et économiques, innovation et entrepreneuriat, préparation à la vie active et compétences générales, qui sont indispensables dans l'environnement de travail du XXI^e siècle. Ayant à cœur de favoriser le développement de la jeunesse, Rogers Capital est, depuis quelques années, l'un des principaux sponsors de cette ONG. La compagnie s'est engagée à soutenir l'ONG à travers le mentoring actif et le coaching des jeunes participants par son personnel, notamment en ce qui concerne les compétences financières et l'art de la compétition. Anusha Mannick, chef de projet chez Rogers Capital, apporte un soutien de gestion à l'ONG dont elle est la présidente. Chaque mois, elle consacre quelques heures à la gestion des opérations et au bon fonctionnement de l'ONG.

Les employés de Rogers Capital ont apporté leur contribution sous des formes diverses : coaching, accompagnement dans l'élaboration de business plan pour la création de leur entreprise, voire des cours Microsoft Office.

Veranda Resorts obtient la certification Green Key

Veranda Resorts a reçu la certification Green Key, devenant ainsi la seule marque d'hôtels de charme de l'île à atteindre cette étape.

Green Key est le principal programme de certification durable pour l'industrie hôtelière dans le monde.

Cette certification a nécessité un dévouement et de la détermination de la part des équipes de tous les hôtels Veranda à travers l'île. L'obtention de la certification Green Key illustre les efforts du Groupe pour développer une activité respectueuse de l'environnement, durable et responsable, en accord avec le mandat de Rogers Hospitality et son programme de développement durable Now for Tomorrow.

Les établissements portant le label écologique Green Key ont démontré des avancées et des mesures dans plusieurs domaines, notamment la réduction de la consommation d'eau et d'énergie, l'utilisation d'énergies renouvelables et d'eau de pluie, le tri

des déchets, l'alimentation et la mobilité durables, la maintenance écologique et la préservation de la biodiversité. À ce titre, tous les hôtels sous l'égide de Veranda Resorts ont été soumis à un audit indépendant afin de prouver qu'ils méritent cette certification.

« Nous faisons partie d'un groupe porté par une solide vision en matière de développement durable. L'engagement environnemental et social sont profondément ancrés dans notre promesse de marque "Deep into Mauritius". Je suis particulièrement fier de cette labellisation, sachant que Green Key est l'écocertification de référence dans le monde hôtelier international et il va de soi qu'en séjournant dans un établissement Veranda Resorts, nos clients contribuent à un meilleur environnement social et écologique de notre destination », dit Vincent Cavalot le Chief Operating Officer de Veranda Resorts.

Les hôtels certifiés Green Key font l'objet d'un audit annuel pour s'assurer du respect des critères stricts de cet écolabel dans les domaines de la gestion environnementale et de l'éducation durable du personnel, des clients et des fournisseurs. Green Key est gérée par la Fondation internationale pour l'éducation à l'environnement. Ce programme est soutenu par l'Organisation mondiale du Tourisme et est reconnu par le Conseil mondial du tourisme durable.



Tourisme durable : Rogers Hospitality remporte quatre récompenses



Quatre récompenses, dont un « Gold Award » ! C'est la moisson des marques de Rogers Hospitality aux premiers Mauritius Tourism Sustainability Awards 2022.

Organisés par la Tourism Authority, ceux-ci célèbrent le leadership, la transparence et l'engagement des organisations locales en matière de pratiques durables.

La cérémonie de remise de prix, qui s'est tenue le 11 mai, mettait à l'honneur les acteurs les plus innovants de l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie, ainsi que les petites et moyennes entreprises locales, pour leurs efforts continus en matière de pratiques durables dans ce secteur d'activité. Ainsi, c'est Bel Ombre Nature Reserve qui récolte l'or dans la catégorie « Other businesses ».

Veranda Tamarin et Heritage Le Telfair s'offrent respectivement l'argent et le bronze dans la catégorie « Hotel/ Accommodation » et Croisières Australes reçoit un « Silver Award » dans la catégorie « Boat & Pleasure Craft Operator ».

« Nous sommes honorés de cette reconnaissance qui confirme la contribution de notre groupe à la réalisation d'une île Maurice durable, et nous permet de créer de la valeur ajoutée à travers nos différents services et produits. Nous nous engageons à continuer à développer des solutions innovantes pour aider à préserver l'environnement, et grandir avec la communauté. Nous pouvons déjà constater de beaux progrès dans cette direction depuis le lancement de notre programme de développement durable Now for Tomorrow lancé en août dernier », déclare Thierry Montocchio, Chief Executive Officer de Rogers Hospitality.

Amélioration des infrastructures d'entreposage chez PATS

Plaisance Air Transport Services Ltd (PATS) investit dans ses infrastructures d'entreposage afin de mieux répondre aux besoins du marché. L'entreprise spécialisée dans les services d'assistance en escale a récemment installé deux chambres froides dans ses locaux situés dans la zone aéroportuaire à Plaisance. Ces deux chambres froides lui permettent de stocker des marchandises périssables à des températures qui varient entre 2 °C et 8 °C et 15 °C et 25 °C respectivement. Médicaments et vaccins en font partie.

Conformément aux objectifs de durabilité de l'entreprise, PATS poursuit le renouvellement de son parc de chariots élévateurs électriques entrepris depuis quatre ans.

Ayant commencé par faire l'acquisition de deux gerbeurs élévateurs électriques et de quatre chariots électriques avant la pandémie, PATS a fait, fin 2021, l'acquisition de trois chariots élévateurs électriques supplémentaires, et plus récemment un nouveau chariot élévateur électrique, est venu renforcer le parc, dorénavant à 75 % électrique.

Plus efficaces et plus silencieux que leurs prédécesseurs – ces chariots offrent une excellente efficacité énergétique, explique Faiz Lualloo, Managing Director de l'entreprise.



Rogers parraine la conférence des Femmes chefs d'entreprises mondiales

Les femmes sont des catalyseurs de changement, de collaboration et d'autonomisation au cœur de l'économie circulaire...

Tel est le propos de la conférence du réseau femmes chefs d'entreprises mondiales (FCEM) qui se tient à Maurice du 25 au 27 mai 2022. Rogers, Heritage Resorts et Agria ont choisi d'apporter leur soutien en tant que « Platinum Sponsor », aux femmes chefs d'entreprises.

Intitulée « L'économie circulaire : les femmes entrepreneurs comme force de changement », la conférence est organisée à Bel Ombre par l'Association mauricienne des femmes chefs d'entreprises (AMFCE) et vise à offrir aux entrepreneures un espace d'expression et de collaboration. Des sessions B2B et des tables rondes sont aussi au programme.



De g. à dr. : Mehul Bhatt, Chief Strategy and Sustainability Executive de Rogers, Trinida Chetty et Rima Ramsaran, respectivement vice-présidente et présidente de l'AMFCE, et Aline Wong, commissaire de la FCEM.

Mehul Bhatt, Chief Strategy and Sustainability Executive de Rogers participera ainsi à une table ronde intitulée « The Business Case for Sustainability » consacrée à la place grandissante des entrepreneures dans la transition vers une économie à faible émission de carbone, diversifiée, équitable et inclusive.

« Que cette conférence se tienne à Bel Ombre sonne comme une évidence », explique Mehul Bhatt. « Il s'agit d'une région que nous ambitionnons

de transformer en un laboratoire où les pratiques durables sont expérimentées pour relever les défis de demain. L'inclusivité en forme partie », dit-il.

Plusieurs réunions se dérouleront au Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort et un B2B market se tiendra à La Place du Moulin, offrant ainsi de la visibilité aux activités du Groupe Rogers à Bel Ombre.

Velogic encourage ses collaborateurs à recycler les huiles de cuisson

Les huiles usagées sont des liquides très polluants, qu'il s'agisse d'huile de vidange ou de cuisson. L'on imagine aisément leur impact environnemental si elles étaient rejetées dans la nature. Velogic, qui s'attaque déjà au recyclage des huiles de vidange de son garage, a cette fois mis en place une campagne de sensibilisation doublée d'un programme de recyclage des huiles de cuisson à l'intention

de ses collaborateurs. Les risques liés au rejet d'huiles de cuisson dans les canalisations sont ainsi mis en avant. Précisant qu'elles attirent les nuisibles, bouchent les canalisations, polluent l'environnement, un programme de recyclage invite ainsi les équipes à ramener les huiles usagées dans des récipients étanches (vieilles bouteilles en plastique ou autres), et à les déposer à l'Eco-corner se trouvant à Mer Rouge. Ces huiles sont ensuite acheminées vers l'étranger où elles sont revalorisées à travers le recyclage. Les récipients collectés font aussi l'objet de recyclage. A savoir que les huiles usagées peuvent entrer dans la fabrication de biocarburants ou de détergents.



Ascencia : vers la transformation des déchets générés par les malls

Ascencia a réussi l'évaluation par le comité du **Stock Exchange of Mauritius Sustainability Index (SEMSI)** grâce à sa structure et ses efforts pour consolider ses opérations de manière durable. Parmi ses nombreux projets figure le tri de déchets qui a fait l'objet d'un projet pilote à Bo'Valon Mall.

Le système de tri mis en place à Bo'Valon Mall avait permis, en juin 2021, d'atteindre 71% de déchets triés à des fins de recyclage. Les clients du Mall, mais surtout les locataires, avaient apporté leur contribution à ce projet. En effet, des poubelles spéciales avaient été placées dans les restaurants afin de trier les déchets à la source : déchets organiques, déchets liquides, plastique et déchets généraux.

Ascencia a décliné ce système de tri à la source au niveau du portfolio depuis décembre 2021, ce qui permettra à la

compagnie d'atteindre un taux de recyclage de 75% avec les déchets générés par ses locataires.

La réussite de ce projet pilote repose sur l'effort de plusieurs parties – équipes, locataires, prestataires de services et clients, afin de contribuer aux efforts de développement durable d'Ascencia.

Le tri des déchets fait partie d'une stratégie d'économie circulaire d'Ascencia qui travaille en ce moment sur la mise en place d'une station pilote à Bagatelle Mall pour la transformation de ses déchets. Ce projet utilisera les déchets organiques, produits par les locataires du Mall, pour la production d'eau glacée pour la climatisation et le compost. Une étude préliminaire du projet a été transmise au ministère de l'Environnement qui a donné son aval sur la réalisation de ce projet pilote.

Rogers s'associe à une compétition de photographie des Nations unies

« *Through the Eyes of the Youth* » : appréhender les différentes facettes du développement durable à travers le regard des jeunes et les sensibiliser aux enjeux du futur. C'était là l'objectif du Bureau du coordonnateur résident des Nations unies pour Maurice et de Business Mauritius en organisant une compétition de photographie. Le Groupe Rogers, qui partage ces préoccupations, s'est associé à cette démarche, auprès d'autres parties prenantes, dont la State Bank of Mauritius (SBM). Christian Nanon, *Corporate Manager – Sustainability* de Rogers, faisait partie du jury.

Les objectifs de développement durable – un cadre dont s'inspirent le pacte SigneNatir de Business Mauritius, de même que les diverses stratégies de *sustainability* en entreprise – se trouvent au cœur de cette initiative. Celle-ci vise à amener les jeunes à réfléchir à l'urgence climatique et sociale, d'autant plus qu'ils seront aux premières loges des changements à venir.

Les gagnants dans deux catégories (12 à 17 ans et 18 à 25 ans) seront récompensés durant le mois de juin. Ils remporteront des prix offerts par Rogers et la SBM. Parmi les prix offerts par Rogers figurent des parcours-découverte au cœur de Bel Ombre, soit pour une immersion dans la biosphère de Bel Ombre, soit pour une visite au World Of Seashells ou une participation à la réhabilitation des berges de la rivière Jacotet.



Les « Business leaders » de Rogers réunis autour du « C&C Programme »

Rechercher de nouveaux leviers d'innovation, favoriser une croissance durable et atteindre les objectifs de CAP23 et au-delà... Ce sont là les objectifs du C&C Programme, qui a réuni des « business drivers » de Rogers au Caudan Arts Centre, le 11 avril dernier.



BETTER. HIGHER. STRONGER.

Le lundi 11 avril 2022 au Caudan Art Centre, s'est tenu le « C&C event », une journée de travail réunissant les 170 business leaders des quatre secteurs d'activité du Groupe Rogers.

Avec pour motto « Challenging Status Quo and Collaborating Forward », le « C&C » est un programme d'amélioration de la performance du Groupe lancé en juillet 2021, dans le cadre du plan stratégique CAP23 de Rogers.

Le « C&C Programme » met l'accent sur l'amélioration de la performance, une responsabilisation accrue et un renforcement des pratiques managériales grâce à un suivi méthodique réalisé par ces 170 *business leaders*, à qui a été confiée la gestion des actifs, des ressources et des marques de Rogers.

Une stratégie qui s'avère payante, comme en témoignent les derniers bilans trimestriels de Rogers qui laissent entrevoir une solide reprise en termes de revenus et de profits (*voir en page 8*).

Cette session – la première en présentiel depuis 2020 – a été l'occasion pour les business leaders de Rogers de faire le point sur la stratégie de croissance du Groupe, de continuer à se mobiliser pour la réussite collective et pour atteindre les objectifs de CAP23.

Ils ont battu des records de longévité au sein du Groupe

Passer plus de cinquante ans au sein d'une même entreprise, cela n'arrive pas à tout le monde. C'est le cas de Danielle Maury et d'Ismed Deljoor, qui ont eu des carrières de 50 et 67 ans respectivement au sein du Groupe Rogers. En début d'année, ils ont fait leurs adieux à leur entreprise respective pour une retraite bien méritée.

Au moment de son départ, Danielle était *Administrative Assistant* chez Rogers Capital Management Services Ltd, alors qu'Ismed était chauffeur chez Agria. Ce dernier a fait ses premiers pas au sein de ce qui était alors connu comme la Compagnie Sucrière de Bel Ombre Ltée le 25 mai 1955. Au volant de son camion, il a sillonné les routes de la région – et du pays – et a été le témoin privilégié de l'évolution de l'industrie sucrière et du passage de témoin à Agria.

Danielle Maury, de son côté, a commencé sa carrière chez Roger Fayd'herbe & Co Ltd le 1^{er} juin 1972. Elle connaît ensuite des parcours plus ou moins longs dans d'autres entreprises du Groupe, dont Rogers Commercial Centre, Scott & Co Ltd, J M Goupille & Co Ltd, Rogers Asset Management Ltd, avant de terminer sa carrière chez Rogers Capital Management Services Ltd.



Un nouveau Chief People Officer pour Rogers Capital

Rogers Capital compte un nouveau Chief People Officer depuis le mois de janvier. Kavi Oogarah succède en effet à Fabrice Baillache, qui a rejoint le Corporate Office en tant que *Head of People Operations*.

Parmi les ambitions de Kavi Oogarah figure celle de créer un environnement de travail idéal où chaque employé peut évoluer, grandir et devenir la meilleure version de lui-même, tant sur le plan professionnel et personnel.

Fort d'une expérience de plus de vingt ans dans les Ressources humaines, Kavi a mis ses compétences au service de plusieurs

secteurs d'activité, notamment le textile et la technologie informatique. En rejoignant Rogers Capital, il s'est fixé pour objectif de s'appesantir sur l'acquisition de talents et d'exploiter au mieux les forces et compétences des collaborateurs pour un meilleur environnement de travail.

Sa devise dans la vie est de promouvoir l'humain dans tout ce qu'il fait !

Be the change that you wish to see in the world"

– Mahatma Gandhi

Velogic Inde aux couleurs de Holi

Holi, le festival des couleurs, est une des fêtes incontournables du paysage culturel et religieux indien. Tenant à marquer cette date, les employés de Velogic Inde avaient organisé, le 17 mars, une petite célébration dans les locaux de New Delhi.

Manish Bundhun et Rogers publient « Disruptor, 9 abilities of Agile leaders »



Journal de bord, manuel de leadership, boîte à outils pour managers... Tout ceci à la fois, le livre « Disruptor, 9 abilities of Agile leaders » vient d'être publié par Manish Bundhun, Chief People Executive, en collaboration avec Rogers.

Manish Bundhun livre ainsi neuf pistes de développement pour un leadership agile et disruptif, puisées de son expérience au sein du Groupe.

Réalisé comme outil de développement à l'intention des employés de Rogers, « Disruptor » est également disponible sur Amazon puisqu'il s'avère pertinent pour tout professionnel cherchant à aiguiser la pertinence de ses prises de décisions dans un monde en perpétuelle « rupture ».

L'ouvrage a été présenté le 11 avril 2022 dans le cadre d'un atelier de travail interne sur le programme C&C (Challenging Status Quo & Collaborating Forward) au Caudan Arts Centre.

« Disruptor, 9 abilities of Agile leaders » explore neuf pistes d'amélioration, parmi lesquelles la capacité à avoir des conversations courageuses et génératrices de changement avec ses équipiers ; l'application du processus de responsabilité ; la remise en question du statu quo ou encore la focalisation sur des objectifs bien définis. Ces neuf chapitres s'appuient sur l'expérience tirée des outils mis en place cette dernière décennie à Rogers, ainsi que sur des recherches menées sur la gestion d'entreprises à travers le monde.

Des exemples de « leaders en action » jalonnent ce livre qui se lit aussi bien comme un mode d'emploi que comme un manifeste. On y retrouve l'expérience de Sir Richard Branson, pour qui un événement inopportun (un vol annulé) s'est concrétisé par une opportunité ; la création d'une compagnie aérienne, Virgin Atlantic ! On retrouve également au fil des pages des « disrupteurs » invétérés tels qu'Elon Musk, Steve Jobs, Jack Ma, mais aussi Walt Disney.

Dans la préface du livre qu'il signe, Philippe Espitalier-Noël, *Chief Executive Officer* écrit : « Alors que nous vivons une époque de plus en plus perturbée, marquée par le changement climatique, la transformation numérique et maintenant les pandémies mondiales, nous avons un choix conscient à faire : choisir la voie de moindre résistance, rester dans le statu quo et être bousculés par les autres et les forces de changement ; ou choisir un parcours plus difficile, hors de notre zone de confort, en cherchant à apprendre, à grandir et à prospérer en tant que Disrupteur agile. »

RISE, une troisième édition étendue aux équipes d'ENL



La Rogers Academy a donné, fin janvier, le coup d'envoi de la troisième édition du programme RISE.

Cet acronyme se réfère aux relations, à l'influence, au service et à l'excellence, considérés comme des piliers de la force de vente d'une entreprise. Cette formation est destinée aux professionnels de la vente du Groupe Rogers et, fait nouveau cette année, elle est également ouverte aux employés d'ENL.

D'une durée de huit mois, le programme RISE a jusqu'ici permis à 40 professionnels de Rogers d'affûter leurs connaissances et compétences tout en renforçant leur confiance en soi. Au programme :

la maîtrise du langage pour améliorer la communication avec les clients ou pour les influencer, le self-leadership, la gestion des plaintes, la conclusion d'une vente ou encore le networking. Sans oublier le « personal branding » consistant à gérer la façon dont nous nous présentons devant nos clients afin de projeter de l'assurance, en alignement avec notre domaine d'activité.

Le programme RISE a été créé en collaboration avec le cabinet *Stafford & Chan* de Singapour. Les enseignements s'appuient sur la mise en situation, les jeux de rôle et autres techniques interactives favorisant l'apprentissage.

Heritage Villas Valriche en roadshow en France et en Belgique



Tournée promotionnelle pour Heritage Villas Valriche auprès de la clientèle européenne. Depuis début mai, Christophe Piquet, directeur commercial, et Pascale Ceffis, responsable du marché français, sillonnent les grandes villes de France et de Belgique afin de mieux faire connaître les nombreuses offres et les atouts des villas d'Heritage Villas Valriche. Ce roadshow est le fruit d'une collaboration entre Heritage Villas Valriche, l'Economic Development Board ainsi que plusieurs autres acteurs du secteur immobilier à Maurice. Ensemble, ils s'attellent à faire découvrir les opportunités d'investissement et d'expatriation à Maurice.

Heritage Villas Valriche est pour l'heure le seul développement immobilier disponible pour ceux qui souhaitent élire domicile au cœur du Territoire de Bel Ombre. Un domaine qui a pour ambition de devenir LA référence en matière de pratiques durables à Maurice.

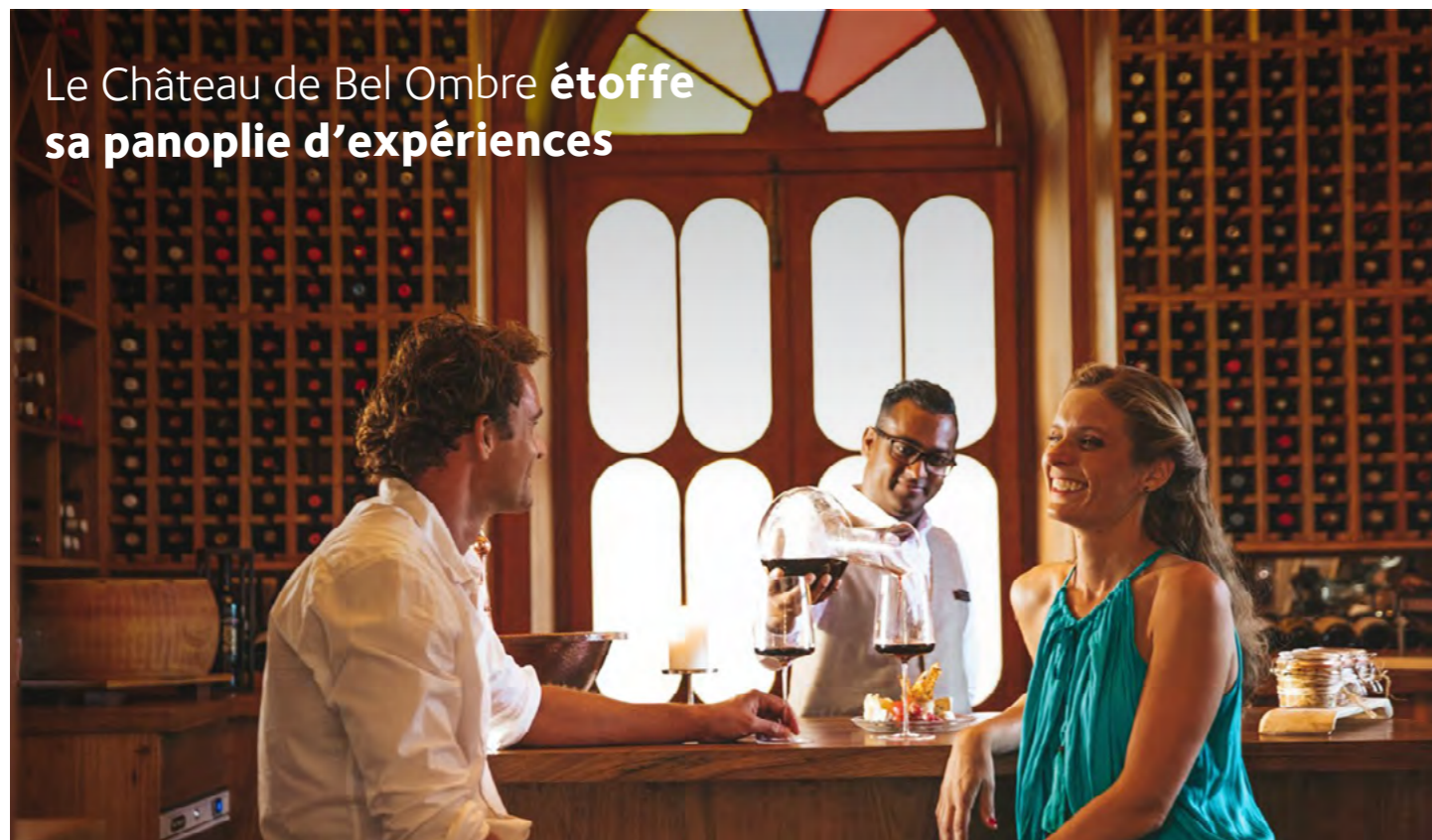
Parmi les offres figurent des villas « prêtes à habiter », des terrains constructibles avec une vision à 180 degrés sur le lagon, ainsi que la possibilité de choisir le plan d'architecte de sa villa parmi l'une des neuf configurations classiques et contemporaines disponibles. Pour rappel, les ventes sont soumises au régime de la vente en état futur d'achèvement.

Pour mieux mettre en valeur ces diverses propositions, Heritage Villas Valriche s'appuie sur de nombreux outils technologiques, notamment un site web interactif donnant accès à des visites virtuelles de villas et à des vidéos aériennes de chaque parcelle de terrain, réalisées à l'aide de drones. Celles-ci permettent au client potentiel de chercher le terrain de leurs rêves dans un domaine immobilier alliant service 5-étoiles, développement durable et art de vivre mauricien.

La réalité virtuelle et augmentée au service de la vente

L'un des plus de la vente et du marketing est la capacité d'amener le client potentiel à se projeter. L'équipe commerciale de Heritage Villas Valriche s'est ainsi dotée d'un casque de réalité augmentée, utilisé notamment lors des roadshows à l'étranger. Grâce à ce casque, les prospects peuvent visiter virtuellement l'intérieur d'une villa, s'y déplacer à volonté en découvrant les vues panoramiques sur le domaine. Le dispositif peut également être projeté sur un écran géant pour permettre au client potentiel de se « déplacer » dans sa future maison, à l'aide d'un joystick. L'équipe utilise un autre outil de modélisation, utilisé cette fois sur un écran. Parmi les fonctionnalités figure la possibilité de changer les finitions dans les villas.

Envie de découvrir les villas ? Rendez-vous sur le site web pour une visite virtuelle.



Le Château de Bel Ombre étoffe sa panoplie d'expériences

Pique-niques, dégustation de vin, sundowners, nouveaux menus pour le déjeuner... Le Château de Bel Ombre propose de nouvelles expériences. Celles-ci permettent au visiteur de découvrir, outre la cuisine raffinée de cette adresse gastronomique, les autres facettes du château, notamment ses jardins français et anglais, son deck avec vue panoramique, ainsi que son incontournable cave à vins.

En réservant pour un pique-nique, par exemple, le visiteur pourra se promener à loisir et, muni de son panier, s'installer où il le souhaite dans les jardins ou sur le deck. Disponible à Rs 990 par personne, le panier comprend du pain maison au marlin fumé,

accompagné d'une salade du jardin et d'une salade de gateaux piments. Les fruits sont aussi à l'honneur, avec de la limonade maison au combava, ainsi qu'une coupelle de fruits de saison.

Les menus revisités pour le déjeuner permettent par ailleurs de proposer une fourchette de tarifs plus accessibles, pour découvrir le terroir unique du domaine. Il est aussi possible de réserver pour une découverte des vins du monde, grâce à l'offre dégustation.

A titre indicatif, un des packages, disponible à Rs 2 950 par personne, comprend trois verres de vin du Nouveau Monde (produits hors des régions viticoles traditionnelles

d'Europe), soit du vin blanc, du vin rouge et du vin moelleux, accompagnés de canapés en guise d'apéritif.

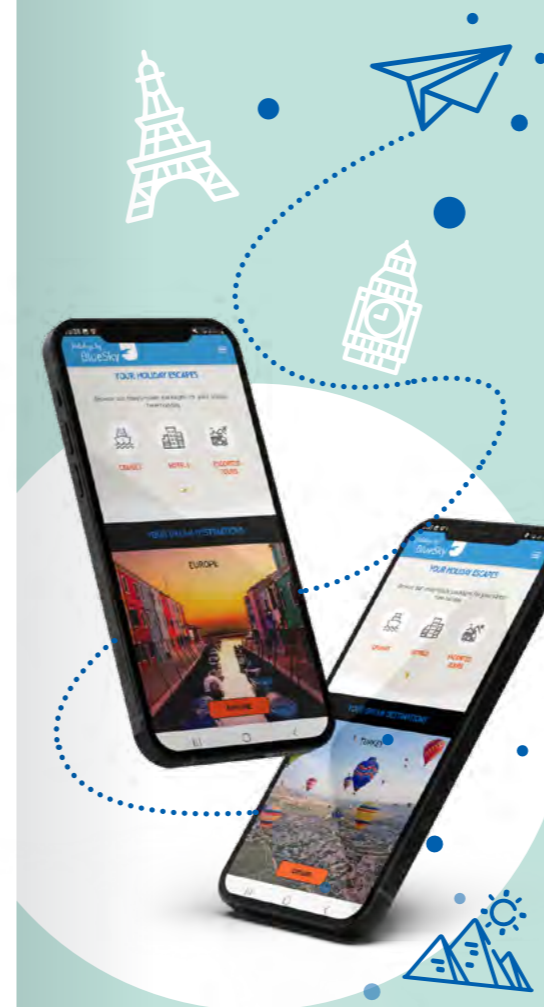
À savoir également que le Château de Bel Ombre est dirigé depuis février 2022 par Jérôme Carlier, qui apporte avec lui une belle expérience en sommellerie acquise à Dublin, à Beirut, aux Maldives et aux Seychelles, entre autres.

Pour vos réservations : www.lechateaubelombre.com
T: +230 601 55 29

Paiements automatisés au Corporate Office

Du nouveau dans le processus de traitement des comptes fournisseurs (*Accounts Payable*) au Corporate Office. La gestion de la facturation est désormais automatisée, grâce à une solution de robotisation des procédures et l'utilisation de l'intelligence artificielle développée par Rogers Capital Technology Services. Jusqu'ici, les équipes dédiées à cette tâche devaient traiter quelque 300 factures chaque mois, de quoi encourager les équipes IT et Finance de Rogers Corporate Office à réfléchir à une alternative aux opérations manuelles, jugées longues et fastidieuses.

L'automatisation des comptes fournisseurs simplifie donc le processus tout en diminuant le taux d'erreur. Les données sont capturées et saisies automatiquement sur le système comptable, grâce à l'intelligence artificielle, les factures sont approuvées en ligne et le stockage des informations est dématérialisé. En résulte un gain de temps et de productivité et une réduction de la consommation de papier, sans compter que cela apporte une solution au problème d'archivage de factures en papier.



Holidays by BlueSky, première application locale dédiée aux voyages

Organiser ses voyages de A à Z en comparant les meilleures offres, faire ses réservations et effectuer les paiements... tout cela grâce à une application mobile. C'est Holidays by BlueSky, spécialiste des voyages qui est à l'origine de cet outil, le premier de ce type à Maurice.

Disponible sur Google Play Store et App Store depuis décembre 2021 et février 2022 respectivement, l'application dispose d'une interface claire et facile à naviguer. L'utilisateur peut y réserver ses billets d'avion et chambres d'hôtel en cinq étapes, de la recherche des meilleures offres au paiement, via une plateforme en ligne intégrée et entièrement sécurisée. Une recherche permet en effet d'accéder aux différentes options et au calendrier avec les prix, en fonction de la destination et des dates de voyage choisies.

L'application donne aussi l'occasion de découvrir un éventail de forfaits préétablis incluant les offres d'hébergement, des circuits accompagnés, voire des croisières.

Depuis son lancement, l'appli a enregistré quelque 3 000 téléchargements. Chez Holidays by BlueSky, on vise plus de 5 000 utilisateurs d'ici à décembre, explique Henna Ebrahim, *Marketing Manager*, en précisant que depuis la crise de la Covid, le Mauricien est « à l'aise avec les transactions en ligne ». La stratégie de digitalisation de la compagnie tient compte des nouvelles habitudes de consommation des Mauriciens qui utilisent de plus en plus leurs smartphones pour effectuer des recherches en ligne.

Téléchargez l'application

Rogers Capital, force motrice derrière le Tax Africa Network

Fournir des solutions personnalisées aux entreprises du monde entier et surtout, jouer un rôle majeur dans le conseil fiscal inter-juridictionnel et spécialisé à travers le continent africain. C'est l'ambition de l'association Tax Africa Network (TAN) fondée récemment par Rogers Capital Tax, qui souhaite en faire le tremplin de l'investissement en Afrique, et cela, grâce à un réseau de membres de confiance issus de différents pays du continent. Ce réseau de professionnels présente l'avantage d'avoir été « conçu en Afrique par des Africains » pour l'ensemble du monde des affaires, selon les mots de Kabir Ruhee,



Chief Executive Officer de Rogers Capital. Ce dernier estime ainsi que « l'Afrique ne peut être mieux servie que par les Africains », surtout lorsqu'il est question d'offrir un service de conformité à travers le continent. « Nous avons le privilège d'assister à l'envol du premier réseau de fiscalistes qui sont nés et travaillent en Afrique », ajoute pour sa part Cathie Hannelas, *Managing Director* de Rogers Capital Tax.

Le réseau s'appuie ainsi sur l'expertise de professionnels africains chevronnés ayant bénéficié d'une exposition importante à travers le continent et au-delà de ses frontières. Ils comptent des dizaines

d'années d'expérience à la tête de cabinets fiscaux internationaux et traitent des projets complexes d'investissement.

Le TAN bénéficie du soutien de ses nouveaux pays membres en Afrique centrale, orientale et occidentale et dans l'océan Indien. Les pays membres comprennent le Gabon, le Rwanda, le Burkina Faso, le Cameroun, l'Ouganda, le Mali, la Tanzanie, le Nigeria, le Togo, l'île Maurice, les Seychelles et le Sénégal.

Domino's Pizza **Mauritius révolutionne la livraison à domicile !**



Imaginez : vous commandez une pizza en ligne, fournissez mille et une explications pour la livraison, mais vous finissez par attendre lustres car malgré les renseignements donnés, le livreur s'est égaré. Votre enthousiasme et votre pizza se sont refroidis !

Domino's Pizza Mauritius s'est récemment offert les moyens de se prémunir contre de telles situations en investissant dans une technologie novatrice. Celle-ci révolutionne la façon de communiquer le lieu où vous vous trouvez, grâce à une application mobile gratuite et une carte en ligne.

what3words, entreprise britannique a eu la brillante idée de diviser le monde en carrés de 3 mètres et d'attribuer à chacun une adresse unique composée de trois mots aléatoires : une adresse what3words. Une application mobile gratuite et une carte en ligne permettent au grand public de trouver, de partager et de naviguer vers des adresses what3words.

Comment ça marche ?

Utiliser une adresse what3words permet d'effectuer des livraisons à l'emplacement exact choisi par le client, qu'il s'agisse d'une porte d'entrée, d'une entrée secondaire, d'une porte de jardin ou même un point précis à la plage.

Le système a déjà été testé avec succès dans des franchises au Royaume-Uni, en Amérique du Nord et en Arabie Saoudite.

Et à Maurice ?

Au moment de la finalisation de votre commande en ligne et sur l'appli mobile de la franchise, vous n'avez qu'à saisir une adresse what3words – composée d'une combinaison unique de trois mots – afin d'indiquer où il souhaite que sa pizza soit livrée dans un rayon de 3 km. Pour Domino's Pizza, qui est la première franchise mauricienne à utiliser cette technologie à l'échelle nationale, l'avantage est double. Les clients reçoivent leur pizza plus rapidement, les délais de livraison sont plus fiables et il n'est pas nécessaire de répondre aux appels de livreurs égarés pour leur donner des indications supplémentaires. Pour le livreur, la livraison se déroule sans encombre et est moins stressante.

« Il est essentiel pour nous que nos clients reçoivent leur commande en temps voulu et que nos livreurs puissent naviguer facilement jusqu'à leur destination. Nous sommes fiers d'être parmi les premières franchises Domino's Pizza à déployer cette technologie novatrice et nous sommes impatients de voir comment ce partenariat va évoluer », fait remarquer Kareesh Manraj, Chief Experience Officer de Domino's Pizza Mauritius.

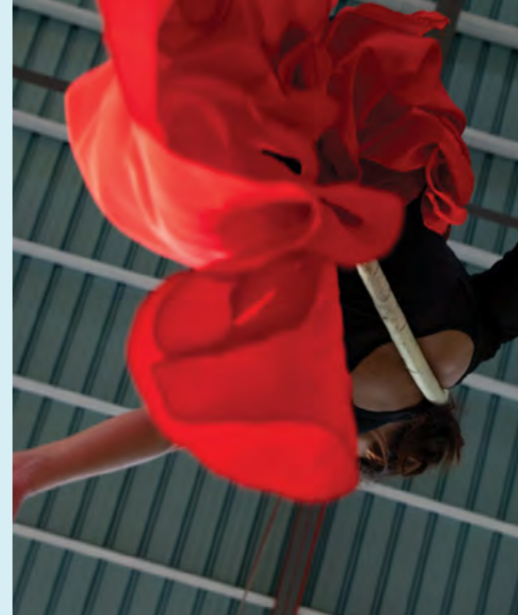
Cybersécurité : Rogers Capital Technology sur tous les fronts

La cybersécurité est devenue un enjeu de taille dans un monde de plus en plus numérique, dans lequel les cyberattaques se font plus fréquentes et tentent de nuire aux activités et à la réputation des entreprises privées et des établissements publics. Afin de les aider à y faire face Rogers Capital a organisé, des sessions de travail avec les secteurs privé et public. L'objectif était de sensibiliser à la nécessité d'adopter une approche exhaustive, en vue d'une réaction rapide et efficace contre les cyberattaques.

Grâce à ces ateliers et séminaires, Rogers Capital renforce ses objectifs de sensibilisation et de transmission des connaissances. Des démonstrations de hacking éthique, réalisées par les experts du Rogers Capital Technology Lab ont également été mises à contribution pour illustrer les dangers et les impacts de toute cybermenace.

« La lutte contre la cybercriminalité est un enjeu de sécurité nationale qui requiert une collaboration étroite entre les opérateurs de la communauté des affaires et le secteur public », rappelle Dev Hurkoo, Managing Director de Rogers Capital Technology, après les différents séminaires organisés sur la cybersécurité auprès de plus de 350 dirigeants, tous secteurs confondus.

Pour plus d'informations, contactez Ashiss Soobhug - ashiss.soobhug@rogerscapital.mu ou Sailesh Mungur - sailesh.mungur@rogerscapital.mu



Uniting Energy

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.



FINTECH | HOSPITALITY | LOGISTICS | PROPERTY

