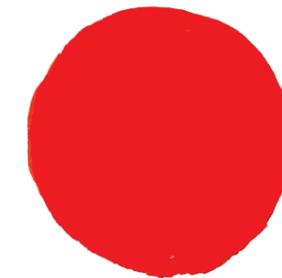


together.

LE MAGAZINE DU GROUPE IBL



Creating
a brighter
future
together.



Assumons nos responsabilités

par **Caroline Tyack**
Head of Communications d'IBL Ltd

Chers lecteurs,

En 2021, notre entreprise s'implique davantage dans l'innovation sociale. Dans un contexte toujours incertain, il est essentiel de tenir la barre pour que nos équipes grandissent et pour que l'île Maurice continue de progresser durablement. C'est le rôle que le Groupe IBL a choisi d'incarner.

together 2 décrypte ces besoins et met en lumière les solutions que propose notre groupe.

Qu'il s'agisse de notre engagement auprès des plus démunis ou notre investissement dans le secteur médical et de la santé ; que ce soit pour dévoiler nos initiatives pour sensibiliser à la bonne gouvernance ou marcher sur les pas d'un jeune homme qui deviendra, quelques décennies plus tard, le garant d'une marque emblématique de l'île Maurice ; que ce soit pour souligner la capacité des collaborateurs à prendre en main leur bonheur au travail ou rappeler le devoir qu'ont les entreprises de créer les conditions favorables pour fidéliser les talents ; ce second numéro de *together* souligne nos responsabilités partagées et nous pousse à l'optimisme.

Le dossier central renforce la thématique du développement durable. Nous faisons un état des lieux des ressources de thon dans l'océan Indien et détaillons nos efforts pour sensibiliser les organisations régulatrices sur cette problématique. Nous racontons

comment une industrie, encore méconnue dans notre île il y a 20 ans, a évolué d'une vingtaine d'expatriés à la professionnalisation de quelques centaines de Mauriciens. Nous valorisons un produit de l'ingénieuse île Rodrigues. Nous montrons comment l'hôtellerie – qui attend de redémarrer de plus belle – croit que chaque individu, visiteur comme résident, peut sauver la mer.

Enfin, ce second numéro affirme le positionnement de *together* en jouant pleinement une mission que notre entreprise s'est fixée. De la même manière que nous faisons grandir nos collaborateurs et que nous contribuons à bâtir une île durable, nous confirmons notre soutien à la scène culturelle mauricienne. Comme pour la parution de septembre dernier, nous avons donné carte blanche à des artistes pour illustrer les articles de *together 2* et, de ce fait, porter un regard nouveau sur les activités de nos entreprises.

J'espère que vous plongerez dans ce magazine avec autant de plaisir que nous avons eu à le concevoir.

Bonne lecture.

**“*together 2* souligne
nos responsabilités
partagées et nous
pousse à l'optimisme”**

4

perspectives
Intelligence collective

10

lifestyle
Comment faire battre
le cœur d'une Smart City ?



12

solutions
IBL Energy, acteur
de la transition énergétique

18

santé 2.0
La cryothérapie

20

transformation digitale
Cloud et sécurité

28

igloo
- 18 °C

36

dossier
une économie bleue

38

ressources
31 États membres pour une
cohésion difficile

40

**interview de cougen
purseramen,**
COO d'IBL Seafood

42

**interview of
neil bohannon,**
Group director of fish
at Princes Limited

44

atelier
CNOI, une fierté maritime

49

**interview de
franck piriou et
jean-yves ruellou,**
COO et directeur
général de CNOI

51

à la rodriguaise
Walali l'a !

52

pédagogie
Vik, un citoyen au
service de la mer

58

**fondation
joseph lagesse**
Nouveau plan
stratégique



66

équilibre
Bien dans ma peau,
bien au boulot

68

responsabilité
Les 3 engagements
de Winner's

72

capitale
L'architecture de Port Louis :
une diversité de styles et
d'influences



44

**CNOI, une fierté
maritime**

dossier

ÉCONOMIE BLEUE

40

**interview de
cougen purseramen**

38

**31 États
membres pour
une cohésion
difficile**



together.

**together est le magazine biannuel
du Groupe IBL**

Directrice de publication :
Caroline Tyack

Rédacteur en chef :
Stéphane Huët

Coordination :
Jacqueline Bax de Keating,
Anne-Lise Serret

Rédaction :
Michel de Rovira, Maya de Salle
(My Moris), Camille Grenouille,
Mélissa Leclézio, Claire Thévenau

Relecture :
Evolution

Design et mise en page :
OXO

Photos :
Karl Ahnee, Clyde Koa Wing,
Mathieu Pigeot

Illustrations :
Kris AKM, Daphné Doomun,
Brian Lamoureux, Valérie Latreille

Impression :
Precigraph

**Tous droits réservés. Aucune partie de
cette publication ne peut être reproduite,
par quelque procédé que ce soit,
sans l'autorisation préalable d'IBL Ltd.**

**Couverture : "La profondeur"
de Kris AKM**

Pour illustrer la couverture et le dossier "Une économie bleue" de *together 2*, nous avons donné carte blanche à Kris AKM. C'est la première fois que cet artiste de 25 ans contribue à un magazine. "C'était amusant de collaborer à *together*. J'ai fait beaucoup de recherches et d'expérimentations, notamment pour la couverture qui est un pastel sur ardoise. Cette technique est assez complexe à maîtriser pour atteindre une intensité de couleur. Pour cette collaboration, j'ai parfois sorti des illustrations à l'encre de mes archives pour développer de nouvelles idées créatives en fonction de la thématique." Évoquant son besoin constant d'expérimenter en utilisant différents matériaux ou différentes couleurs, Kris AKM parle des deux teintes dominantes dans les illustrations de ce numéro. "Le rouge et le bleu sont à la base de mes œuvres. C'est une association inhabituelle, se trouvant des deux côtés opposés du spectre de couleurs, qui évoque une certaine énergie dans toute sa complexité. Elle est également thérapeutique en ce sens qu'elle projette une atmosphère calme autour du spectateur."



“Il est plus que temps de trouver cet équilibre entre santé, économie et liberté individuelle.”

Arnaud Lagesse
Group CEO d'IBL Ltd

Intelligence collective

La rengaine est facile. Il suffit d'un problème aujourd'hui pour entendre que "le monde était mieux avant". La mode est à la nostalgie et nous nous imaginons, à travers les différentes anecdotes et fictions, ce passé pourtant pas si lointain. Je comprends cette désillusion à un moment où nous nous sentons dépourvus de certaines libertés.

Depuis le 20 mars 2020, nous sommes limités dans nos déplacements et plus fondamentalement dans nos relations sociales. Toutes ces activités qui nous semblaient banales apparaissent, soudainement, comme des besoins vitaux. Malgré tout, nous nous raisonnons en nous rappelant que nous avons renoncé à nos libertés individuelles pour le bien collectif. Mais la liberté ne devrait-elle pas être pensée collectivement afin que nous soyons tous acteurs d'une île Maurice moderne ?

"Liberté". Ce mot revient souvent depuis le début de la pandémie. Aussi vieille soit-elle, cette notion n'est pourtant pas facile à définir. Beaucoup de penseurs en ont donné des interprétations dont on se souvient plus qu'on ne les vit. Mais la liberté n'est pas qu'un concept. Elle engage aussi des actes.

Nous sommes des individus qui vivons en société. Nous échangeons, partageons et avons besoin les uns des autres. Dans ce sens, un pas vers la liberté est l'écoute. Être attentif aux besoins et appréhensions de l'autre. Mais il est aussi important de savoir écouter ses propres besoins. Autant nous devons, aujourd'hui, prendre nos responsabilités pour rester en bonne santé physique et mentale,

autant nous devons œuvrer pour une vie épanouissante. Parce qu'il me paraît inconcevable que nous nous accoutumions aux contraintes du moment ! Enfin, par l'écoute, je veux aussi parler d'un droit fondamental qui est également un devoir : s'informer. Il est essentiel que chaque citoyen soit conscient de l'évolution de notre époque pour pouvoir s'emparer de ses enjeux, dont certains sont des préoccupations urgentes à l'instar du développement durable ou de la démocratie où il est question, entre autres, de notre liberté d'expression.

Depuis plus d'un an, nos repères sont chamboulés. Ici et partout dans le monde, individus et institutions observent, cherchent et tentent, en quête d'une vie normale. Après tous ces efforts, nous devons analyser ce qui se passe autour de nous et en nous. Il est temps de trouver l'équilibre entre santé, économie et liberté individuelle. Cela, pour éviter la peur qui, elle aussi, est contagieuse et dont les dirigeants du monde entier font bon usage pour perpétrer ce crime de lèse-majesté : l'élimination de nos libertés individuelles et collectives. La crainte de cette pandémie évolue vers une défiance généralisée de l'autre. Non seulement nous nous méfions de nos concitoyens, potentiels porteurs du virus, mais dans cette période anxiogène, nous voyons ressurgir de vieilles tensions non résolues qui menacent notre vivre-ensemble. En 2021, plus de 50 ans après notre Indépendance et avec une population avertie, nous devons oser les affronter pour avancer. Bien sûr, le passé a été dur pour beaucoup, mais si nous n'en tirons pas les leçons, le futur risque de l'être encore plus pour nous tous.

Je pense ici à la philosophe Hannah Arendt qui a dit : "Nous sommes entièrement libres d'utiliser où que nous le voulions les expériences et les pensées du passé. Cette liberté ne repose que sur la conviction que chaque être humain en tant qu'être pensant peut réfléchir aussi bien que moi et peut former son propre jugement s'il le veut. [...] Réfléchir, cela signifie de toujours penser de manière critique, cela signifie que chaque pensée sape ce qu'il y a en fait de règles rigides et de convictions générales."

Tout est donc entre nos mains. L'Histoire de notre Pays est une force. Utilisons-la pour grandir et aller au-delà de nos démons et de l'obscurantisme. C'est à nous, tous ensemble, d'inventer, créer et initier l'île Maurice que nous voulons. Autant la pandémie est révélatrice des lacunes de notre société, autant elle doit devenir accélératrice de notre mobilisation.

C'est de cette façon que le Groupe IBL devance la crise sanitaire depuis un an : agir, ne pas subir. C'est de cette façon que notre société, avec toutes les cultures qui la composent, devrait évoluer. La liberté ne se résume pas uniquement au fait de pouvoir faire tout ce que nous voulons. Il s'agit d'être respectueux de l'autre tout en ayant le courage de ses idées et l'audace de les mettre en action.

“Autant cette situation est révélatrice des lacunes de notre société, autant elle doit devenir accélératrice de notre mobilisation”

Blychem lance une lessive 100 % locale

Alizé est la nouvelle marque de lessive liquide fabriquée par Blychem et distribuée par BrandActiv. Disponible en logement de 3 l et en deux parfums, lavande ou bicarbonate, ce produit sans phosphate a été développé pour éliminer les taches résistantes, pour offrir un linge éclatant et agréable au toucher.

Un nouveau directeur général à City Brokers

Jean Christophe Cluzeau a été nommé directeur général de City Brokers et prendra ses nouvelles fonctions en juillet prochain. Comptant plus de 25 ans d'expérience dans le secteur des assurances, dont 19 ans chez AXA France, il poursuivra les chantiers lancés par le directeur général par intérim, Alain Bouzaid – renforcer l'esprit d'équipe, restructurer les opérations de l'entreprise et mettre à niveau ses standards. Ce dernier continuera de suivre les activités de City Brokers en qualité d'administrateur.



À vos marques, Dodo Trail !

L'une des deux courses phares organisées par IBL, le Dodo Trail, comme le IBL on the Move, attire chaque année des centaines d'amoureux de la nature et de la course à pied. Cette année encore, le village de la course sera au Riverland Sports Club, à Tamarin. De 4 à 50 km, il existe un parcours pour tous les niveaux. Prêt à relever le défi ? À cause du second confinement, le calendrier des courses a dû être revu. Les dates pour l'ouverture des inscriptions et de la course seront bientôt annoncées. Restez branchés sur www.dodotrail.com pour plus d'informations.

ClimateLaunchpad Mauritius, second partenariat pour le Groupe IBL



Le ClimateLaunchpad est le plus important concours international de solutions innovantes pour le climat. C'est l'entreprise Dynamia, opérant sur les stratégies de développement durable dans l'océan Indien, qui a été sollicitée pour relayer cette initiative à Maurice depuis 2019. Après une collaboration réussie en 2020, le Groupe IBL renouvelle ce partenariat pour promouvoir un programme qui rassemble deux aspects qui lui sont chers : l'esprit entrepreneurial et le développement durable. The Bee Equity et PhoenixBev, deux filiales d'IBL Ltd, sont aussi partenaires du ClimateLaunchpad Mauritius 2021. Les inscriptions pour la compétition nationale sont ouvertes sur le site de ClimateLaunchpad jusqu'au 30 avril. Toute personne résidant à l'île Maurice peut y candidater en proposant une idée, même si elle tient sur un post-it.

Un hypermarché Winner's au cœur de Tribeca Central

Winner's, leader local de la grande distribution, a remporté l'appel d'offres lancé par le promoteur Hermès Properties Ltd dans le cadre du développement de la Smart City Tribeca Central, à Trianon. La première phase de ce projet immobilier comprend la construction d'un centre commercial de plus de 200 boutiques, au cœur duquel s'implantera un hypermarché Winner's. Cet espace commercial de Tribeca Central sera ouvert au public durant le second trimestre de 2022. Avec ce nouvel emplacement, Winner's comptera ainsi un total de 25 enseignes à travers l'île.

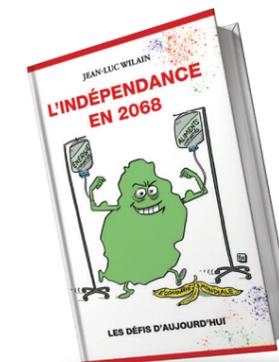


IBL Excellence Award, pour l'émergence de solutions créatives

Booster la culture de l'innovation au sein du Groupe IBL. Telle est l'ambition du IBL Excellence Award, lancé en février 2021 par une équipe menée par Delphine Lagesse, Group Strategic Innovation and Excellence Executive à IBL Ltd. Le thème de cette première édition est "Enhancing Customer Experience". Ce concours, ouvert à tous les employés des opérations d'IBL, a reçu 29 idées. Malgré le prolongement du second confinement, les 23 équipes retenues pour la prochaine étape font preuve d'agilité en continuant de développer leurs projets avec assiduité. Ceux-ci seront évalués par un

jury indépendant lors des demi-finales en août 2021, et la finale du 23 septembre 2021. Cette initiative pousse les employés à faire émerger des solutions créatives et efficaces afin d'améliorer les services du Groupe IBL, en externe comme en interne. Comme l'a précisé Arnaud Lagesse, le Group CEO d'IBL, lors du lancement, "le IBL Excellence Award nous fera vivre pleinement certaines valeurs du groupe, notamment : People first, Passion, Excellence, Creativity." Rendez-vous en septembre pour les résultats.

'L'indépendance en 2068' de Jean-Luc Wilain, en librairie



Le 12 mars dernier, Jean-Luc Wilain, auparavant Head of Business Development – Strategic Initiatives & Integration à IBL Ltd et désormais à la tête de sa société WillChange Ltd, a annoncé la sortie de son livre *L'indépendance en 2068*. Alors que la pandémie du Covid-19 occupe nos esprits depuis un an, les véritables défis pour notre avenir sont devant nous. "L'indépendance, énergétique, alimentaire et financière, doit impérativement être la boussole nationale des 50 prochaines années", peut-on lire au dos du livre. *L'indépendance en 2068* vient ainsi (r) éveiller les consciences sur ces défis et offrir une réflexion quant à la manière de les aborder, individuellement et collectivement. Disponible en librairie.

Luvna Arnassalon-Seerungen nommée Chairperson du UN Global Compact Mauritius and Indian Ocean

Luvna Arnassalon-Seerungen, Head of Sustainability au siège d'IBL depuis le 1^{er} mars dernier, a été nommée Chairperson du UN Global Compact Mauritius and Indian Ocean à cette même date. À travers cette nomination, elle devient d'office la représentante du Groupe IBL sur le comité régional. Comptant plus de 13 000 membres dans 170 pays, le UN Global Compact a pour vision d'encourager les entreprises à adopter des pratiques commerciales responsables et durables, en ligne avec les dix principes du Pacte mondial des Nations unies (United Nations Global Compact). Les secteurs d'activité représentés dans l'océan Indien sont : la finance, l'agroalimentaire, l'informatique, les loisirs, entre autres. En tant que porte-parole pour la région de l'océan Indien et forte de son influence dans le domaine du développement durable, Luvna Arnassalon-Seerungen a pour rôle d'ouvrir le dialogue avec les dirigeants régionaux sur ces enjeux. Le Groupe IBL, qui porte le développement durable à travers ses neuf clusters, gagne ainsi à étendre ses ambitions, mais aussi, à bénéficier de celles des autres membres.



Deux entreprises d'IBL s'engagent pour la **protection des animaux**

Gros Cailloux et The Lux Collective souhaitent contribuer à la lutte contre le fléau des animaux maltraités et abandonnés. À cet effet, Gros Cailloux a inauguré, en octobre 2020, le premier refuge animalier de l'ouest baptisé l'Arche de Noé. Cet espace, géré par les équipes du parc et Noémie Barragan – vétérinaire et palefrenière –, accueille des animaux (oiseaux, vaches, lapins, cerfs, tortues, chèvres) pour leur prodiguer les soins essentiels. L'objectif du parc est également de sensibiliser le public à la protection de ces derniers.

De son côté, The Lux Collective soutient financièrement l'ONG PAWS pour la construction d'un refuge pour les chiens et chats en détresse, en attendant leur adoption. Afin de concrétiser ce projet, une levée de fonds a été lancée sur la plateforme en ligne Small Step Matters pour récolter Rs 120 000, et The Lux Collective s'est engagé à contribuer une somme additionnelle s'élevant à 25 % de la somme espérée. Cette contribution à la protection de la faune et de la flore du pays est en ligne avec la vision du groupe : We make each moment count. We care about what matters.

Blychem, pour le traitement des eaux usées

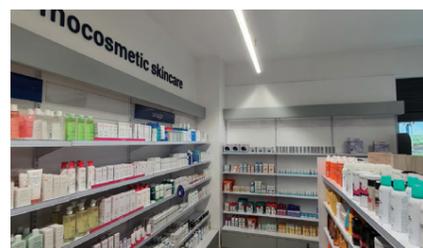
Blychem, acteur majeur dans les secteurs de la chimie, l'agrochimie et le traitement d'eau, accompagne le Bo'Valon Mall, inauguré en 2019, pour son traitement des eaux de lavages à travers le Grey Water Treatment System. Dans une démarche écologique et vers une réduction du water footprint, ce système permet de traiter les eaux provenant des salles d'eau ou autres sources de lavage du centre commercial afin de les réutiliser à cet effet, mais aussi à travers les canaux d'irrigation du centre. Avec des équipements de pointe provenant d'Afrique du Sud, ce système de traitement des eaux usées, installé et manœuvré entièrement par les ingénieurs de Blychem, est le premier de ce type à Maurice.

Koté Vins devient **PhoenixBev Wines & Spirits**

Changement de nom pour le pôle Vins et Spiritueux de PhoenixBev. Anciennement Koté Vins, la nouvelle identité de ce département vient le redynamiser avec notamment, l'ouverture d'une boutique à Grand Baie depuis le 20 janvier dernier. Stratégiquement située sur le chemin Vingt-Pieds, la boutique propose une belle sélection de single malts, de vins, de gins ou encore de champagnes. Avis aux connaisseurs : la cave de PhoenixBev Wines & Spirits est composée de produits sélects et premiums provenant du Japon, Chili, de la Nouvelle-Zélande, d'Australie, d'Afrique du Sud, de France et d'Italie. Profitez des conseils de l'équipe de professionnels sur place pour choisir la bouteille qui convient à chaque événement.

MedActiv s'installe à Forbach

Depuis le 16 février dernier, MedActiv compte une seconde pharmacie au Nord de l'île. Après sa succursale à Riverside, l'enseigne ouvre au Circle Square de Forbach. Les habitués des "Upload & Collect" et "Order & Collect" pourront y retrouver ces services. MedActiv compte désormais onze points de vente à travers l'île : Port Louis (à La Chaussée et au Caudan Waterfront), Phoenix, Trianon, Ebène, Rose Belle, Cascavelle, Cassis, Curepipe, Riverside et Forbach. Plus d'informations sur www.medactiv.mu



Espace Maison lance son **département Pro**



Dans un désir de mieux accompagner sa clientèle, Espace Maison a lancé, fin 2020, son département Pro, composé d'une équipe d'experts en construction et réaménagement. Les services de ce nouveau département sont destinés aux particuliers, entreprises et professionnels. Du choix des tuiles, carrelages, peintures, revêtements de sol, en passant par le dallage et la toiture, à l'aménagement paysager, ce service sur mesure

accompagne le client dans ses besoins de construction et de rénovation, en intérieur comme en extérieur. Centres commerciaux, hôtels et villas de luxe sont autant de chantiers sur lesquels travaille l'équipe de professionnels, avec le souci d'offrir des solutions adaptées et de privilégier l'utilisation de produits de qualité, tout en suivant de près les tendances actuelles.



LUX* Le Morne Resort : une approche **d'économie circulaire** pour sa rénovation

Un véritable joyau où l'humain et l'environnement sont placés au cœur des priorités ! LUX* Le Morne Resort a été repensé avec un concept durable, inclusif et encore plus luxueux. Le nouveau style de l'hôtel se veut frais, tout en restant résolument moderne, soit la fusion du contemporain avec le cadre naturel du Morne. L'accent a été mis sur l'économie circulaire, à travers l'utilisation de matériaux écologiques et recyclés, ainsi que sur la collaboration avec des grandes, moyennes

et petites entreprises locales. L'objectif, est de contribuer à stimuler l'économie régionale, à créer et à maintenir des emplois en ces temps difficiles, à soutenir les familles et la communauté dans son ensemble. Cette rénovation a été une aventure humaine unique. C'est tout le personnel de LUX* Le Morne Resort qui a fait preuve d'un bel élan de solidarité et de polyvalence pour aider à réimaginer l'hôtel.

Les employés du Groupe IBL s'unissent pour la **campagne nationale de vaccination anti-Covid-19**

Le 22 janvier dernier, l'île Maurice recevait les premières doses du vaccin anti-Covid-19, AstraZeneca. Le Groupe IBL a participé à une campagne de vaccination nationale lancée par le gouvernement mauricien, où les frontliners étaient prioritaires. Une centaine d'employés de la filiale G2ACAMAS ont été les premiers du groupe à se faire vacciner. Arnaud Lagesse, Group CEO d'IBL, a aussi donné l'exemple, accompagné des employés de The Lux Collective et Lux Island Resorts. Lorsque l'île Maurice a enregistré de nouveaux cas de Covid-19 début mars 2021, le gouvernement mauricien a annoncé un nouveau confinement national prenant effet le 10 mars. Pour contrer une éventuelle propagation, un appel de soutien a été lancé à tous les employés du groupe qui ont été nombreux à se mobiliser pour se faire vacciner dans un élan citoyen. La vaccination des employés du siège à C-Care a été prise en charge par le département du Capital Humain alors que l'équipe de Sécurité et Santé s'est assurée de la coordination dans les locaux du ministère de la Santé et des cliniques C-Care.



Comment **faire battre** le cœur d'une Smart City ?

Si l'équipe d'Azuri devait décrire la Smart City idéale, elle parlerait plutôt d'une "destination smart" et elle dirait probablement que c'est le sentiment de bien-être et d'appartenance qui fait battre le cœur d'une ville intelligente. Oui, mais alors, qu'est-ce qui fait fonctionner ce muscle moteur ?

"Living well, safely and happily in a place with a soul." C'est ce que souhaite proposer Azuri à ses propriétaires et locataires pour les années à venir et, pour ce faire, le smart village s'engage à promouvoir la santé et le bien-être au sein de sa communauté. Cet engagement est d'autant plus concret qu'il est détaillé dans sa proposition de valeur. Au-delà de l'alimentation et du sport, de l'engagement civique, des projets basés sur la santé, des partenariats au sein du

secteur médical et de la recherche, le village veut, par-dessus tout, améliorer le relationnel.

Le lien social comme élément clé du bien-être

Si Aristote a été parmi les premiers à déclarer que "l'Homme est un animal social", plus récemment le professeur et historien Jonathan Beecher a écrit "L'homme est un animal social, et si les passions sont les éléments de base de la personnalité individuelle, elles ne peuvent s'épanouir pleinement que dans la collectivité." D'un point de vue philosophique, l'être humain serait donc naturellement fait pour vivre en communauté, pour engager le dialogue, pour partager des loisirs...

C'est également l'avis des façonneurs d'Azuri. "Nous ne sommes pas seulement des développeurs immobiliers mais nous avons une responsabilité vis-à-vis des habitants : celle de répondre à leur rêve de vie. Ce rêve ne s'arrête pas aux murs de leurs résidences mais inclut le besoin de connexion, d'appartenance à une communauté", explique Hugues Lagesse, acting CEO de BlueLife Limited, le promoteur d'Azuri. C'est cette dimension humaine, ce lien social donc, qu'ils pensent primordial au bonheur de leurs résidents.

Le rôle de la Smart City dans la création de ce lien

Selon Bimal Desai, architecte chez JFA Architects, l'urbanisme consiste en une

diversité d'activités qui accentue le lien social. "Pour répondre à la demande de 'vie', il faut intégrer au centre de la planification un dispositif de connexions des espaces communs et privés qui se lient intrinsèquement à la vie journalière de chaque individu." Il explique que la structure végétale doit venir renforcer les éléments établis par la nature elle-même. "Le secret est de placer correctement ces forces à des endroits stratégiques pour créer un dynamisme", développe Bimal Desai.

C'est ainsi que le cabinet a conçu Azuri, et aujourd'hui le village s'articule autour de plusieurs quartiers avec un concept fort au cœur de chacun, incluant un mélange de maisons, d'appartements et une variété de commerces entourés d'un cadre naturel accueillant. L'accent a également été mis sur la conception de nombreux lieux de rencontres informels et de ponts entre les espaces privés et communs afin de garantir une vraie intégration sociale. En d'autres mots, le design en lui-même offre un sentiment d'appartenance et de communauté.

Outre l'aménagement du village et la capacité des individus à se rassembler, Azuri a créé un comité Lifestyle dont la mission est de soutenir ce dynamisme. Isabelle de Coriolis, Events & Lifestyle Manager, partage que 42 événements ont été organisés en 2019, dont des manifestations sportives, soirées à thème, marchés fermiers. Elle accueille personnellement chaque nouveau propriétaire et locataire et s'assure de leur bonne intégration au sein du village. Au fur et à mesure, de nombreuses initiatives viendront soutenir cette démarche, telles qu'un jardin communautaire, un village consacré aux seniors, une école, un éco-trail, un centre d'affaires, des bars et restaurants...

Les résidents et la construction d'une communauté

À la base de la vie, il y a des milliards de cellules qui, ensemble, forment des tissus et des organes, tels que le cœur. Les résidents des Smart City sont un peu comme ces cellules : sans eux, il n'y aurait pas de vie possible malgré toutes les infrastructures et services mis à disposition. "C'est en participant aux événements organisés

par le village, en donnant de leur temps à des causes que nous soutenons, en se présentant aux conseils syndicaux, en se liant d'amitié avec leurs voisins et en faisant d'Azuri leur résidence principale que les résidents contribuent à tisser ce lien social", explique Guy Regis Fanchette, Estate Manager à Azuri.

"Nous avons fait de très belles rencontres depuis notre arrivée"; "Ce n'est pas juste un ensemble de maisons, mais un village avec une vie sociale"; "Il y a beaucoup d'enfants de mon âge avec qui je peux aller pêcher, faire du vélo, jouer au foot." Ces quelques retours de la part des résidents d'Azuri confirment que le cœur du village est bel et bien vivant et viennent soulever la question de la capacité des développeurs immobiliers à façonner des lieux où de vraies communautés humaines se créent. Un réel défi à relever pour le succès de tels projets.



"Nous ne sommes pas seulement des développeurs immobiliers mais nous avons une responsabilité vis-à-vis des habitants : celle de répondre à leur rêve de vie"

IBL Energy, acteur de la transition énergétique à Maurice et dans la région

En février 2021, António Guterres, le secrétaire général des Nations unies, déclarait que le rapport de l'ONU sur le climat était une "alerte rouge" pour la planète. En tant que conglomérat leader de Maurice, IBL affiche aujourd'hui clairement sa volonté de faire partie de la solution, notamment à travers IBL Energy.

Environ 10 % de la consommation électrique nationale de Maurice. C'est ce que représente la consommation électrique du Groupe IBL, sans compter le charbon et le fioul pour les besoins industriels, la flotte de véhicules et la création de déchets d'usine. D'autre part, les entités ingénierie du conglomérat sont présentes dans de nombreux champs du secteur énergétique, généralement comme fournisseur d'équipements leader dans le monde et de services techniques associés, ainsi que comme constructeur avec Manser Saxon et Systems Building. "En créant IBL Energy en 2018, notre objectif était de jouer un rôle plus important dans la chaîne de valeur de l'énergie en étant capable de concevoir des solutions énergétiques, de les mettre en œuvre et d'en assurer le financement, explique Emmanuel André, COO d'IBL Engineering & Energy. Pour les entités du groupe, mais aussi pour le marché mauricien et nos marchés cibles – océan Indien, Afrique de l'Est et australe. Ces solutions se structurent et se structureront toujours autour des énergies renouvelables, des économies d'énergie et de la réutilisation des déchets qui ont une valeur énergétique."

"Des solutions énergétiques sur mesure"

Un des objectifs d'IBL Energy est donc de proposer des solutions énergétiques efficaces à sa clientèle en passant par

l'analyse des équipements existants et de la consommation des entreprises pour suggérer de potentielles nouvelles installations. "À chaque fois qu'une entreprise va se poser la question de son empreinte énergétique, nous serons en mesure d'identifier les solutions qui peuvent être mises en place, d'en superviser le déploiement, de proposer une solution de financement et d'assurer le suivi de la performance sur 10 à 20 ans", souligne Pierre Egot, General Manager d'IBL Energy. Des équipes d'experts et des partenariats techniques de référence seront développés à Maurice et dans le monde pour assurer le succès de ces projets.

"Des solutions énergétiques sur mesure", c'est dans ces termes que Pierre Egot décrit le service que souhaite offrir IBL Energy et, pour cela, les meilleures technologies seront déployées afin de répondre aux défis des clients. En effet, l'innovation est au cœur du projet de l'entreprise qui veut être à l'avant-garde des solutions énergétiques à Maurice et dans la région. L'idée est de penser au-delà des solutions habituelles, telles que le photovoltaïque et l'éolien, même si elles peuvent être envisagées pour aider les entreprises à opérer leur transition, et de proposer à chaque client la formule adaptée à son cas particulier.

Un développement tourné vers l'international

Au-delà du soutien aux entreprises locales, IBL Energy souhaite devenir un acteur de référence sur les thématiques énergétiques et être moteur dans l'internationalisation du Groupe IBL dans l'océan Indien et en Afrique de l'Est. Certains faits relevés viennent confirmer un réel besoin de solutions énergétiques dans ces parties du monde : 600 millions de personnes sans accès à l'électricité

en Afrique subsaharienne, une électricité très chère aux Seychelles, des réseaux électriques peu fiables avec un impact important sur la compétitivité des industriels africains, des villes extrêmement polluées.

"Afin de financer nos divers projets, nous souhaitons mettre en place une stratégie de financement innovante pour ne pas impacter les capacités d'investissement du groupe", explique le General Manager. Le capital d'IBL sera donc utilisé avec parcimonie et d'autres capacités de financements seront privilégiées. En effet, il existe de plus en plus de solutions financières internationales, la plus connue à Maurice étant certainement Sunref, le label de finance verte de L'Agence Française pour le Développement, mais également des solutions innovantes d'appel à des investisseurs privés qu'IBL Energy va développer dans les prochains mois.

Quelques projets lancés et en cours

Princes Tuna (Mauritius), l'usine de transformation de thon, et Marine Biotechnology Products (MBP), l'usine de farine et d'huile de poissons, vont confier à Energie des Mascareignes (EDM) le traitement des jus de cuisson et autres effluents de ces usines. Ces nouvelles installations de grande envergure permettront la production de méthane qui servira de carburant écologique et alternatif aux chaudières des usines de Princes Tuna et de MBP. En plus de produire de l'énergie, EDM récupérera l'ensemble des éléments solides encore présents dans les effluents, qui, à leur tour, seront transformés en fertilisants organiques pour l'agriculture locale. Le secteur Seafood, qui est à l'origine du projet Energie des Mascareignes, deviendra, du même coup, le premier

secteur "Zero Waste" à Maurice. La Société GreenCreate (Afrique du Sud) assurera la construction des installations en s'appuyant notamment sur les équipes de Manser Saxon. Ce projet, qui devrait voir le jour courant 2021, est cofinancé par IBL Energy et GreenCreate qui seront impliquées dans la gestion de l'actif pour les 25 ans à venir.

Autre projet, ici au stade de l'étude de faisabilité, est celui de pyrolyse des bouteilles en plastique chez PhoenixBev, en partenariat avec ETIA (France). L'entreprise concernée veut répondre au problème de pollution causé par le plastique qui est souvent jeté et non trié. Le gaz

obtenu à travers ce procédé servirait de carburant pour ses chaudières. À l'agenda également, des panneaux photovoltaïques installés en toiture des entreprises du Groupe IBL, en partenariat avec GreenYellow (France). Près de 10 MW répartis sur une vingtaine de toits du groupe sont en cours de revue par le Central Electricity Board pour un déploiement, d'ici mi-2022, avec une production annuelle estimée à 15 GWh.



Pierre Egot

Avant de rejoindre le groupe IBL, Pierre Egot était directeur général de GreenYellow pour l'océan Indien et l'Afrique australe. À ce poste, il a développé l'activité de l'entreprise pour en faire le plus gros développeur photovoltaïque de la région et un acteur de référence dans l'efficacité énergétique. Avant cela, il a exercé huit ans en tant qu'investisseur en capital risque en Europe, spécialisé dans l'énergie et les infrastructures. Il était notamment actif aux conseils d'administration de McPhy (fournisseur de solutions hydrogène) et Movea (concepteur d'algorithmes basse énergie pour capteurs de mouvement de smartphone).

SkySails, une technologie d'avenir

Le projet pilote SkySails, en partenariat avec SkySails Power (Allemagne), est le projet le plus innovant d'IBL Energy en ce moment. La technologie repose sur de grands cerfs-volants (techniquement des voiles de kitesurf) entièrement automatisés qui exploitent l'énergie éolienne à haute altitude. L'éolien est l'une des sources d'énergie les plus rentables, les plus abondantes et les plus respectueuses de l'environnement. Le projet pilote, réalisé en association avec le CEB et la Mauritius Renewable Energy Agency (Marena) dans le cadre du programme pour les énergies innovantes, permettra de valider les performances techniques du kite dans le contexte mauricien. Il s'agit du premier projet du genre dans l'hémisphère Sud.



SALT of Palmar : When Food means Good

SALT of Palmar a compris quelque chose : la clientèle actuelle veut bien manger – pour sa santé, pour son plaisir et pour la planète. Ici, tendances culinaires internationales se mêlent au savoir-faire local. Avec le concept Keen on Green, le chef Rehad Khader et son équipe se sont mis au défi d'innover sur les fronts véganes et raw. En d'autres mots, le vert est au cœur de l'action.



Si vous associez véganisme et carottes vapeur, rendez-vous à SALT of Palmar pour un festin végétalien que vous n'êtes pas près d'oublier !

Cru, vous dites ?

Adepte d'innovation, SALT of Palmar s'est lancé dans la cuisine crue qui connaît une popularité grandissante à l'internationale. Manger raw – comme son nom l'indique – consiste à se limiter à des produits crus ou déshydratés. Selon les adeptes, cela permettrait aux aliments de conserver toute leur richesse nutritive (parfois appauvrie par la cuisson). Et qui dit cru dit frais, et donc non transformé. Ceviche au leche de tigre, carpaccios, salades et gaspacho font partie des incontournables au menu de SALT.

En 2020, nombreux sont ceux qui ont été séduits par *The Game Changers*, un documentaire Netflix produit par James Cameron, Arnold Schwarzenegger et Jackie Chan. Quand Arnold affirme que nous n'avons pas besoin de protéine animale pour devenir un athlète (bien au contraire), on demande à voir !

The Game Changers n'était ni le premier, ni le dernier documentaire à promouvoir le véganisme. D'autres, tels que *What the Health*, *Eating Animals* de Nathalie Portman ou encore *Dominion* ont mis en lumière la cruauté animale au sein de l'industrie agroalimentaire et les bienfaits d'un régime végétal. Il existe même un festival, The Ottawa International Vegan Film Festival, qui célèbre chaque année les meilleures productions "véganes" ! Célébrités, sportifs, health gurus et blogueurs cultivent la tendance avec un mélange de conseils nutritifs, de recettes gourmandes et de données scientifiques. Être végane n'a jamais été aussi hype.

Retour à la terre

Être végétalien consiste à éliminer de son alimentation tout produit d'origine animale – y compris laitages, œufs et miel. Le véganisme est célébré pour ses bienfaits sur la planète et sur le bien-être des animaux. Selon un rapport récent de

Chatham House, 80 % des terres cultivables sont réservées à l'élevage. Basculer vers un régime alimentaire en grande partie végétalien contribuerait à ralentir la destruction de la biodiversité et à lutter contre la cruauté animale.

Manger plus de fruits et de légumes frais, saisonniers et cultivés à minima de manière raisonnée, joue également un rôle important pour notre bien-être. Riches en vitamines, fibres et nutriments, ces produits nous donnent plus d'énergie, favorisent une meilleure digestion et contribuent à réguler la pression artérielle et la prise de poids. Et si vous associez véganisme et carottes vapeur, voyez plutôt le menu du premier restaurant végane étoilé Michelin en janvier 2021 (ONA en Gironde) ou, tout simplement, rendez-vous à SALT of Palmar pour un festin végétalien que vous n'êtes pas près d'oublier !

Le bien-manger façon SALT

"Dès l'ouverture de SALT of Palmar, nous avons voulu privilégier le frais, le végétal, le local et le simple", se souvient Chef Khader. Avec le soutien de Dave Minten, Corporate Executive Chef de The Lux Collective, et de Grace Van Berkum, gourou international de la cuisine végane et crue, un menu audacieux voit le jour.

SALT se met alors en quête de ses SALTshakers : des partenaires locaux pouvant subvenir à ses besoins en produits de qualité tout en garantissant une complète traçabilité. Alors qu'Aman fournit des fruits, des légumes, des fleurs et du miel issus du commerce équitable, Selva se spécialise en herbes aromatiques sans pesticides et en vanille. Soobiraj livre du palmiste, Ricardo de la burrata et Mirella des œufs fermiers. Aucun produit frais n'est importé. Si 35 % des plats sont végétariens ou végétaliens, les autres se composent de produits d'origine mauricienne (huîtres, cerf, saucisse artisanale).

Le menu quotidien – toujours servi à la carte – s'adapte aux saisons, aux récoltes, aux conditions climatiques. Au petit-déjeuner, au lieu de l'éternel bol de corn flakes, on préfère un Pokecado (purée d'avocat, concombre confit, salade d'algues, mangue, papaye verte, ciboule, pain au levain fait maison, haricots verts, coriandre, cœur de palmier). Au déjeuner, on goûte aux zoodles de courgettes au parmesan végane ou au taco avec ses boulettes de betteraves, sa crème sure végane et sa salsa d'avocat. Au dîner, pourquoi ne pas tester le biryani au chou-fleur ? Mariages surprenants de saveurs, superfoods et confort-food se partagent la vedette. Bon appétit.

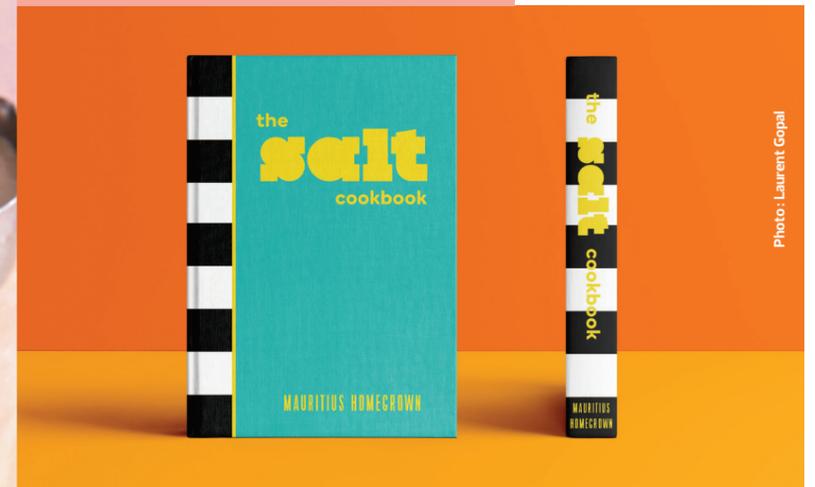


Photo : Laurent Gopai

Le SALT Cookbook

Traditions culinaires mauriciennes, secrets bien gardés et recettes gourmandes véganes et raw font du *SALT Cookbook* une lecture un must-read. Véritable célébration des produits locaux, le livre se divise en thématiques (Ferme, Mer, Terre, Boissons) et les photos colorées sont signées Michael Freeman.

L'Ultra Nicolas Quéland

Illustration : Valérie Latreille

Hulot aurait pu être son nom. Amoureux de la faune et de la flore, Nicolas Quéland est, depuis septembre 2020, Sport Events Consultant au siège d'IBL. Ses missions : l'organisation des deux événements sportifs phares du groupe, IBL on the Move prévu le 25 septembre et le Dodo Trail. Avec son mètre 74 d'endurance et quelques milliers de kilomètres dans les mollets, le presque trentenaire est ravitaillé pour relever le défi. Top départ.

Fils de Mico Quéland, cycliste invétéré dont le frère, Gilbert Quéland, a été médaillé d'or au premier JIOI en 1979, et frère aîné de Rachel Quéland, championne de la ligue Rando Trail & Nature en 2017, Nicolas a, pour ainsi dire, carburé à l'adrénaline. Sa silhouette fine, sa démarche précise, mais avant tout, sa rigueur, lui confèrent les atouts d'un athlète hors pair. Il est catégorique : le sport a changé sa vie et il souhaite le transmettre au plus grand nombre.

Entrepreneur dans l'âme

Se lancer dans des projets qui allient sport et nature, deux de ses passions, a toujours été une évidence. Des études de commerce à Paris confirment ce sens de l'entrepreneuriat qui l'anime. De retour à Maurice, Nicolas rejoint, en 2015, l'équipe de Yanature – entreprise mauricienne spécialisée dans la randonnée, créée en 2004 par Yan de Maroussem – en tant qu'actionnaire et directeur. Redynamiser l'entreprise, repenser son business plan, renforcer le partenariat auprès des agences de voyages et tour-opérateurs, former de nouveaux guides, organiser des courses de trail... Le jeune diplômé relève le défi de porter l'entreprise vers

de nouveaux sommets. Du Morne Brabant aux Sept Cascades en passant par les Gorges de la Rivière Noire, les tours de Yanature sont aujourd'hui des références pour les adeptes de rando-trail. Ainsi, se voir confier l'organisation d'IBL on the Move et du Dodo Trail représente un challenge de taille que Nicolas est confiant de relever. Dès son arrivée au département Communication d'IBL en 2020, il se retrouve au milieu des préparatifs de la huitième édition d'IBL on the Move, devenu un rendez-vous annuel pour des centaines d'adeptes et de curieux. Il avance : "La formule choisie pour IBL on the Move fonctionne depuis des années, mais il y a toujours moyen d'améliorer. Être dans les coulisses m'a permis d'observer ces points. Pour l'édition 2021, où je chapeaute l'organisation de A à Z avec le soutien de l'équipe de communication, je compte bien y apporter ma touche."

Sur les starting blocks

À 29 ans, le Kilian Jornet local affiche un impressionnant palmarès : champion national de la ligue longue en 2017, 10^e sur le parcours de La Mascareignes en 2016 – étape de 65 km de la Diagonale des fous à l'île de la Réunion –, 4^e du classement général du Dodo Trail (50 km) en 2017 et 3^e sur le parcours des 25 km en 2019, parmi d'autres exploits. "J'ai toujours été fasciné par l'aspect scientifique et technique du sport. En plus de ma formation de running coach, je me documente beaucoup sur la réaction du corps humain face à l'effort et à l'impact de l'entraînement sur notre système. N'importe qui peut faire ces courses. Il suffit de se fixer un objectif, d'avoir une bonne préparation physique, un mental d'acier, de la discipline et d'être passionné!", assure-t-il. De la discipline, Nicolas en a fait

portrait

son motto, voire son mantra. La marche tous les matins, de longues foulées trois fois la semaine et quand il n'est pas sur son vélo pour sillonner les routes sinueuses d'Albion, celui qui se dit être spirituel s'aventure au cœur des Gorges en VTT. Lorsqu'il arrive l'heure de la compétition, aucune excuse à la paresse! Bien dans ses baskets, Nicolas gravite autour des valeurs fortes que véhicule le monde du sport, et l'humilité dont il fait preuve inspire son entourage.

Homme de la nature

La spécificité du trail est sa pratique en pleine nature, sur des sentiers marqués par des dénivelés. Cette composante ravit notre amoureux de géologie et d'espèces endémiques qui, à ses heures perdues, s'adonne au "bird watching". Comme au sport, il s'investit avec la même dose de patience et d'attention. Lorsqu'il n'est pas à la recherche de sponsors, à préparer ses fiches de sécurité pour les participants ou d'assurer le suivi des mille et uns aspects de l'organisation d'un événement sportif, Nicolas enfle ses baskets pour explorer de nouveaux parcours offrant des panoramas à couper le souffle. Esprit écolo, athlète de haut niveau et doté d'un sens de l'organisation, Nicolas Quéland a, sans aucun doute, le gabarit pour remporter cette nouvelle épreuve à IBL.

IBL on the Move 2020 en chiffres

1152 inscrits, de 7 ans à 65 ans.

11 sponsors, tous des entreprises d'IBL.

56 employés bénévoles d'IBL.

Rs 742 300 reversées à l'ONG TIPa, soit 100 % des frais d'inscription.

Paré pour l'édition 2021 !

Les dossards sont prêts pour le 25 septembre prochain, où des centaines de participants sont attendus à la ligne de départ d'Azuri Ocean & Golf Village pour les 6, 12 et 40 km d'IBL on the Move. L'intégralité des frais d'inscription sera reversée à deux organisations à but non lucratif : The Good Shop et Les Cuisines Solidaires. Si IBL on the Move est un événement solidaire, il ambitionne de rassembler davantage de monde, petits et grands, autour du sport. Nicolas insiste que la course à pied, aussi bien que la marche, sont des sports "accessibles et life-changing. Il suffit d'une bonne paire de baskets et de la volonté!". Cette année, deux nouveautés pour les habitués des 6 km et 12 km course à pied, dont les parcours qui ont été retracés pour plus de fun et l'horaire de départ, avancé d'une heure. Par ailleurs, la zone de stationnement sera accessible à distance de marche pour tous les participants. Du côté du ravitaillement, les saveurs locales seront mises à l'honneur. Pour les éditions suivantes, le Sport Events Consultant évoque l'idée de remettre d'actualité certaines disciplines, dont le kayak et le roller, qui étaient à l'origine de l'événement. Affaire à suivre!

www.iblonthemove.com

La cryothérapie : un coup de froid qui fait du bien !

Un choc thermique pour guérir ? Étonnant, et pourtant. C'est le principe (simplifié) de la "Cryothérapie Corps Entier" (CCE), un traitement révolutionnaire désormais proposé à The ACT. Vanessa Hardy, cryothérapeute, et Séverine Lombart, kinésithérapeute à The ACT, nous en disent plus sur ce procédé proposé nulle part ailleurs à Maurice.

Si l'on connaît les bienfaits du froid depuis l'Antiquité, ce n'est que depuis les années 90 que l'utilisation du froid prend véritablement son essor dans le cadre de la santé, surtout pour la récupération sportive. C'est plus récemment, en 2013, que les premiers centres de cryothérapie, accessibles au public, ont vu le jour un peu partout dans le monde.

La cryothérapie en quelques mots

Il existe deux types de cabine de cryothérapie : celle à l'azote et celle à air sec. The ACT, basé dans le village de santé HealthScape à Forbach, a opté pour le second, aussi appelé "Cryothérapie Corps Entier", qui offre bien plus de bénéfices car la tête aussi est partie intégrante du traitement. Le patient rentre dans une cabine, dans laquelle son corps est exposé à une température de -85 °C minimum. Pour compenser le froid extrême, le corps va déclencher une cascade de réponses physiologiques et produire massivement des hormones – endorphine (antidouleur), sérotonine (sérénité) et norépinéphrine (anti-inflammatoire) – grâce, entre autres, à la stimulation de l'hypothalamus. Ces réactions permettent de garantir une température adéquate pour le bon fonctionnement des organes vitaux. Résultat ? Une sensation de bien-être généralisée dès la première séance.

Témoignages

"Après mes 13 séances de cryothérapie à The ACT, je n'ai plus aucune douleur articulaire et je n'ai plus besoin de me faire masser pour soulager les muscles après le sport. Le plein d'énergie est immédiat."

Ingrid Espitalier Noel

"Après ma cure de 12 séances, mon moral est au top. Mon sommeil est plus profond et réparateur. Je me suis sentie reboostée après la cure, cela fait un bien fou !"

Moira Meow

Quels sont les bienfaits ?

La cryothérapie est utilisée au sein de trois domaines : le médical, le sportif et le bien-être. "Nos patients sont variés, souligne Vanessa Hardy, présentant aussi bien des troubles du sommeil que des maux de dos ou des maladies auto-immunes telles que la sclérose en plaques."

La cryothérapie soulage un grand nombre de pathologies : rhumatologie (douleurs musculaires, arthrose), traumatologie (blessures, état postopératoire), neurologie (spasticité, migraines) et dermatologie, notamment en cas de psoriasis et d'eczéma. Elle aide les sportifs à plusieurs niveaux : elle peut autant accompagner leur récupération après l'effort qu'améliorer leur performance et soulager les douleurs, courbatures et blessures. Ce procédé est aussi largement reconnu dans le cadre du bien-être général en agissant sur la fatigue, le stress, la qualité de la peau ou encore en dynamisant le moral.

Ce traitement 100 % naturel et non invasif est un atout pour ceux qui recherchent une alternative aux traitements traditionnels. En cryothérapie, il est important de donner un rythme au corps afin qu'il s'habitue et puisse ressentir, au fur et à mesure, les résultats attendus. N'ayant aucun risque de surdosage, un patient peut y recourir jusqu'à deux fois par jour.

Le déroulement de la séance

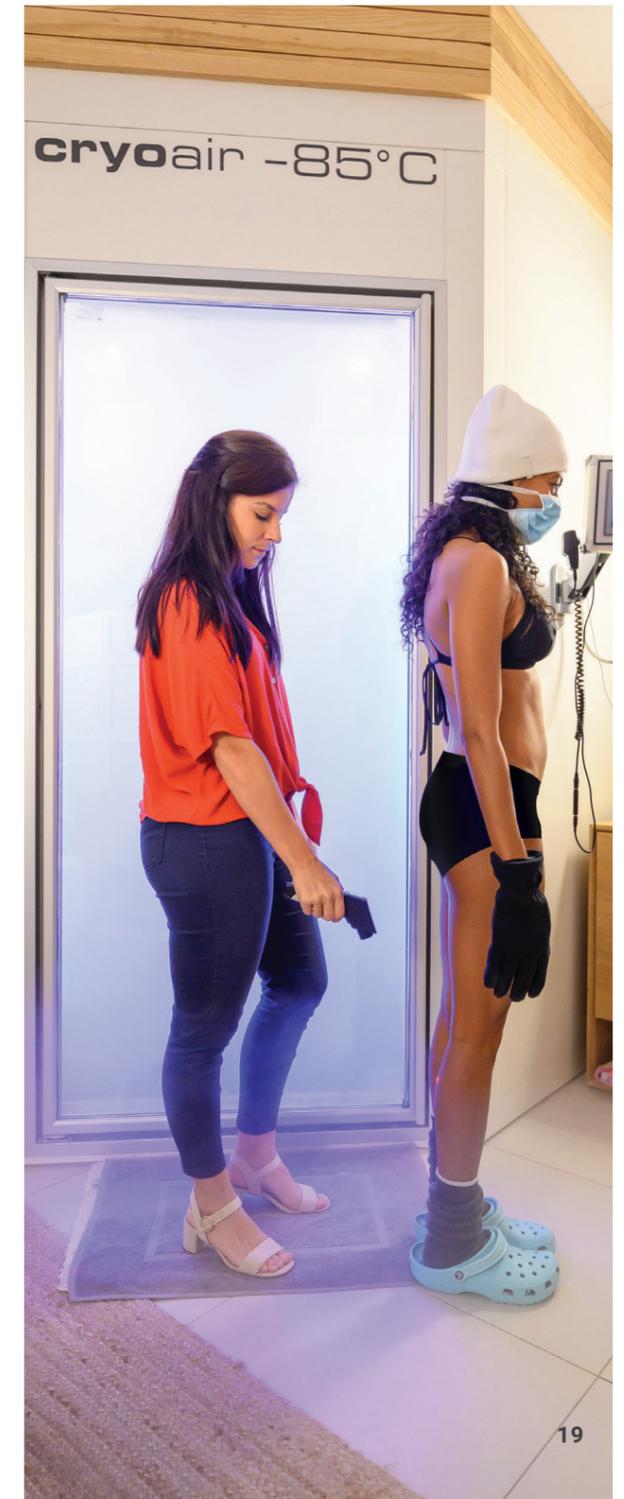
Lors de la première séance, vous échangerez avec la cryothérapeute afin qu'elle établisse votre bilan de santé, vos attentes, et elle s'assurera qu'il n'y ait pas de contre-indication. Après une mesure de votre température corporelle externe, vous passerez en cabine vêtue de vos sous-vêtements ou d'un maillot de bain, d'un bonnet, d'un bandeau, de chaussettes et de gants pour protéger vos extrémités.

Bon à savoir : la peau reste sèche pendant le traitement, qui dure entre 3 et 5 minutes. Les séances suivantes durent environ 15 minutes au total (incluant l'entretien consultatif, la mesure de votre tension et de votre température). Le nombre de séances dépendra de l'objectif fixé. Après une séance, la cryothérapeute veille à ce que votre température corporelle remonte à la normale.

"La cryothérapie permet aux personnes souffrant de pathologies, notamment lourdes, de diminuer la prise d'antidouleurs et d'anti-inflammatoires. Elle booste l'organisme et augmente l'immunité de celles ne présentant pas de symptômes. En cette période de pandémie, c'est un excellent accompagnement", conclut Séverine Lombart.

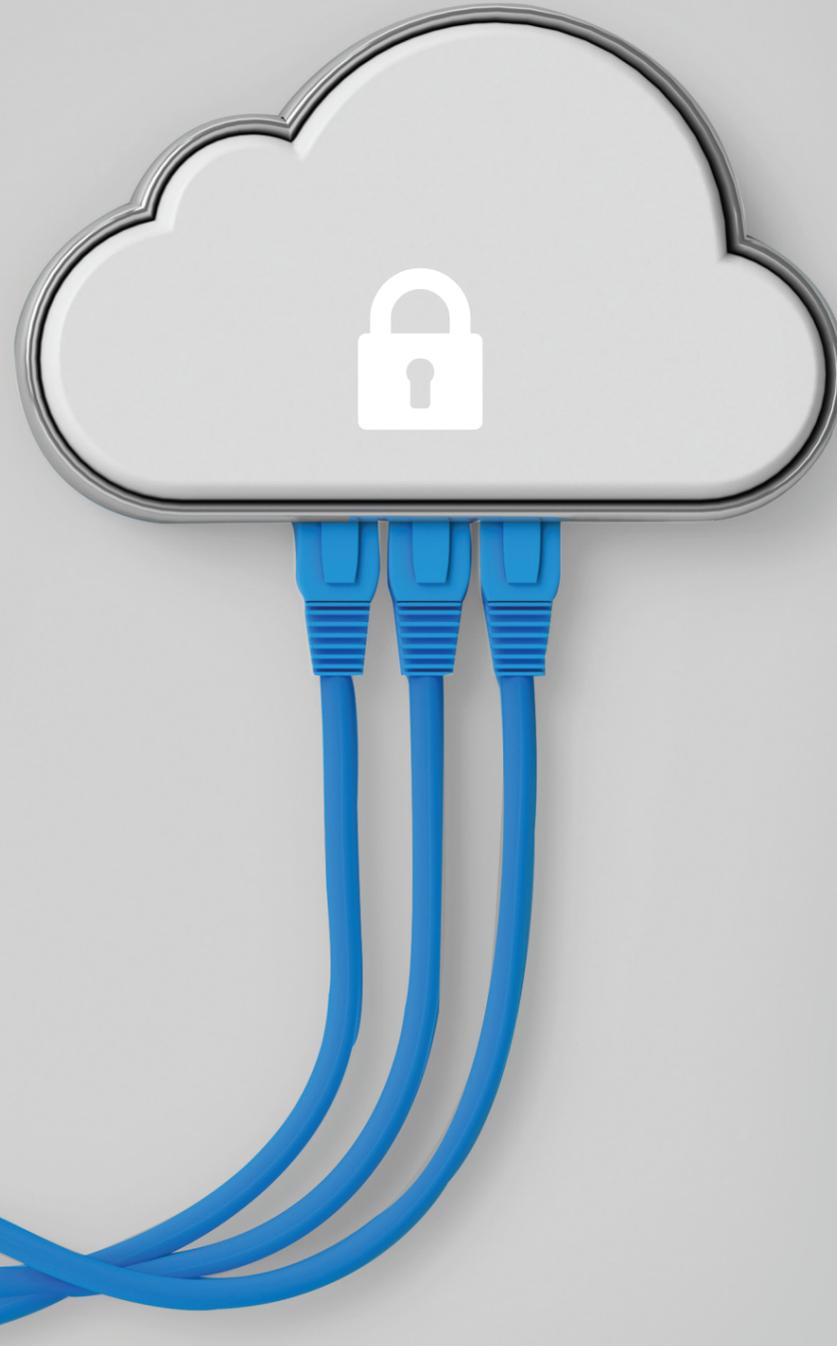
HealthScape : nouvel acteur incontournable du bien-être

Inauguré en 2019 par IBL Life, HealthScape est un village de santé situé à Forbach et doté d'infrastructures ultramodernes et d'équipements de pointe. The ACT, un centre de santé pluridisciplinaire, y a pris ses quartiers en 2019 – suivi du RM Club en 2020 et bientôt d'une pharmacie MedActiv.



Au cœur de la transformation digitale : cloud et sécurité

Les évolutions technologiques participent à la croissance des entreprises. Parmi elles, le cloud permet de gagner rapidement en capacité et en performance. Et comme un grand pouvoir implique de grandes responsabilités, il faut penser au fondement : la sécurité informatique.



Le cloud constitue un ensemble de serveurs et de réseaux interconnectés qui sont opérés, à distance, par des prestataires externes et accessibles via Internet. Plusieurs utilisateurs peuvent alors traiter facilement, et en même temps, une masse de données sans encombrer l'espace de leurs bureaux et celui de leurs ordinateurs. Alors qu'il y a encore une vingtaine d'années, les entreprises investissaient massivement et continuellement dans des serveurs complexes où l'on stockait les données, le cloud est, aujourd'hui, un outil essentiel dans le progrès digital.

L'avènement du cloud

Cette technologie apparaît au début des années 2000, lorsque Amazon cherche à rentabiliser ses fermes de serveurs pendant les périodes creuses. C'est sous le nom Amazon Web Services (AWS) que le géant de l'e-commerce propose ce service à des start-up. "Au départ, nous voulions aider les entreprises en croissance du numérique à grossir. Finalement, nous avons transformé l'industrie de la tech tout entière", révélait son Chief Technology Officer, Werner Vogels, en novembre 2016 à Las Vegas lors de la conférence annuelle d'Amazon, *re:Invent*. Depuis, de nombreux fournisseurs proposent des services de cloud computing – les plus connus étant Apple, Google, Microsoft.

Le cloud a aussi révolutionné l'utilisation des logiciels, des systèmes et des plateformes informatiques. Les fournisseurs proposent d'importants catalogues d'outils avec différentes options de paiement. "Même avec un vieux PC, le cloud permet d'utiliser des logiciels hyperperformants, explique O'Bryan Manbode, IT Infrastructure Lead à IBL. Il existe également des forfaits spécifiques pour l'espace de stockage ou des services dont on a besoin. On pourrait, par exemple, payer pour une utilisation de Photoshop pour un mois ou un serveur ultra-performant pour quelques heures seulement."

Comme le rappelle O'Bryan Manbode, "Tous les jours, nous utilisons le cloud. Office 365, les e-mails, les sites web, ainsi que toutes les applications mobiles sont sur un cloud."

Chez IBL, le processus de transfert de service vers le cloud a déjà démarré et continue avec la migration des services traditionnellement hébergés dans les périmètres physiques de l'entreprise. Le cloud permet une communication plus simple entre deux entreprises, indépendamment de leur situation géographique ou de leurs systèmes respectifs.

Protéger les données qui se baladent sur la Toile

Toutes ces facilités résultent d'un exercice d'anticipation et d'une veille permanente pendant l'utilisation de la technologie. "Avant qu'une entreprise bascule sur le cloud, elle doit envisager comment son business va évoluer. Il est question d'évaluer la durée de vie des périphériques existants, d'estimer les retours sur investissement tout en mesurant les risques et les garanties pour choisir le service qui lui correspond le mieux", explique O'Bryan Manbode.

Dans tous les paramètres à explorer, la sécurité reste le maître-mot. "Sur le cloud, nous sommes plus vulnérables car nos données sont potentiellement accessibles à tous à travers Internet", prévient Suman Luchmun, Network & Security Lead à IBL. Puisque la

sécurité est souvent un service optionnel dans les offres de cloud, il est nécessaire de l'optimiser selon ses propres besoins. "De nos jours, le nom d'utilisateur et le mot de passe ne suffisent plus, nous avons besoin d'une authentification multifactorielle", poursuit Suman Luchmun. Nous testons donc d'autres systèmes de sécurité plus performants, adaptés et plus simples d'utilisation." Il est même possible de restreindre l'utilisation selon une reconnaissance géographique ou d'exploiter la technologie de l'intelligence artificielle pour détecter toute anomalie ou comportements inhabituels de l'utilisateur, suggérant qu'un compte a été compromis.

Sécurité vs commodité ?

La sécurité informatique englobe toutes les fonctionnalités de l'écosystème informatique. "Il faut comprendre l'infrastructure, l'écosystème et évaluer le maximum de risques, dit Suman Luchmun. Le risque zéro n'existe pas. Il faut être préparé à toute éventualité. Il en est de même pour la cybersécurité car les cyberattaques sont de plus en plus sophistiquées et d'une plus grande envergure."

Aussi cruciale soit-elle pour la bonne santé d'une entreprise, la sécurité informatique se révèle parfois contraignante pour les utilisateurs. "Tant que tout va bien, on ne réfléchit jamais à l'importance de la sécurité informatique", dit Diya Nababsing-Jetshan, Head of Technology and Digital Transformation à IBL. En effet, ses équipes s'assurent de la souplesse de l'utilisation des outils informatiques. Entre autres missions, elles cherchent des solutions pour trouver la bonne balance entre la sécurité et le confort des utilisateurs.

"Il est important de prendre aussi en considération l'impact d'une migration vers le cloud sur l'utilisateur puisque les mesures de sécurité informatique appropriées demandent une adaptation additionnelle, reconnaît Suman Luchmun. Pour être efficace, nous devons comprendre comment nos collègues travaillent en identifiant ce qui pourrait être contraignant pour eux."

L'utilisateur reste un maillon essentiel de la cybersécurité au sein de chaque entreprise. La conscientisation de chaque collaborateur aux cyber-risques est primordiale pour prévenir les attaques journalières venant de réseaux de hackers à travers le monde. Les technologies de cyberdéfense n'arrivent pas à progresser aussi rapidement que les techniques des hackers qui utilisent fortement le social engineering pour orchestrer des arnaques comme l'usurpation d'identité ou les détournements de fonds. La sécurité informatique est donc un travail de collaboration qui demande l'apport de tous.

“Même avec un vieux PC, on peut utiliser des logiciels hyperperformants qui sont disponibles sur le cloud”



Into the wild : au cœur d'un élevage de cerfs à Deep River

par Laurent Potage

terroir

Le plus important élevage de cerfs de Maurice est en route. Situé à La Louise, près de l'ancienne section agricole de Deep River, ce projet cadre avec le plan de diversification d'Alteo et l'utilisation de ses terres marginales.

Cachées par les hautes herbes, elles ne laissent deviner leur présence qu'à travers les mouvements irréguliers des feuilles bousculées par leur passage. Puis, soudain, elles apparaissent au détour d'une éclaircie dans l'épais tapis vert qui recouvre la plaine : de jeunes biches, accompagnées de quelques faons. Quelques regards furtifs plus tard, le troupeau disparaît de nouveau derrière la densité du feuillage. Cette scène ne se déroule pas dans une réserve en Afrique, ou même au cœur d'un chassé mauricien, mais plutôt sur le site du nouvel élevage de cerfs d'Alteo, où vivent déjà 556 de ces animaux.

Cet élevage, situé à La Louise, non loin des bureaux de l'ancienne section agricole de Deep River, est le projet de Pierre Noel et Eric de Chalain, respectivement Agricultural Development Manager et Non-Sugar Operations Manager d'Alteo. Il fait partie d'une initiative plus large du groupe visant à rentabiliser les terres non mécanisables où la culture de la canne a été abandonnée après la récolte 2020. Sur le site de La Louise, ce sont quelque 240 hectares (un hectare équivaut à 10 000 m²) de terres rocheuses, non mécanisées et abandonnées, qui serviront de pâturages à près de 3 000 bêtes une fois que la ferme aura atteint sa vitesse de croisière. Pour l'heure, le projet en est encore à sa première phase et abrite actuellement 436 femelles et 120 mâles dans des enclos spécialement aménagés.

Cette scène se déroule sur le site du nouvel élevage de cerfs d'Alteo, où vivent 556 animaux

"Lorsque nous parlons d'aménagement ici, cela consiste à transformer des terres qui n'ont connu que de la canne pendant plus d'une centaine d'années en pâturages adaptés aux cerfs, explique Pierre Noel, l'instigateur de ce projet. Actuellement, une partie de la superficie du site est composée de forêts et de champs de

palmistes qui sont au pied de la montagne qui borde le côté nord de la ferme". Après une dernière récolte en 2020, la canne sur les champs abandonnés a été supprimée. Le site a ensuite été divisé en plusieurs zones de taille relativement équivalentes qu'on appelle des paddocks. "Les animaux font ensuite un 'pâturage en rotation' pour optimiser l'utilisation du fourrage ; ils sont tous mis dans un même paddock et, quand ils ont consommé toute l'herbe dans ce paddock, ils sont transférés à un autre paddock afin que la parcelle broutée puisse alors récupérer", poursuit notre interlocuteur. À ce jour, quatre paddocks sont opérationnels et trois autres seront bientôt prêts. Des structures ont également été construites pour le débarquement des animaux – qui viennent en camion d'autres élevages similaires à Constance et à Baie du Cap. Des points d'eau sont installés pour que les cerfs puissent s'abreuver.

La prochaine étape pour ce projet est la création d'une chambre de contention pour le traitement, la pesée, le marquage et le tri des animaux. "À partir de ce point, les animaux pourront être vendus vivants ou envoyés à l'abattoir. À terme, nous pensons également créer notre propre marque, faire de la découpe et conditionner la viande", conclut Pierre Noel.

Ce projet a démarré en juillet 2020 et, depuis, 11,4 km de clôture ont été installés pour délimiter le site et les différents paddocks, mais également empêcher l'intrusion d'éventuels braconniers ou même de chiens errants qui pourraient attaquer les cerfs. 72 hectares de champs de cannes ont été convertis en pâturage et, sécurité oblige, plusieurs postes de surveillance ont aussi été aménagés pour les gardiens, qui se relayent 24/7. Un de ces postes a même été construit en haut de la colline qui trône au centre de la ferme et offre une vue imprenable sur l'intégralité du site. La première phase de ce projet devrait être complétée d'ici à juin 2021 et couvrir une superficie totale de 140 hectares. L'aménagement des 100 hectares suivants commencera alors, avec un processus similaire à celui de la phase 1.

Ces pâturages ne sont pas irrigués et l'utilisation de fertilisants ou d'herbicide est très limitée sur le site, afin que l'activité soit le plus éco-responsable possible. La phase 2 devrait être complétée d'ici mai 2022 et la ferme abritera alors 1500 animaux. Néanmoins, ce n'est qu'en 2024 que l'élevage de La Louise atteindra le nombre optimal d'animaux, avec un cycle de reproduction et de naissance bien contrôlé permettant d'assurer un nombre constant de cerfs sur la ferme. L'élevage pourra alors fournir le marché local en viande de cerfs pendant toute l'année, mais surtout en hors saison de chasse, contribuant ainsi, à sa manière, à l'indépendance alimentaire de Maurice.

L'élevage pourra contribuer, à sa manière, à l'indépendance alimentaire de Maurice

Laurent Potage

Après avoir travaillé dans la presse pendant quelques années, puis en tant que consultant en relations publiques, Laurent a rejoint Alteo Limited en 2018 pour diriger les stratégies de communication interne et externe du groupe. À ce titre, il a travaillé sur plusieurs projets d'Alteo à Maurice et à l'étranger.

L'élevage de La Louise en quelques chiffres

Un projet en 2 phases, sur **240 hectares au total**

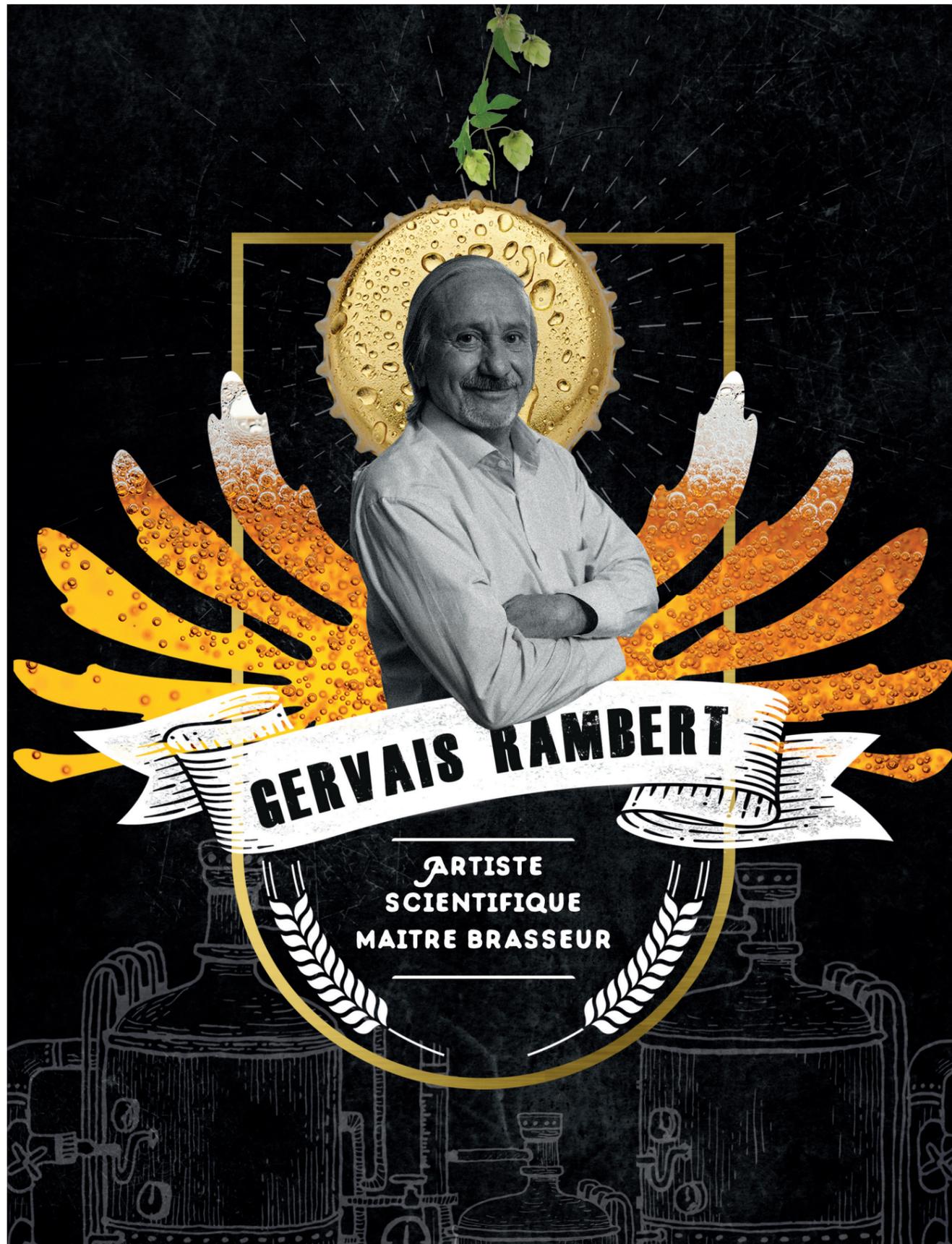
163 hectares plantés en pâturages

12 paddocks d'environ 20 hectares chacun

17,6 km de clôture

3 000 cerfs en permanence avec environ 1100 naissances annuelles

À terme, une production de **40 tonnes de viande par an pour le marché local hors saison de chasse**



Gervais Rambert

Artiste, scientifique et maître brasseur

Une icône. Une pièce maîtresse. Gervais Rambert fête, cette année, ses 44 ans de service au sein de PhoenixBev. Le maître brasseur est, pour ainsi dire, l'ingrédient principal pour qu'une bière soit "bonne". Au-delà d'une recette bien exécutée, l'univers brassicole est semblable à une œuvre. Mais aussi, un terrain de jeu où il faut, sans cesse, expérimenter. Rencontre avec son ambassadeur.

11 février 1977. À tout juste 21 ans, le jeune homme qui avait sillonné la route en autobus pour son premier entretien d'embauche, de Beau Champs à Flacq, Flacq à Quartier Militaire et Quartier Militaire à Phoenix, est employé comme stagiaire à la Mauritius Breweries Ltd – aujourd'hui connu sous le nom de PhoenixBev. Plus de quatre décennies plus tard, celui qui découvrirait alors le mot "houblon" pour la première fois s'est fait un nom. À Maurice, son pays natal, comme à l'étranger. De l'École nationale supérieure d'agronomie et des industries alimentaires à Nancy (France), à l'Institut de recherche VLB à Berlin (Allemagne), en passant par l'École de brassage de Diageo à Londres et Dublin (Angleterre et Irlande), Gervais a également mûri au milieu des cuves de renom : Guinness, Meteor, Petit Pêcheur, Kronenbourg, pour ne citer qu'elles.

Nommé maître brasseur en 1992, il a brassé plus de 30 bières locales et internationales, modernisé la Phoenix – bière locale n°1 –, créé de nouvelles bières – Blue Marlin, Phoenix Special Brew, Phoenix Panaché, Phoenix Fresh, Gister –, monté une brasserie au Sri Lanka et à Madagascar, et supervise, aujourd'hui, la production annuelle de 500 000 hectolitres de bière à PhoenixBev. Il s'esclaffe : "J'ai commencé comme sacristain, aujourd'hui je suis le Pape".

Sur les pas d'Archimède et de Gay-Lussac

Au cœur de la brasserie, véritable laboratoire, se dressent des chaudières à cuisson dont la température est réglée au degré près, des cuves-matières en hauteur avec, en musique de fond, les claquements de verres sur les lignes d'embouteillage. Une casquette Phoenix jaune vissée sur sa chevelure grisonnante, des lunettes

aux vitres épaisses posées sur son nez, l'apparence trapue et un sourire comme s'il allait crier "Eureka!", Gervais Rambert est un scientifique. Il avance : "À chaque étape de fabrication, on est gouverné par une science. La loi de Maillard pour obtenir la coloration de la bière, celle de Gay-Lussac quand il s'agit du gaz carbonique et des niveaux de pression des machines, de Darcy pour la filtration...". D'ailleurs, le jargon qu'emploie notre Archimède fait varier la température : refroidissement, aération, fermentation, carbonater, acides aminés, calcium, protéines.

Quel Mauricien n'a pas siroté une Phoenix en bord de plage le dimanche, en bonne compagnie ? Ancrée dans notre culture, cette habitude traverse les générations grâce à un Gervais Rambert

Vraisemblablement, élaborer une bière ne repose pas que sur un mélange de ses ingrédients principaux et le savoir-faire mauricien – malt, houblon, levure et eau. Quel Mauricien n'a pas siroté une Phoenix en bord de plage le dimanche, en bonne compagnie ? Ancrée dans notre culture, cette habitude traverse les générations grâce à un Gervais Rambert qui fait méticuleusement la sélection de ses matières premières, choisit les variétés de houblon entre l'Australie, la France,

l'Angleterre et les Pays-Bas et veille à ce que son équipe respecte scrupuleusement le cahier des charges.

La bière, un art

Certes, brasser est une question de recherches, de tests et de précision, mais il reste un univers qui parle aux sens. "Pour être un bon brasseur, il faut être aussi un artiste, un rêveur. Tel un poème, il s'agit de créer de belles choses", précise Gervais, pour qui Maupassant, Molière et encore Shakespeare ont marqué ses études secondaires. Tout au long de sa belle carrière, il a dû laisser parler sa sensibilité lorsqu'il fallait décider d'aller sur un arôme floral plutôt qu'amer. Il a fait preuve de patience car le cycle de production s'étend jusqu'à quatre semaines pour chaque cuvée. Surtout, il mène une réflexion constante sur ses produits. "Un Américain m'a dit un jour : If you don't innovate, you evaporate! Et cette phrase m'a marqué. Mon métier m'a toujours poussé à explorer de nouvelles techniques, à moderniser les procédures et, à travers mes rencontres ici et ailleurs, de proposer de nouveaux goûts pour un consommateur qui évolue lui aussi."

Cette passion, combinée à un savoir-faire unique, il la transmet à son équipe. Et lorsqu'on évoque la retraite, Gervais Rambert réplique avec énergie, "un soldat ne meurt jamais!".

"Pour être un bon brasseur, il faut être un artiste"

L'éthique : catalyseur de performance d'une entreprise

par Olivier Decotter

Si le terme "éthique" est régulièrement utilisé, sa définition reste pourtant vague pour certains. Cette notion peut être abstraite car elle est confondue avec des notions voisines telles que l'intégrité, la déontologie et la morale. On tend même à penser qu'un acte éthique est systématiquement conforme à la loi. Ce qui n'est pas tout à fait exact : un acte peut être légal, mais non éthique et inversement. Méditons dessus...

On agit éthiquement quand nos actes prennent en compte l'intérêt de chacun dans une relation ou situation. Notre manière d'agir va se fonder sur nos valeurs et notre morale et s'assurera, autant que possible, que la situation est bénéfique pour tous.

Qu'en est-il de l'éthique d'entreprise ?

L'éthique d'une entreprise naît et s'impose grâce à son leadership, ses valeurs et la réputation qu'elle veut entretenir. Elle permet de déterminer comment l'entreprise entend conduire ses affaires et la qualité des personnes qui vont la piloter. Dans ce sens, les codes et chartes d'éthique sont des outils très utiles qui clarifient l'intention de l'entreprise et définissent les comportements attendus de tous.

L'ensemble, si bien appliqué et respecté, construira la culture de l'entreprise. Il favorise et récompense les comportements éthiques, tout en décourageant et réprimandant les actes non éthiques. Cette culture d'entreprise va ensuite définir le style de leadership et de management à tous les niveaux, l'orientation business de l'entreprise, sa responsabilité sociétale en tant qu'entreprise et la considération donnée à toutes les parties prenantes.

Les bénéfices d'une éthique d'entreprise

Les bénéfices d'une éthique sont nombreux, aussi bien pour l'entreprise que ses parties prenantes. Une entreprise dite éthique bénéficie des avantages suivants qui auront pour effets d'améliorer sa rentabilité, de renforcer sa pérennité et de diminuer ses pertes :

- Une solide notoriété
- Une marque employeur (lire p. 64-65) plus attractive pour les nouvelles générations qui sont plus soucieuses de la durabilité et du respect de l'environnement ou des conditions de travail dans lesquelles a été conçu un produit ou un service donné
- Un management et des processus uniformes et agiles
- Une qualité supérieure des produits et services
- Une culture intrinsèque de la conformité atténuant le risque de pénalités administratives
- Une confiance renforcée des clients – durabilité des relations à toute épreuve
- Une attractivité commerciale plus importante pour les fournisseurs et les partenaires d'affaires
- Une performance boursière accrue

On peut aussi mentionner qu'une entreprise avec une forte culture éthique arrivera plus facilement à se sortir des crises grâce à une réputation solide, une solidarité de son management et des processus de gestion de crises éprouvés. Aussi, cette entreprise intégrera systématiquement les aspects sociétal et environnemental pour paramétrer ses prises de décision. Par exemple, les projets digitaux, industriels ou liés à la santé prendront en compte le respect de la vie privée, la confidentialité, l'intégrité des données, des personnes et des biens, la sauvegarde de l'emploi et de l'environnement.

Ainsi, lorsqu'une entreprise bénéficie d'une bonne réputation grâce à l'éthique, elle parvient à asseoir la confiance de ses partenaires. Et cela lui confère un avantage compétitif non négligeable. De plus, le sentiment de loyauté et de solidarité des employés sera plus fort. De ce fait, l'éthique permet de retenir les talents au sein d'une entreprise. Cultivons notre culture éthique au sein d'IBL.



Nos initiatives

Dans le sillage de la fusion entre GML Investissement Ltée et Ireland Blyth Ltd, un nouveau code d'éthique spécifique à IBL Ltd a été préparé et diffusé en septembre 2018. Dernièrement, le département Risk & Compliance a lancé une campagne de sensibilisation au code qui a démarré fin 2020 pour se terminer au premier semestre 2021.

Nous avons misé sur une campagne digitale sous forme de vidéos explicatives sur tous les aspects couverts par notre code d'éthique. Certains employés du siège d'IBL ont contribué à expliquer chacun des thèmes liés à leur expertise spécifique. Aussi, nous avons mis en place un site SharePoint dédié qui servira de bibliothèque de référence sur l'éthique, destiné à tous les employés du siège.

Olivier Decotter

Olivier Decotter est le responsable de l'éthique, d'abord chez GML et ensuite chez IBL, depuis environ 10 ans. Il s'est formé auprès du Ethics Institute of South Africa et a été certifié Ethics Officer en novembre 2012 par cet institut. Olivier a développé des codes et chartes d'éthique pour les entreprises du Groupe IBL et facilite des ateliers de travail et sessions de sensibilisation sur le sujet.

Quelques entreprises listées aux 2020 World's Most Ethical Companies Honorees

3M
Accenture
Allianz
Dell
General Motors
H&M
Hewlett
Packard

Hilton
IBM
L'Oréal
LinkedIn
Microsoft
Sony
Visa

-18°C

À l'extérieur, le thermomètre indique 34 °C à l'ombre. À l'intérieur, un cadran affiche -18 °C. Une dizaine de manutentionnaires s'affairent dans l'entrepôt frigorifique de Logidis, installé à Jin Fei depuis novembre 2019. Ils réceptionnent des produits surgelés et préparent des commandes pour différents clients à travers l'île. Le règlement impose des rotations de 30 minutes de manutention pour 30 minutes de pause. Pour pouvoir travailler dans cet immense hangar, il faut être équipé de vêtements chauds et garder son sang-froid.



Comme des Eskimos

Rien que sur le quai de débarquement, devant les portes de l'entrepôt, la température est à 0 °C. De quoi préparer les deux camarades Jean-Claude (à gauche) et Jim qui enfilent leurs habits d'Eskimos pour affronter leur pôle Nord.



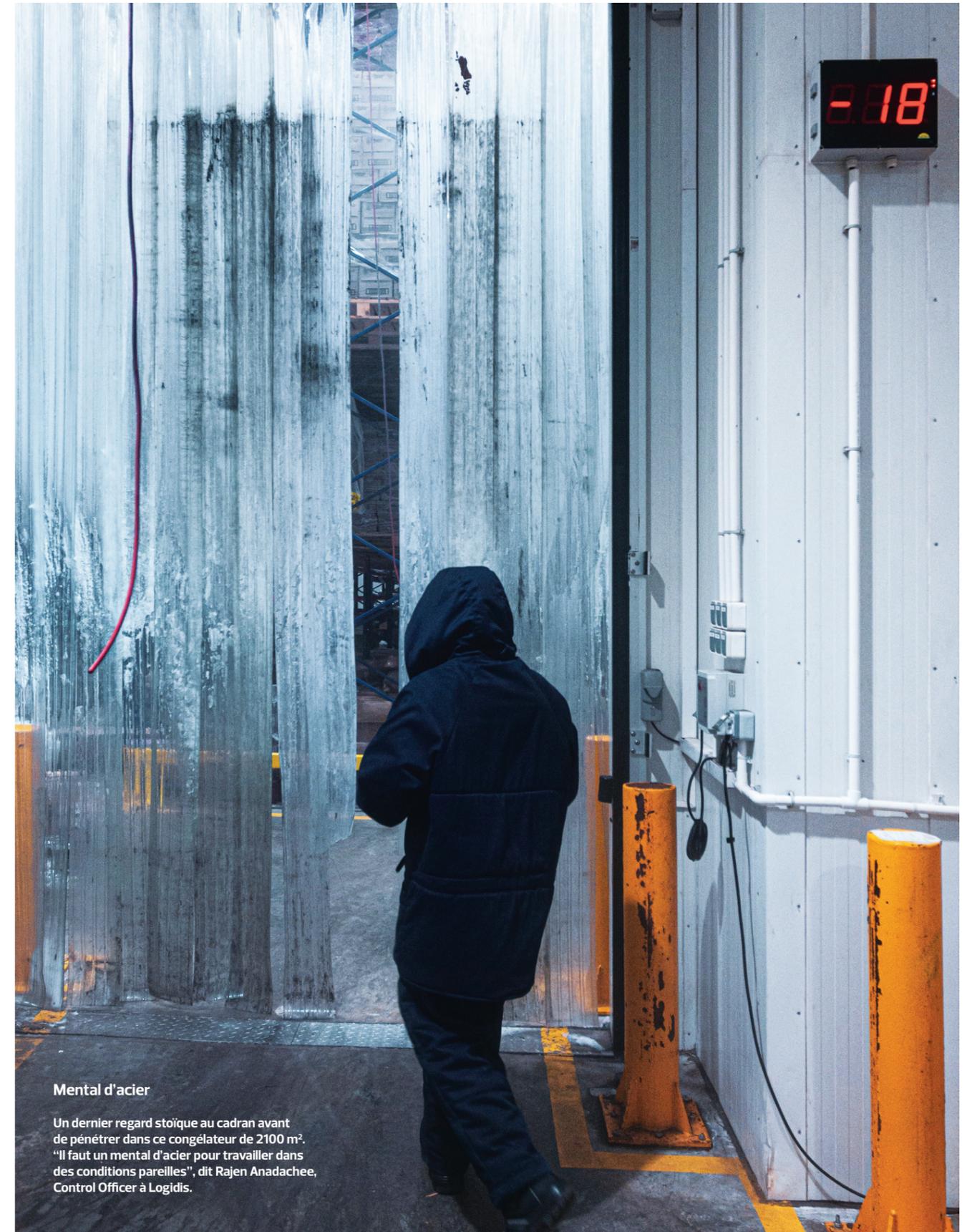
Démesure

Alain Iyampermal est conducteur de forklift. Dans une journée où il passe six heures sur son engin, il parcourt entre 2 km et 5 km dans les couloirs frigorifiés pour placer et récupérer des marchandises à plus de 10 m de haut.



Givré

Kevin Antoinette n'a pas froid aux yeux. Depuis 19 ans qu'il travaille comme Cold Room Attendant dans les chambres surgelées de Logidis, il a intégré ces températures sibériennes comme une seconde nature.



Mental d'acier

Un dernier regard stoïque au cadran avant de pénétrer dans ce congélateur de 2100 m². "Il faut un mental d'acier pour travailler dans des conditions pareilles", dit Rajen Anadachee, Control Officer à Logidis.



La tête froide

Après la pause réglementaire de 30 minutes sous un soleil à assommer des pierres, Jean-Claude Jata se reboutonne au centre d'un long couloir glacé. Dans une profonde inspiration, la concentration est à son maximum.



Organisation hors pair

Doublement préparés pour approvisionner toute l'île. Les produits stockés et préparés à Jin Fei vont remplir les congélateurs de nombreux supermarchés, de Chemin Grenier à Riche Terre en passant par Cascavelle.



Conduite cool

Dans le brouillard de l'entrepôt, Brian Paletan manie son transpalette tel un traineau sur la banquise.

UNE ÉCONOMIE BLEUE

L'océan. Il recouvre 70 % de la Terre et est à l'origine du Groupe IBL. Source de nourriture, d'énergie et d'emplois, il n'est toutefois pas intarissable. Ainsi, quand on aborde les thématiques liées au grand bleu, on mesure toute l'importance de la durabilité. Cette notion est ancrée dans la stratégie globale du Groupe IBL, qui, en 1830, débutait dans le transport maritime. En plongeant dans ce dossier qui touche quatre de ses neuf clusters, l'on constate qu'on ne peut continuer de naviguer à vue. Les entreprises qui y sont présentées l'ont compris. Elles valorisent les ressources de la mer en gardant un œil attentif sur la boussole du développement durable. Cap sur un futur viable.

Alors que certains réduisaient efficacement leurs captures, d'autres les augmentaient, démontrant des failles importantes dans le système mis en place

CTOI : 31 ÉTATS MEMBRES

pour une cohésion difficile

par Véronique Garrioch

Lorsque l'on parle de la pêche au thon dans l'océan Indien, il est difficile de faire l'impasse sur la Commission des Thons de l'Océan Indien (CTOI), l'organisation responsable de la gestion des stocks de thon et autres espèces associées. Les enjeux géopolitiques et économiques autour de ce poisson rendent cet exercice extrêmement compliqué.

Les principales espèces de thon qui sont transformées à Maurice relèvent de deux catégories. Les thons tropicaux – le yellowfin, le skipjack et le bigeye – et les thons tempérés comme l'albacore (germon). Les thons tropicaux sont capturés entre les 10 degrés nord et 10 degrés sud de l'équateur, tout autour du globe terrestre. Ils représentent la majorité des captures dans l'océan Indien. Les thons tempérés se situent, eux, dans des eaux plus froides au sud de Maurice, zone de pêche privilégiée des palangriers réunionnais et asiatiques.

Des stocks menacés

Il y a six ans le comité scientifique de la CTOI a déclaré que le stock de yellowfin était surpêché. L'année suivante, en 2016, la CTOI adoptait les premières mesures établissant des plafonds de captures pour les États membres qui capturaient le plus de cette espèce. Lorsque ce quota fut introduit en janvier 2017, le premier réflexe de certaines flottes, et notamment celle des thoniers senners, fournisseurs des conserveries mauriciennes, fut de s'engager dans une

pêche forcenée. Il en résulta logiquement l'arrêt de la plupart des bateaux avant la fin de l'année et à une rupture dans l'approvisionnement de notre industrie.

Alors que certains réduisaient efficacement leurs captures, d'autres les augmentaient, démontrant des failles importantes dans le système mis en place, notamment : l'impossibilité d'avoir les informations en temps réel, des chiffres officialisés avec un retard considérable (les chiffres d'une année de pêche ne sont connus que l'année suivante) et le contrôle des captures laissé au soin de l'État pavillon du bateau, ou de l'État du port où elles sont débarquées.

Après le yellowfin dans le rouge, le comité scientifique de la CTOI annonçait, en 2019, que le bigeye et l'albacore étaient eux aussi en situation de surpêche. L'océan Indien devint, ainsi, le premier océan à avoir trois de ses quatre espèces commerciales en situation de surpêche.

Les mesures correctives

C'est lors de la Commission annuelle de la CTOI que les résolutions sont proposées pour adoption par les 31 États membres – une adoption qui se fait par "consensus", ce qui donne lieu à bon nombre de débats. En 2020, avec la pandémie globale, cette Commission s'est déroulée avec six mois de retard, et seulement partiellement, en distanciel.

Compte tenu de la pression mise par les ONG environnementales et marchés destinataires des thons de l'océan Indien concernant la surpêche, il a été convenu qu'une session spéciale de la CTOI aurait lieu en mars 2021 afin de discuter des mesures de gestion à adopter pour permettre la reconstitution des stocks de yellowfin. Quatre résolutions ont été proposées et devront être débattues pendant les cinq jours de la réunion.

Dans l'océan Indien, mais aussi ailleurs, les enjeux écologiques s'opposent aux impératifs économiques de ceux qui ont

une vision à court terme. Le thon représente une importante source de protéines pour des millions de personnes tout autour du bassin de l'océan Indien. C'est aussi une source de revenus importante pour les pays de la région, notamment pour Maurice qui a une industrie de transformation, ou pour les flottes pratiquant la pêche hauturière, telles que celles de l'Europe, de Taiwan, du Japon ou de la Corée.

Plus que jamais, il est important de trouver un équilibre afin d'assurer que les stocks de poissons soient suffisamment protégés pour que les populations des États riverains puissent en bénéficier aujourd'hui mais aussi sur le long terme.

Véronique Garrioch

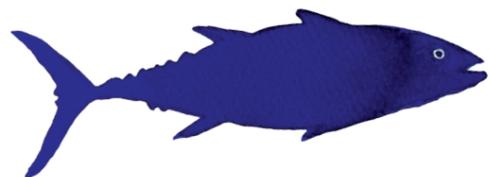
Cela fait plus de 12 ans que Véronique travaille pour les secteurs Seafood et Marine d'IBL, d'abord en tant que consultante avant d'y être employée. Journaliste de formation, elle a travaillé pour la presse française, puis a co-fondé un magazine sur l'actualité diplomatique de l'océan Indien dont elle a assuré la rédaction en chef. Depuis 2008, elle suit tous les dossiers de négociations diplomatiques et ceux liés à la gestion durable des stocks de thons de l'océan Indien, tout en assurant la communication externe des deux secteurs.



Photo : Clyde Koa Wing

“Nous nous inscrivons DANS LA DURÉE”

Cougen Purseramen
COO d'IBL Seafood



Les enjeux autour de la durabilité des stocks de thon ont toujours fait partie intégrante de la stratégie du secteur seafood d'IBL. Avec une ressource naturelle, qui plus est, migratrice, comme matière première, l'industrie mauricienne du thon se doit d'être partie prenante des discussions et décisions qui ont un impact direct sur sa pérennité. Cougen Purseramen, COO d'IBL Seafood, revient sur les temps forts et les enjeux de cette industrie.

Que représente le secteur Seafood au sein d'IBL et au niveau national ?

IBL est présent à chacune des étapes de la chaîne de valeur du thon à Maurice : que ce soit les bateaux reefers de LAS qui vont chercher les poissons aux Seychelles, les chambres froides de Froid des Mascareignes où l'on stocke le poisson, notre actionnariat dans Princes Tuna, qui est l'unique conserveur de l'île et le principal de l'océan Indien, ou nos usines de farine et d'huile de poissons, le secteur Seafood est un secteur dynamique. Chez IBL, nous employons directement plus de 5 000 personnes (en comptant Princes Tuna) et représentons 25 % des exportations mauriciennes.

Quels sont les principaux enjeux auxquels votre secteur fait face ?

Notre premier challenge, depuis de nombreuses années, est la durabilité des stocks. Déjà à l'époque où Patrice Robert était encore le COO de ce secteur, sa préoccupation première était de se battre pour une pêche durable qui allait assurer le renouvellement des stocks de thon et la continuité économique de notre secteur. Nous étions alors en 2009 et c'était une époque où les éco-certifications telles que Marine Stewardship Council (MSC) n'en étaient qu'à leurs débuts. Depuis, l'importance de la durabilité a pris une place grandissante, au fur et à mesure que la pêche augmentait et que les stocks commençaient à faiblir.

Comment l'industrie et IBL peuvent être partie prenante de ces débats ?

Ne pouvant agir isolément pour une ressource partagée par l'ensemble des pays de l'océan Indien et d'ailleurs, il nous a semblé tout naturel de partager nos préoccupations avec le gouvernement mauricien – les ministères de la Pêche et des Affaires étrangères en particulier. C'est ainsi qu'en collaboration avec les différents directeurs des pêches qui se sont succédé au fil des années, nous avons travaillé sur un certain nombre de résolutions qui ont

été proposées à la Commission des Thons de l'Océan Indien (CTOI). Certaines ont été adoptées avec succès. Ainsi en 2015, l'océan Indien devint le premier océan au monde à plafonner le nombre de Dispositifs de Concentration de Poissons (DCP) dérivants par thoniers senners. D'autres résolutions ont ainsi été proposées au fil des années. Souvent nos interlocuteurs s'étonnent que nous, industrie, nous défendions des positions qui visent à réduire les captures. La raison est pourtant bien claire : nous nous inscrivons dans la durée et ne sommes pas à la recherche de gains rapides !

En mars a eu lieu une session spéciale de la CTOI dédiée au yellowfin. Quels en sont les enjeux pour IBL ?

Les enjeux pour IBL et pour Princes Tuna sont énormes. En 2020, certains commerces avaient appelé au boycott des thons de l'océan Indien. Or en ce faisant, ce ne sont pas les pêcheurs qui sont impactés, mais bien les conserveurs. Car ce sont nos produits qui se retrouvent – ou non – sur leurs étagères. Cette mesure n'impacte aucunement les pêcheurs industriels qui trouveront toujours preneurs pour leurs captures – déjà qu'il y a un pourcentage important qui quitte l'océan Indien à destination de l'Amérique du Sud, de la Turquie ou de la Thaïlande. L'océan Indien est le deuxième océan au monde en ce qui concerne les captures de thon, mais malheureusement toutes les captures ne sont pas valorisées dans notre région.

Maurice, au fil des années et grâce aux résolutions proposées, a acquis une bonne réputation au sein de la CTOI. Ce n'est que par les positions défendues lors de ces réunions que notre industrie sera protégée. Si demain matin il devait y avoir un boycott car aucune mesure de gestion correcte n'aura été adoptée, alors non seulement la ressource sera encore plus menacée, mais c'est notre industrie qui verra les commandes diminuer. Et cela aura un effet domino sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

C'est pour cela que nous avons eu des réunions de préparation avec le ministère de la Pêche, où nous avons vu ensemble les positions à défendre pour protéger la chaîne de valeurs de notre industrie, les 6 000 emplois directs (IBL et autres) – et plus du double en indirects – qui sont en jeu.

Quelles sont les mesures adoptées par IBL et Princes Tuna face au défi de la durabilité ?

Nos opérations souffrent déjà des changements liés au Covid-19, avec la baisse de la demande des clients européens du secteur de la restauration. Avec la situation des stocks de yellowfin, Princes Tuna a réduit ses achats de ce poisson de moitié par rapport à ce qui était transformé en 2014. De notre côté à IBL Seafood, dans notre filiale en "joint-venture", Mer des Mascareignes, on a vu une réduction de 40 % des volumes de yellowfin depuis 2017. Nos besoins de ce poisson sont donc considérablement réduits. Mais l'impact d'un boycott éventuel ne ferait aucune distinction des espèces et nous serions durement touchés. Pourtant nous continuons d'avancer et d'innover.

Le futur de notre industrie ne se situe pas dans l'augmentation des volumes, mais dans la valeur ajoutée. C'est ce que nous faisons dans notre usine d'huile et celle de farine de poissons. Nous avons aussi comme projet de faire de notre secteur une industrie "Zero Waste" en réduisant davantage notre empreinte carbone. Déjà, les éléments qui restent à chacune des étapes de production (coproduits) sont récupérés et valorisés. Cette fois nous irons encore plus loin, en transformant nos effluents en énergie, bouclant ainsi la boucle.

“Le futur de notre industrie ne se situe pas dans l'augmentation des volumes, mais dans la valeur ajoutée”



Neil Bohannon,
Group director of fish
at Princes Limited

“TUNA SUSTAINABILITY IS CRITICAL TO PRINCES”

With a global supply network and a portfolio of branded and customer own brand products, Princes is one of the UK’s largest food and drink groups. While most famous for canned seafood, the company manufactures a wide range of food, soft drinks and edible oils. Its two Mauritian tuna facilities supply canned and pouch tuna to major European retailers and foodservice operators. Neil Bohannon, Group director of fish at Princes Limited, shares his views and concerns about the tuna business.

What is the relationship between Princes and IBL?

IBL and Princes are partners in the joint venture that is Princes Tuna (Mauritius) Limited (PTM), established in 1999. We work closely with IBL in many ways across our shared value chain for tuna in Mauritius including cold storage, logistics and waste management. We also share common views regarding environmental matters and tuna sustainability.

Where does tuna sit within the wider Princes group – how important is it for you?

Tuna and other seafood are amongst the cornerstones of our business but as a group, our interests are more diverse. Seafood accounts for approximately one quarter of our overall turnover and the Princes brand is our largest individual brand in the UK.

What can you tell me about the PTM operations?

PTM to this day is a key source for Princes brands and some of the customer own brands we supply, focused solely on canned tuna. In 2015 we added a second site at Marine Road, through a joint-venture with IBL, which is primarily for pouch and larger format tuna for wholesale and foodservice customers across Europe. Across both sites, we have an experienced management team with a rigorous attention to quality and compliance and some 4,000 colleagues in total. PTM was the first global supplier of tuna to attain the SA8000* Social Accountability standard in 2003. Both sites also hold MSC Chain of Custody.

Can you put some figures on PTMs exports?

In a typical year, PTM would export above 50,000 tons of tuna – the majority of this would be for the UK but other key markets include the Netherlands, Scandinavia, France and Spain, for our brands, customer own brands and also foodservice and food manufacturing companies. In 2018, for instance PTM exported 54,122 tons of tuna... This makes us the 8th world exporter and 7th world manufacturer of canned tuna.

Have you seen demand for canned seafood soar during Covid-19?

During the initial lockdowns, we experienced extremely high levels of demand across canned seafood in our core European markets, with canned tuna the standout category. For example, our UK tuna sales were +30 % in the period February–April 2020. We saw increases in all canned food we supply and also saw consumption levels

in the home increase accordingly. However, a key area for us is supplying foodservice operators and other food manufacturers and due to lockdowns and the lack of out-of-home consumption, these markets have suffered significantly and that has had a volume impact on our business coming from our Marine Road site.

How important is tuna sustainability to Princes?

It’s a very simple answer because it’s critical to Princes. Environmental sustainability and business success are inextricably interlinked. Our own company values and those of all my colleagues mean sustainability is uppermost in our mind but it’s also crucial for our customers and the millions of families that buy tuna in our core markets. 100 % of our branded tuna comes from a responsible source [editor’s note: defined as Marine Stewardship Council (MSC) or in a Fishery Improvement Project (FIP), supplemented with small amounts of Fish Aggregating Device (FAD) free / pole and line sources]. It’s an area we invest a great deal of time in whether that’s reviewing our own sources, or collaborating with customers, competitors, reaching out to work with NGOs and government. Our focus on sustainability is not confined to under the water but also ensuring human rights are respected in our supply chains, or the packaging we use.

The Indian Ocean has its challenges, particularly on yellowfin tuna.

Yes, and we have used our voice to call on the Indian Ocean Tuna Commission (IOTC) to fully implement the recommendations of its Scientific Committee to reduce yellowfin catch levels. Our core northern European consumers prefer skipjack, so yellowfin is a relatively small amount of our business. Fishing for skipjack does result in yellowfin being caught, so we have committed to reduce our use of yellowfin tuna by 50 % by the end of 2022 (from a base year of 2017) and will work with vessel owners to achieve that.

What is the reaction of customers in the markets you supply?

Our customers demand responsibly sourced tuna, and the Indian Ocean is a concern for them as well as the NGOs they speak to. Some European retailers have confirmed they will boycott Indian Ocean tuna until firmer action is taken while others take a more nuanced position. Clearly, retailers can make purchasing decisions and select which oceans to source from. This is something we are very mindful of and the IOTC needs to be as well.

Do Princes feel the pressure from retailers?

Yes, but we have a very transparent relationship with our customers and engage in regular dialogue on sustainability issues. We also collaborate with them in organisations like the Global Tuna Alliance. They are aware that we cannot move our operations in Mauritius and that we are actively calling for change and taking action where we can. They understand we are doing all we possibly can.

What do you need to resolve this situation?

The IOTC needs to implement an effective yellowfin rebuilding plan starting with a 20 % cut in overall catch, split equitably across the coastal states. There are more improvements that can be made but this is the critical one that we, our customers and NGOs are looking for.

Do you see the situation improving?

I am cautiously optimistic that we will see action on catch reduction across all gear types and coastal states. This is a well-established issue in the global tuna industry and the reputation of the Indian Ocean, and its long-term economic success will rely on action on yellowfin. There is significant goodwill and support for action from seafood supply chain stakeholders like Princes and IBL but right now it’s in the hands of politicians to deliver.

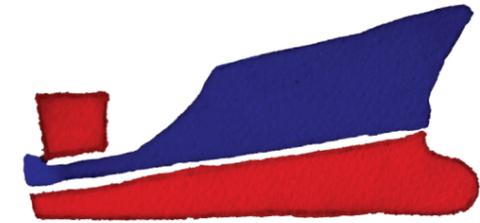
*The SA8000 Standard is the world’s leading social certification programme. It provides a holistic framework allowing organisations of all types, in any industry, and in any country to demonstrate their dedication to the fair treatment of workers.

“Clearly, retailers can make purchasing decisions and select which oceans to source from. This is something IOTC needs to be very mindful of”



CNOI

une fierté maritime



Sur les côtes de la capitale, à l'entrée du port, l'un des rares chantiers navals du sud de l'océan Indien a amarré en 2001. Un colosse édifié sur 4,5 ha, bientôt 5,6, le Chantier Naval de l'Océan Indien (CNOI) est un lieu fascinant où grouillent savoir-faire, précision et camaraderie. Employant plus de 400 employés, dont 95 % sont des Mauriciens, le CNOI fait la fierté du secteur maritime dans la région depuis 20 ans. Découverte.

Un peu d'histoire

L'aventure commence le 23 décembre 1996. Patrice d'Hotman de Villiers et François de Gersigny, alors respectivement CEO et COO d'Ireland Blyth Ltd, signent un partenariat avec les Chantiers Piriou de Concarneau en France, et déposent un dossier à la Mauritius Marine Authority pour la construction d'un chantier naval. À l'époque, l'océan Indien, devenu une véritable mine d'or pour la pêche au thon, attire des thoniers d'Europe, notamment ceux construits par les Chantiers Piriou. Ireland Blyth Ltd, actionnaire de la Mauritius Tuna Fishing & Canning, possédait aussi deux thoniers qui avaient besoin d'un prestataire pour ses besoins de maintenance.

De par sa géolocalisation stratégique, l'île Maurice s'est imposée comme l'arrêt idéal pour ces bateaux européens, habituellement contraints de rentrer au pays pour leur carénage – la maintenance et la réparation de la partie immergée du bateau qu'on appelle "la carène". En effet, notre île est située à proximité d'une zone de pêche importante et sur le trajet des navires marchands qui connectent l'Asie de l'Est et l'Afrique australe.

Les démarches entamées, il aura fallu attendre cinq années avant d'obtenir l'approbation des autorités pour donner le premier coup de pioche sous le nom de Chantier Naval de l'Océan Indien. Une équipe des Chantiers Piriou, comptant environ 20 spécialistes, a ainsi été déployée pour former les Mauriciens aux nombreux métiers de cette industrie alors méconnue sur l'île. Vingt ans plus tard, le CNOI est une référence internationale pour la réparation, la construction et l'aménagement maritimes.

Lego city

Avant de passer le portail de sécurité de CNOI, on traverse la zone industrielle du Freeport à Mer Rouge, où se dressent d'immenses grues et des conteneurs posés les uns sur les autres, qu'on pourrait confondre avec des bâtiments. Il nous faudra des laissez-passer pour y pénétrer. En pleine phase d'agrandissement depuis octobre 2020, le chantier naval s'étend aujourd'hui sur 5,6 ha, dont plus d'un hectare est dédié à la construction d'un nouveau hangar, à une nouvelle aire de mise à sec des bateaux et à l'installation du futur élévateur à bateau pouvant soulever jusqu'à 1500 tonnes

– le plus puissant au monde, le second se trouvant aux États-Unis avec une capacité de 1 280 tonnes.

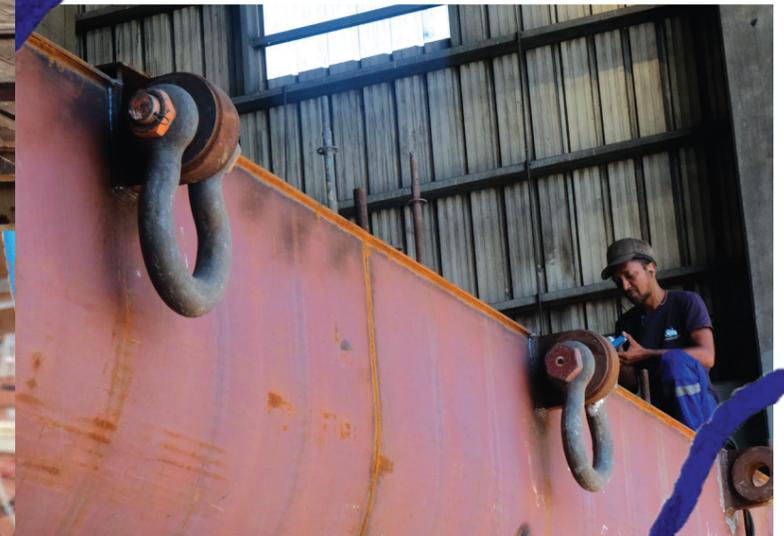
Cet immense terrain de jeu est disposé en plusieurs ateliers regroupant une palette de métiers, indissociables au domaine maritime : construction, isolation, tôlerie fine, hydraulique, peinture, menuiserie, chaudronnerie, tuyauterie, mécanique lourde, électrique, entre autres. Entre les différents ateliers, sont posés çà et là, dans un désordre organisé, des cylindres en inox, des palettes en bois, des mètres de chaîne, des amas de filets ou encore, des morceaux d'aciers numérotés – 32/PE-T-247, 32/GT-T-2. Lorsqu'on déambule au cœur de ce labyrinthe, on peut être surpris par le bruit strident de la sirène qui retentit ou alors, ressentir les tremblements de terre occasionnés par l'une des grues en service. En hauteur, en profondeur, en largeur, le chantier naval fait l'éloge du majestueux.

Bordée par 370 mètres de quai, la zone donnant sur la mer s'ouvre également sur la pièce maîtresse de ce lieu mythique : une impressionnante cale sèche de 130 mètres de long et 27 mètres de large. Depuis le début des



La ligne de tins, deuxième moyen de mise à sec du chantier, bientôt remplacée par un nouvel élévateur à bateau.

370 mètres de quai
425 maillons forts
5,6 ha de chantier
3510 m³ de cale sèche
Plus de 450 passages
 en cale sèche depuis 2003
15 h 45 tapantes : l'heure du thé
20 ans d'activité



Un amphidrome commandé par un armateur de Mayotte en cours de construction.

opérations en 2003, celle-ci compte plus de 450 passages de bateaux, dont ceux de la Marine nationale française, fidèle cliente de CNOI, ou du "Marion Dufresne", célèbre navire ravitailleur de Terres Australes et Antarctiques Françaises (TAAF). Fort de sa réputation outre-mer, CNOI est également le one-stop-shop naval pour les bateaux de pêche venant de Taiwan, des palangriers d'Australie, des bâtiments multi-mission de France ou encore des thoniers senneurs d'Espagne. D'ailleurs, l'équipe de l'atelier de construction neuve est sur le point de compléter un amphidrome pour la Collectivité Territoriale de la Guyane .

Du haut de la cale sèche, on aperçoit "Boom Boom", une vieille barge dont le moteur a cédé. Amarrés à côté de ce survivant, trônent le dernier-né de l'atelier de construction, un navire de servitude baptisé "Kate Lune", et "La Curieuse", un ancien chalutier de 25 mètres utilisé pour des missions océanographiques appartenant aux TAAF, racheté par CNOI en 2016.

Les habitués de la cale sèche restent les thoniers senneurs, "représentant 50 % du chiffre d'affaires de CNOI", précise Emmanuel Le Roy, directeur des opérations.

Le CNOI accueille également des caseyeurs et palangriers du Grand Sud, des patrouilleurs des Seychelles ou encore des baliseurs, bateaux d'assistance pour les thoniers. "Le parcours d'un bateau chez nous dépend de ses besoins. Un thonier senneur reste à quai jusqu'à 5 jours, le temps de débarquer les filets. Ensuite, il fait un séjour de 10 jours minimum en cale sèche où la première étape est de nettoyer sa coque à haute pression. Nous faisons la visite du bateau avec le capitaine ou le superintendant afin d'identifier les besoins de réparation. Le chef de bord en discute avec un de nos chefs d'équipe, qui va ensuite répartir les tâches", explique Emmanuel Leroy.



Vimala, pompière à CNOI depuis 5 ans.

En hauteur, en profondeur, en largeur... le chantier naval fait l'éloge du majestueux

Le Covid-19 n'a épargné aucune industrie. Comment avez-vous amorti le coup ?

JY : On travaille habituellement sur un planning stable sur trois à quatre ans. Avec tous les imprévus de la pandémie, on a dû les retravailler tous les jours, pendant des semaines, avec des équations à résoudre qui ne comportaient que des inconnus, mais on a réussi, avec nos clients, à trouver des solutions. Évidemment, nous n'avons pas eu une production à hauteur des années précédentes, mais on a fait suffisamment de carénages et d'arrêts techniques pour pouvoir limiter les dégâts sur 2019-2020. Cette année, on est loin d'être revenu à la situation normale. On s'attend à une baisse de 30 % d'heures de travail vendues mais on reste positifs et novateurs. L'innovation se traduit par les investissements suivants : les ateliers, le nouvel élévateur de 1500 tonnes et l'agrandissement du chantier. Nous préparons le chantier pour les 20 prochaines années.

F : On a eu des annulations de dernières minutes auxquelles on a été très peu confrontés depuis la naissance du chantier. On n'était pas habitué à ce manque de visibilité. Un an après le confinement,

les règles d'un jeu qu'on ne connaissait pas, même pas nos clients, ont changé. Elles se sont stabilisées depuis quelques mois et on les applique.

Comment vos équipes se préparent-elles avec l'agrandissement du chantier de plus d'un hectare et l'acquisition du nouvel élévateur pouvant soulever jusqu'à 1500 tonnes ?

F : Il faudra former deux ou trois personnes sur l'utilisation de la machine, mais une fois que le bateau est calé sur le terre-plein, les métiers restent les mêmes. On va certainement monter en puissance au fur et à mesure que la demande arrive et on prévoit environ 80 emplois supplémentaires dans les années à venir.

JY : 200, idéalement ! Innover dans cette industrie, c'est la décision d'investir dans un outil de travail qui sera révolutionnaire et nous permettra d'accélérer notre développement. On a parlé d'investissement en béton et en machines, mais le premier investissement sur le chantier reste celui de la main-d'œuvre. Le nombre d'employés n'a pas changé l'année passée et c'est notre force.

Soudeur, charpentier, tôlier... comment ces métiers sont-ils appelés à évoluer dans un climat où on ne parle que d'innovation ?

F : Quand on est arrivé à Maurice il y a 20 ans, on a découvert que les techniques utilisées étaient celles employées en France 50 ans auparavant ! La technologie et le savoir-faire avaient évolué, mais il y avait un gros retard ici. On a instauré des systèmes plus efficaces. Les bateaux évoluent et sont bien plus complexes qu'avant. On n'a pas le choix que de rester à niveau.

JY : La construction navale est très précise. On a essayé d'apporter davantage de productivité à travers des techniques nouvelles. En soudure, par exemple, on est passé de l'électrode au semi-automatique, puis au fil fourré avec gaz. Pour tous les métiers, il y a eu des heures de formation pour améliorer leurs modes opératoires, mais aussi pour créer des métiers qui n'existaient pas dans l'industrie locale, comme l'hydraulique. Depuis, nos services sont reconnus à l'international. Certains de nos gars sont chefs d'équipe, ingénieurs, spécialistes.

Le chantier dans 20 ans, il pourrait ressembler à quoi ?

JY : L'idée était de créer des succursales CNOI ailleurs qu'à Maurice. À Mayotte, à Madagascar, aux Seychelles. Notre main-d'œuvre mauricienne serait capable de former les équipes de ces pays-là !

Et avec le changement de direction depuis septembre 2019 ?

JY : Tout ça a été anticipé depuis des années. Le vrai challenge est de maintenir notre culture d'entreprise et la vie sociale de la grande famille de CNOI. C'est ce qui fait son succès. On a la responsabilité de 400 personnes, à qui nous demandons beaucoup, et notre objectif est qu'ils se sentent bien. J'ai personnellement une grande reconnaissance envers l'ensemble de notre tribu.

F : Le départ de Jean-Yves s'est fait naturellement. Ça fait 20 ans qu'on travaille ensemble ! CNOI doit maintenir ses repères forts et garder son cap à travers la stabilité. Il n'y a pas lieu d'avoir des changements de vision de la part du management. Ça roule et c'est ce qui met en confiance nos collaborateurs et nos clients.

Le nouveau hangar devrait permettre au chantier d'augmenter sa capacité de constructions.



Une recette d'ourite prête à manger ?

WALALI L'A !

Un produit emblématique de l'île Rodrigues. Un plat familial succulent. Une réglementation contraignante. Voilà la recette du succès de l'entreprise Walali, basée à Soupir, à Rodrigues.

Quand on évoque l'île Rodrigues, on visualise presque toujours les ourites qui séchent en bord de plage. Si le céphalopode fait partie intégrante du paysage côtier de l'île, il est aussi un grand classique de sa culture culinaire.

Et pourtant, à cause de l'absence de réglementation de sa pêche, l'ourite se faisait rare dans le lagon rodriguais. La Fisheries Research and Training Unit (FRTU) constatait une chute de 505,8 t entre 2004 et 2011. En 2012, l'Assemblée régionale de Rodrigues opta donc pour un repos biologique des ressources de l'ourite en instaurant la fermeture de sa pêche pendant deux mois – d'abord instaurée comme une opération annuelle, il y a deux fermetures par an depuis 2020.

Si certains pêcheurs y voyaient des contraintes évidentes, une famille rodriguaise décida de transformer ce défi en une innovation positive. Un an après la première fermeture, les Leopold créaient l'entreprise Walali. Ils préparent deux recettes d'ourites prêtes à manger dans des sachets : l'indétrônable vindaye ourite et l'ourite à l'huile. "Quand nous étions enfants, ma mère préparait de bons vindayes. Sans réfrigérateur, il fallait être créatifs pour conserver ces plats.

Nous avons pensé qu'il fallait partager ce savoir-faire", explique Christopher Leopold, Chief Operating Officer à Walali. Diplômé d'un Bsc Food Science à l'Université de Maurice et d'un Master en Food Production Management à l'Université de Nottingham au Royaume-Uni, il a mêlé la science et la gestion de l'alimentation pour arriver à cette solution pratique. Les deux produits sont 100 % naturels et subissent un traitement thermique pour leur donner une durée de conservation de plus d'un an.

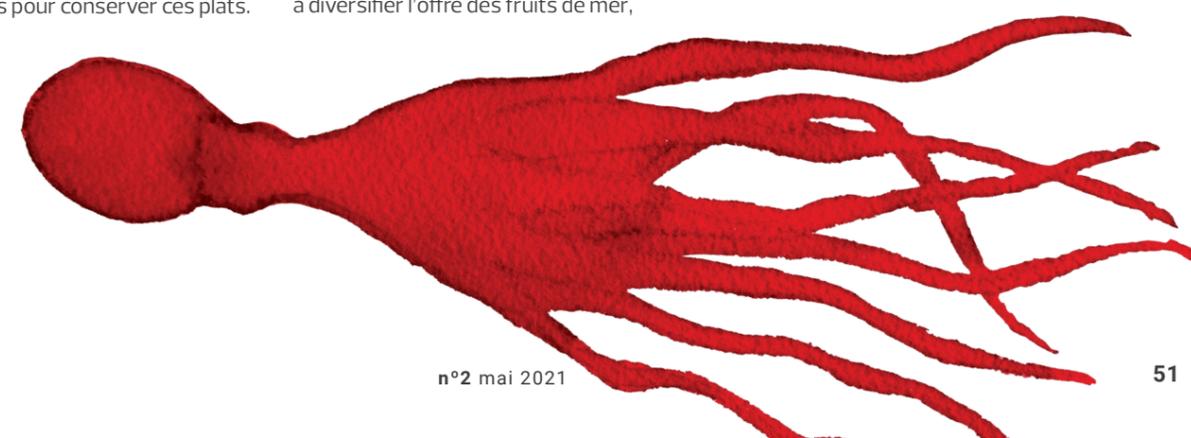
Avec ses cinq employés, Walali participe à faire connaître une spécialité culinaire de Rodrigues tout en contribuant à un système écologiquement durable pour la communauté de pêcheurs. "Nous faisons affaire en nous assurant que tous les acteurs de la chaîne alimentaire obtiennent une part juste des bénéfices", dit Christopher Leopold.

Les produits de Walali sont aujourd'hui distribués à Maurice par BrandActiv sous la marque Tropical. "Quand nous avons contacté BrandActiv en 2018, il se trouve que leur Brand Manager, Vanessa Curpen, cherchait justement à diversifier l'offre des fruits de mer,

raconte Christopher Leopold. IBL est un groupe important et on sentait qu'un partenariat pourrait nous permettre de concrétiser nos ambitions. Après les étagères mauriciennes, on peut espérer toucher un marché international."

D'autant plus que Walali cherche à développer son offre, comme l'explique Christopher Leopold : "Il existe plusieurs acteurs dans ce secteur que je qualifierais de 'saisonnier'. Il est donc important de nous diversifier : au lieu de nous concentrer sur les fruits de mer, nous voulons aussi garder les pieds sur terre."

"Nous faisons affaire en nous assurant que tous les acteurs de la chaîne alimentaire obtiennent une part juste des bénéfices"



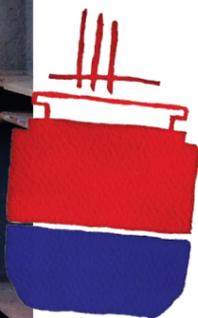
Entre passion et métier

Ils s'appellent Rivaltz, Kevin, Wesley, Krish, Jeannot, Vimala, Michel... Ils sont chefs d'équipes, soudeurs, menuisiers, peintres, sapeurs-pompiers, mécaniciens ou manutentionnaires. D'une dizaine de Mauriciens à la naissance du chantier à plus de 400 aujourd'hui – parfois 500 lorsque le chantier roule à plein régime, avec l'aide des journaliers – le cœur du chantier bat grâce à une concentration de savoir-faire. Ceux-ci se sont transmis des premiers référents français aux Mauriciens et, aujourd'hui, de génération en génération. Il n'est pas rare de voir père et fils ou des frères sur le chantier, comme les frères Jeannot et Jean-Marc, l'un posté à l'atelier hydraulique et l'autre à la maintenance depuis plus de 15 ans. Du côté de la chaudronnerie, le jeune Alexandre suit attentivement les manœuvres de son mentor,

Jean-Michel. "J'ai commencé par nettoyer des bateaux avant de toucher à autre chose. J'avais 17 ans. 20 ans plus tard, je transmets ce que j'ai appris à des jeunes comme Alexandre. Il y a certes des formations, mais c'est sur le tas qu'on apprend chaque métier", explique Jean-Michel.

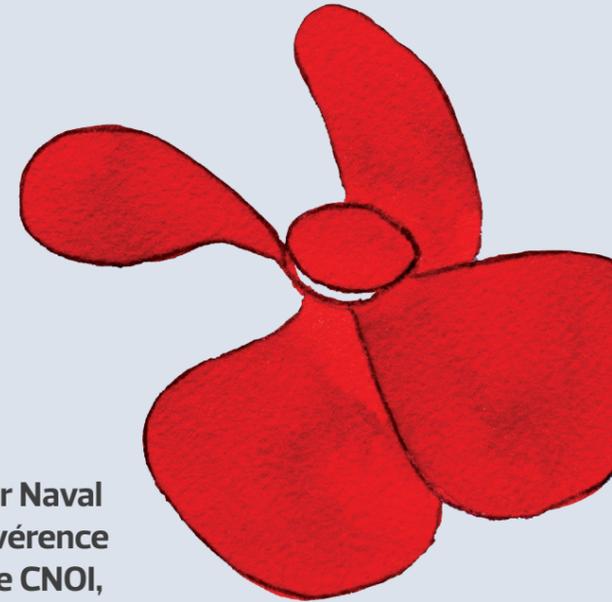
Qu'elle soit en stage ou qu'elle ait évolué au rythme du chantier, chaque paire de mains est un maillon fort du CNOI qui fête ses 20 ans cette année. La réparation et la construction navales étant des métiers de précision, chacun s'attelle à sa tâche avec concentration et ce, dans la bonne humeur. Entre les blagues lâchées à l'heure du thé à 15 h 45 tapantes, le concours du meilleur logo pour les ateliers et la capacité à connaître le nom de chacun des 400 membres, le Chantier Naval de l'Océan Indien est, en plus d'être une référence internationale, une grande famille où il fait bon travailler.

Plus de 400 Mauriciens font la fierté de CNOI.



Le cœur du chantier bat grâce à une concentration de savoir-faire

Aux commandes du CNOI



Jean-Yves Ruellou, ancien directeur général du Chantier Naval de l'Océan Indien (CNOI) depuis juillet 2002, a tiré sa révérence en septembre 2019. Son collègue, Franck Piriou, COO de CNOI, qui a jeté l'ancre sur les quais de Port Louis en 2001, maintient le cap. Référence de la réparation et de la construction maritime dans l'océan Indien, CNOI poursuit sa traversée et ce, malgré la tempête Covid-19. Les deux complices nous en parlent.

Quel souvenir avez-vous du chantier naval lorsque vous y mettez les pieds pour la première fois ?

Franck : On est parti de zéro. C'était un grand tas de sable de 2 ha, un hangar pas terminé et pas d'électricité. L'écosystème d'un port européen que j'avais connu n'existait pas. Des métiers que j'avais l'habitude de sous-traiter, non plus. Il a fallu qu'on les apprenne et qu'on s'y mette nous-mêmes. C'était l'aventure !

Jean-Yves : Il y avait du sable, des palplanches, des dragues pour combler le terrain et, je me souviens, un conteneur bleu en plein milieu du site qui était l'unique refuge pour la vingtaine de personnes alors présentes sur le chantier. Nous avons agrandi l'île Maurice d'environ 2,5 ha, ensuite nous avons embauché des "sachants", principalement de France pour former les Mauriciens et pour assurer le transfert de savoirs et de connaissances, spécifiques à nos divers métiers. Aujourd'hui, plus de 400 Mauriciens sont employés chez nous.

D'où vient l'idée de créer un chantier naval à Maurice ?

F : On est en train d'écrire un livre sur les 20 ans pour l'expliquer [rires] !

JY : Les scientifiques avaient découvert la présence de thons en grand nombre dans l'océan Indien. À l'époque, IBL avait deux thoniers et cherchait quelqu'un pour les réparer. Les Français et les Espagnols ont débarqué aussi et on s'est retrouvé avec une cinquantaine de thoniers dans l'océan Indien. Il y avait un intérêt à créer une base technique fiable à proximité des zones de pêche pour répondre aux besoins de maintenance pour ces bateaux, dont la plupart rentraient en Europe pour leur grand carénage. Nous avons saisi cette opportunité !

20 ans d'existence, donc. Comment se porte le chantier à un si bel âge ?

F : Il était en croissance constante. Et puis il y a eu le confinement. Nous avons signé un bon de commande pour les travaux d'agrandissement du chantier et l'achat d'un

élévateur à bateau ce jour-là, le 20 mars 2020. J'étais confiant, car à chaque fois qu'on a investi dans des machines et de la matière grise, on s'est aperçu que ça attirait de nouveaux clients, puisque nous étions en mesure de proposer des prestations qu'on n'offrait pas avant. Avec l'extension, on devrait pouvoir multiplier par deux ou trois la capacité de passage à sec de bateaux de moins de 50 mètres. On reçoit déjà des demandes de Madagascar et des Seychelles parce que l'infrastructure de carénage qui sera mise en place, sera mieux adaptée à leurs bateaux.

“On a la responsabilité de 400 personnes, à qui nous demandons beaucoup, et notre objectif est qu'ils se sentent bien”

Vik, un citoyen au service de la mer au LUX* Le Morne Resort

par Julia Marimootoo



C'est en combinaison de plongée que vous apercevrez Vik Chuttur au LUX* Le Morne Resort. Cet employé de l'hôtel a pour mission de faire vivre aux clients une expérience unique, mais surtout de les sensibiliser sur la protection de l'écosystème marin.

Savez-vous que la mer est au cœur des enjeux du monde ? C'est un milieu plein de surprises. Elle produit 50 % de notre oxygène et absorbe 25 % du CO². Elle est nourricière, abrite des millions d'espèces, régule le climat et représente une importante économie – 90 % du commerce mondial est acheminé par le transport maritime.

Toutefois, l'océan, son économie bleue, sa richesse et sa diversité sont très fragiles. Nous le polluons et épuisons ses ressources alors qu'il est essentiel de préserver son équilibre.

Chaque individu peut contribuer à sauver la mer

Heureusement pour la mer, il existe des citoyens comme Vik Chuttur. Au LUX*

Le Morne Resort, il se promène en combinaison de plongée près de sa cabane de plage, appelée "VIK'S". Les hôtes de l'hôtel y découvrent des saveurs mauriciennes mais apprennent également de bonnes astuces pour protéger le lagon.

"Même si on est entouré de mer et de récifs, peu de Mauriciens et de touristes comprennent leur importance. Très peu sont conscients des conséquences des activités humaines sur l'écosystème marin. À l'hôtel, nous savons que nous devons agir maintenant, et même en tant qu'individu nous pouvons contribuer à sauver l'océan", souligne Vik.

C'est donc par amour pour le grand bleu que ce dernier a créé un programme de sensibilisation ainsi qu'une charte

"Même si on est entouré de mer et de récifs, peu de Mauriciens et de touristes comprennent leur importance"

d'engagement pour minimiser nos impacts destructeurs sur l'océan.

Faire découvrir la mer pour mieux la protéger

C'est à travers le "snorkelling pédagogique" que Vik éduque et sensibilise les visiteurs. Selon lui, on protège ce qu'on aime et ce qu'on connaît. C'est pourquoi il est indispensable de transmettre la connaissance. Il fait donc explorer aux plus curieux une myriade de créatures sous-marines, des coraux et des algues dont il explique l'importance dans la biodiversité.

Cette visite devient encore plus instructive quand il évoque les dégâts causés par les activités humaines ; des récifs coralliens endommagés par les composants de crème

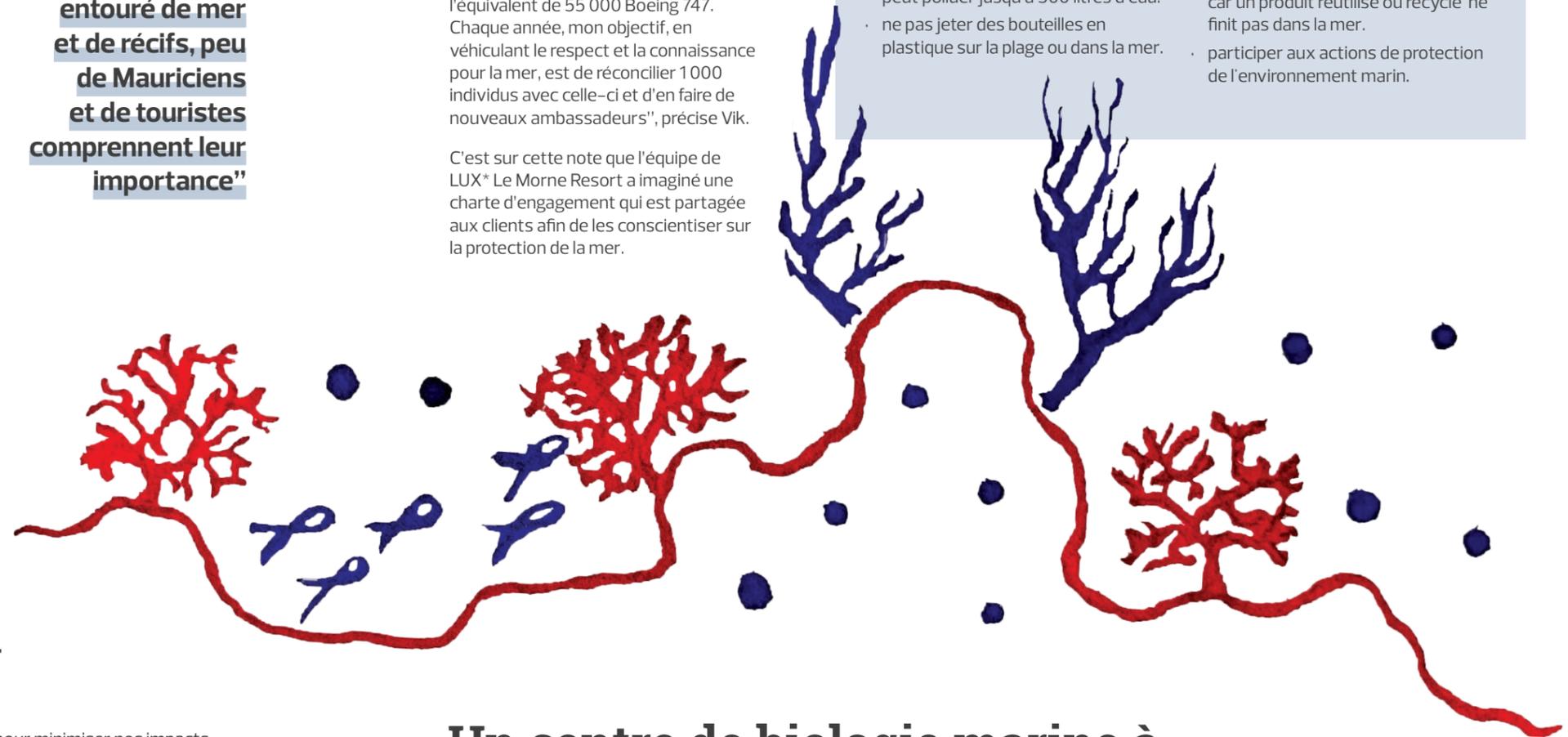
solaire, des espèces en danger à cause de la pêche illégale et abusive, la pollution croissante qui empêche la reproduction ou encore les effets néfastes du plastique et des mégots jetés dans l'océan.

"Environ 10 millions de tonnes de déchets en plastique sont rejetées dans la mer annuellement, presque l'équivalent de 55 000 Boeing 747. Chaque année, mon objectif, en véhiculant le respect et la connaissance pour la mer, est de réconcilier 1 000 individus avec celle-ci et d'en faire de nouveaux ambassadeurs", précise Vik.

C'est sur cette note que l'équipe de LUX* Le Morne Resort a imaginé une charte d'engagement qui est partagée aux clients afin de les conscientiser sur la protection de la mer.

La charte de LUX* Le Morne Resort Pour protéger l'océan, je m'engage à :

- ne pas offrir de corail (ou d'autres souvenirs de la mer) pour préserver l'écosystème.
- ne pas jeter des mégots sur la plage et dans la mer car un seul mégot peut polluer jusqu'à 500 litres d'eau.
- ne pas jeter des bouteilles en plastique sur la plage ou dans la mer.
- cuisinez les espèces de poissons non menacées.
- choisir une crème soleil sans risque pour les coraux.
- réutiliser et recycler mes produits car un produit réutilisé ou recyclé ne finit pas dans la mer.
- participer aux actions de protection de l'environnement marin.



Un centre de biologie marine à LUX* South Ari Atoll

LUX* Resorts & Hotels invite à protéger la mer aux Maldives également. Situé près de la South Ari Marine Protected Area (SAMPA), LUX* South Ari Atoll possède un centre de biologie marine sous la responsabilité de Mark McMillan. "Les requins-baleines et raies manta sont en voie de disparition, dit-il. En tant que biologiste marin, mon travail est de sensibiliser nos clients sur ce danger en faisant du snorkeling éducatif, par exemple."

Le centre participe aussi à la restauration des récifs autour de l'île Dhidhoofinolhu. "La plantation de coraux est un excellent

outil pédagogique. Pendant cette activité, j'explique la biologie des coraux et les menaces sur les récifs en précisant quelles seraient les conséquences de leur disparition pour nous", poursuit le biologiste marin.

D'autre part, le centre de biologie marine de LUX* South Ari Atoll s'implique dans la science participative. Ses équipes envoient des photos et données sur les espèces qu'elles rencontrent à des organismes de recherche. Et Mark McMillan de conclure : "En partageant ces données, nous contribuons aussi aux efforts de conservation."

Julia Marimootoo

Spécialiste de la communication des institutions et du storytelling, Julia est Responsable des relations publiques et de la communication numérique au LUX* Le Morne Resort depuis trois ans. Travailler dans une agence d'influence et de réputation à Paris lui a donné les moyens d'affûter sa compréhension des relations publiques dans une perspective commerciale et sociale. Depuis qu'elle a rejoint l'hôtel, elle se passionne à concrétiser des projets écologiques et humains.



Un Tipi pour cultiver des produits frais soi-même

Blychem lance Tipi, une serre tout équipée qui permettra aux particuliers de cultiver leurs produits frais en toute sérénité. Développée par l'entreprise française CMF, cette serre peut s'adapter aux besoins spécifiques de chaque utilisateur.

Nous l'avons tous expérimenté. Les restrictions de mouvement pendant les premiers jours du premier confinement rendaient l'approvisionnement de produits frais particulièrement difficile. Soit les plateformes d'e-commerce n'étaient pas encore au point ou les fruits et légumes disponibles coûtaient alors très cher.

Constatant que cet acte quotidien, répondant à un besoin vital, pouvait être contrarié en temps de crise, l'entreprise Blychem a réfléchi à une alternative : une serre qui permettrait de cultiver, soi-même et facilement, ses produits frais. Si l'idée naît pendant le confinement, l'entreprise va d'abord identifier les besoins potentiels de sa clientèle pour pouvoir étudier toutes les solutions possibles.

Après ses recherches, le choix du fournisseur est une évidence. Créée en 1962, CMF est une entreprise française spécialisée dans la conception de serres et de bâtiments publics prêtant une attention particulière au climat. Avec Tipi, la serre développée par CMF, Blychem propose une solution clé en main et unique à l'île Maurice. Commercialisé depuis novembre 2020, Tipi est une serre équipée de 50 m². Sa structure en pièces détachées est résistante et néanmoins facile à démonter en cas d'intempéries.

"Nous installons la serre, l'équipons avec tout le système d'arrosage intégré et nous pouvons aussi fournir des engrais smart et bio", précise Nitin Luckeeram, Technical Sales Manager à Blychem. Mais Tipi est plus qu'un produit avec un service d'installation. Chaque client a la possibilité de recevoir des conseils de professionnels de l'agriculture. "Pour aller plus loin, nous proposons un accompagnement supplémentaire pour initier les clients aux exigences de la terre, poursuit Nitin Luckeeram. Nous leur offrons

la connaissance." Rien qu'une visite sur le site tipi.mu permet aux internautes d'avoir des recommandations sur les produits à cultiver selon les différentes zones géographiques de l'île.

Avec Tipi, Blychem a conçu une expérience souple pour ses clients. L'entreprise offre un service complet qui s'adapte aux besoins spécifiques et aux contextes topographique et climatique de chaque utilisateur. Au-delà de l'aspect pratique, Tipi répond aussi à une préoccupation de bien-être, comme l'indique Nitin Luckeeram. "Non seulement le client a l'assurance de toujours avoir les produits frais s'il s'y prend bien, mais surtout, il sait comment ont été cultivés les aliments qu'il aura dans son assiette."

"Pour aller plus loin, nous proposons un accompagnement supplémentaire pour initier les clients aux exigences de la terre"

CIDP at the forefront of cutting-edge medical research in Mauritius and beyond

by Dr Reshma Ramracheya

Medications have different effects on different groups of people. With their unique epigenetic footprint and ethnicity, Mauritians have not been adequately represented in global clinical trials. As an international contract research organisation based in Mauritius, CIDP strives to include the Mauritian heritage in global research data.

The current pandemic has glorified medical research as high-value investment for society. Indeed, the Covid-19 tests and exit strategies from lockdown are being guided by scientific rationale. Despite constraints, scientists worldwide have accelerated efforts into clinical research for vaccines, diagnostic and treatment for Covid-19. Beyond the critical information on disease burden, trends and risk factors, investment in robust research enterprise facilitates access to new therapeutics and consolidates strategic preparedness and readiness plans against outbreaks.

A controlled clinical trial is the gold standard for evaluating the safety, tolerability and efficacy of medical discoveries to enable the control of the variables that could impact the results of a study. In Mauritius, all clinical studies are guided by the 2011 Clinical Trials Act, which lays the foundation for research in Mauritian participants in line with the international guidelines of Good Clinical Practice (GCP).

Centre Internationale de Développement Pharmaceutique (CIDP), an international contract research organisation, has been driving excellence in pharmaceutical research for two decades. Led by Dr Claire Blazy-Jauzac and her team of world-class scientists, the organisation is dedicated to ensuring the representation of the genetically- and ethnically-unique Mauritians in clinical research.

At CIDP, much effort is made in establishing partnership with key stakeholders, including

industry, research organisations as well as academia. To consolidate capacity and know-how in this highly selective field, we strategically resort to the government's diaspora scheme in implementing a truly 'Made in Mauritius' approach.

For decades, Mauritius has had one of the highest prevalence of type 2 diabetes (T2D). Diabetes alone is an established

CIDP is dedicated to ensuring the representation of the genetically- and ethnically-unique Mauritians in clinical research

risk factor for cardiovascular diseases, cancer, and severe form of Covid-19. More recently, we have begun to witness a new phenomenon whereby T2D is no longer limited to adults but has started to emerge in children and adolescents. If this trend continues, according to the International Diabetes Federation (IDF) Report 2019, by 2030 Mauritius will have the second highest number of young people with diabetes in the world – a new record!

This emerging health crisis is associated with a further challenge. Unlike adult patients, treatment option for T2D in paediatric patients is strictly limited. Other than injectable insulin and metformin, both associated with unpleasant side-effects, state-of-the-art drugs such as SGLT2 inhibitors and GLP-1 analogues which have been approved for use by adults, have not yet been evaluated in randomised trials for use in children.

CIDP has risen to such challenges and continues to invest in high quality research in the niche disease areas of diabetes and associated conditions including gestational and paediatric diabetes. By means of multi-disciplinary approaches, we strive to explore the pathophysiology of diseases and their root causes.

Although as a nation, we are a major consumer of pharmaceutical products, Mauritians have not been adequately represented in global clinical trials. Medications have different effects on different groups of people and the Mauritian population has a unique epigenetic footprint and ethnicity.

As data from other cohorts may not be entirely applicable to the people of Mauritius, it is important that they are evaluated in the local context. Thus, bespoke locally-produced data representative of our ethnicity, are needed to backup local clinical guidelines and health policies. To address such constraints, CIDP aims at ensuring inclusion of the Mauritian heritage in global research data and facilitating faster access to new therapeutics to local patients.

Dr Reshma Ramracheya

With 21 years' experience in medical research, Reshma is an internationally-recognised leader in diabetes and metabolic disease. She holds a PhD from King's College London, has authored over 40 original scientific papers and is the recipient of several research awards. Prior to moving to CIDP, Reshma was a Group Leader at the University of Oxford for 13 years. She is also an active member of several research committees and editorial boards.



Illustrations : Daphné Doornun

Avec wiiv, c'est win-win

S'il est évident que ce sont les 177 900 membres de wiiv qui sont récompensés pour leur fidélité, les 11 entreprises partenaires du programme en bénéficient également. Deux d'entre elles, Winner's et MedActiv, nous en parlent.

Pour augmenter son chiffre d'affaires, on peut tout miser sur l'acquisition de nouveaux clients, ou on peut choisir de se concentrer sur sa clientèle actuelle. Pour cette seconde option, il s'agit de construire une relation de confiance, créer des offres qui répondent aux besoins des consommateurs et récompenser ces derniers pour leur fidélité. Toutes les entreprises en rêvent. Beaucoup y travaillent, mais peu y parviennent.

Faut-il, pour autant, choisir entre ces deux options ? Il existe des moyens qui permettent, à la fois de séduire une nouvelle clientèle et de chouchouter ses clients fidèles, dans le même but d'augmenter les ventes. Le programme de fidélité en est un. Comme wiiv, qui regroupe 11 partenaires, tous des filiales du Groupe IBL.

Opération fidélisation

Si les consommateurs sont récompensés pour leurs achats, les entreprises partenaires aussi bénéficient évidemment du programme. C'est le cas pour Winner's, la chaîne locale de grande distribution qui se trouve être un partenaire de choix pour wiiv. Ses 24 supermarchés sont des points d'enregistrement au programme. Ce procédé profite à l'enseigne : sur les 172 000 membres que wiiv comptait en janvier dernier, 116 000 sont passés aux caisses de Winner's durant ce même mois.

La chaîne de supermarchés ne possédait pas de carte de fidélité avant la création de wiiv. "Nous y avons vu un moyen d'engager, de récompenser et de mieux comprendre notre clientèle, raconte Stéphanie Serret, Head of Marketing chez Winner's. Avec wiiv, nous pouvons cerner les différents profils de nos clients – millenials, génération Z, baby-boomers. Aujourd'hui, nous arrivons à identifier leurs comportements respectifs."

Il existe des moyens qui permettent de séduire une nouvelle clientèle et de chouchouter ses clients fidèles, dans le même but d'augmenter les ventes

Mais à quoi servent toutes ces données à Winner's ? À l'avenir, ce système permettra de développer des offres qui correspondent à chaque segment spécifique de sa clientèle – comment consomme une famille, un jeune couple, une personne âgée ? "En comprenant les interactions des produits dans le panier d'un client, nous pourrions lui proposer des offres sur-mesure, poursuit Stéphanie Serret. Au lieu de faire du mass mailing, nous pourrions développer des promos, parfois couplées, pour chaque groupe distinct."

Finalement, les indicateurs très positifs ne cessent d'augmenter : il y a plus d'adhérents et le panier moyen augmente.

Une carte multifonction

Quel que soit leur segment, tous les membres de wiiv sont toujours récompensés pour leur fidélité chez Winner's. "Tous les mois, une sélection de promotions exclusives sont mises en avant pour les membres de wiiv, ce qui leur permet de cumuler beaucoup plus de points", précise Stéphanie Serret. Ces mêmes points pourront ensuite être utilisés pour effectuer un achat chez cinq autres partenaires du programme en plus de Winner's : Eagle Insurance, Café LUX*, Espace Maison, Ala-lila et MedActiv.

"Ce programme est unique car on peut utiliser les points sur son compte pour payer dans une autre enseigne, confirme Anais Lo Fong, Marketing Manager de MedActiv. Selon les comportements d'achat, je considère que les membres de wiiv consomment plus qu'avant pour cumuler plus de points qu'ils pourront utiliser ailleurs." Et tous les partenaires y gagnent.

De ce fait, MedActiv enregistre une augmentation de son chiffre d'affaires depuis le lancement de wiiv. "Le nombre de transactions dans nos pharmacies a augmenté, poursuit Anais Lo Fong. Avec notre rebranding, le réaménagement de nos succursales et les nouveaux sites qui ont ouvert entre-temps, la carte wiiv contribue certainement à ces bons chiffres."

Chez Winner's et MedActiv, depuis le lancement du programme, le panier moyen des wiiivers a augmenté et est supérieur à celui des clients non membres. wiiv démarre sa deuxième phase de développement : offrir des services d'intelligence marketing aux partenaires. Cela implique un accompagnement afin d'identifier le profil de leurs clients et de proposer des campagnes de marketing relationnel ou transactionnel pour assurer du développement de valeur ou même du cross-selling.

fidélité



Fidèles parmi les fidèles

Sur les 177 900 membres de wiiv, 12 000 sont des employés du Groupe IBL. Ces derniers bénéficient d'autres privilèges avec des pourcentages de réduction supérieurs dans certaines enseignes. Sheilesh Puran, Accounts Manager à IBL Logistics en fait partie. Il possédait déjà la carte IBL Fidelity, l'ancien programme de fidélité d'IBL qui n'était alors réservé qu'aux employés et actionnaires du groupe. "Je trouve wiiv nettement plus intéressant car il y a plus de partenaires, dit-il. Et puis, j'aime pouvoir vérifier, moi-même, mes points accumulés sur le site ou l'application mobile." Pour Sheilesh Puran qui travaille dans le Groupe IBL depuis 20 ans, la carte wiiv participe au sentiment d'appartenance : "Toute ma famille profite du programme et j'en suis fier, d'autant plus que les partenaires sont des entreprises d'IBL."

Ma récompense pour une bonne cause

wiiv, c'est aussi la solidarité. Le programme permet de convertir les points (1 point = 1 roupie) et les transférer à une bonne cause. Vous pouvez en faire don à la Fondation Joseph Lagesse (lire p. 58-61) ou contribuer à un projet de la plateforme de crowdfunding, Small Step Matters. Pour le faire, rendez-vous sur le site ou l'application de wiiv, cliquez sur 'Enjoy' et ensuite 'Donation'. Quel que soit votre choix, votre contribution servira à créer un avenir meilleur pour des personnes vulnérables.

Nouvelle direction pour la Fondation Joseph Lagesse

2016 a chamboulé le Corporate Social Responsibility (CSR) à Maurice. L'État annonçait la création de la National CSR Foundation, à laquelle chaque entreprise devra contribuer jusqu'à 50 % de ses fonds CSR (passé à 75 % en 2019-2020). La Fondation Joseph Lagesse (FJL) subit de plein fouet cette mesure car elle recevait 100 % des fonds CSR d'IBL. Forte de ses 15 ans d'expérience sur le terrain, la FJL poursuit de plus belle sa mission. En 2020, elle présente son nouveau plan stratégique pour les trois prochaines années. Lumière.

Plus forte

En 2019, la FJL entame une réflexion. Celle de repenser et de consolider son modèle, qui s'avérait complexe pour une si petite équipe devant faire face à une importante instabilité financière. Elle souhaite également, en collaboration avec les filiales du Groupe IBL, renforcer son intervention de développement communautaire auprès des familles vulnérables qu'elle accompagne, afin de la mettre au service d'autres quartiers de l'île. Dans un même élan, elle désire apporter son expertise de plus de 15 ans sur le terrain aux entreprises d'IBL pour les aider dans la mise en place de leurs projets d'aide sociale. L'objectif : s'unir pour créer un impact plus important et durable dans la lutte pour le recul de la pauvreté. Dans ce contexte de réduction des fonds, la restructuration est venue conforter la fondation pour lui permettre de poursuivre sa mission : Reducing poverty sustainably.

Menant des actions sociales principalement ciblées dans les quartiers de Bois Marchand à Terre Rouge et de Chemin Rail à Rivière du Rempart, la FJL se réfère aux Sustainable Development Goals (SDGs) dirigés vers l'allègement de la pauvreté à travers l'éducation (SDG 1 et SDG 4), la santé (SDG 3) et le développement communautaire (SDG 11). Avec ces objectifs comme guides, la FJL concentre son énergie sur la population la plus à risque de ces quartiers : les jeunes. Elle insiste, par ailleurs, sur l'importance de transmettre aux bénéficiaires les outils qui vont leur permettre de développer leur autonomie.

Au cœur de la réflexion pour une intervention plus efficace, la fondation a souhaité étendre cette autonomie aux équipes CSR des entreprises du Groupe IBL afin qu'elles deviennent, elles aussi,

actrices de changements sur la durée. Le plan stratégique se compose ainsi de quatre principaux axes : l'Empowerment Programme, le Literacy Programme, le Rapid Response Programme et la Research Unit.

Empower!

Ces quatre axes ont été établis selon une ambition claire : positionner la fondation comme une experte en capacity building. Elle aspire, à travers ce plan, à mieux orienter ses actions et être plus réactive face aux besoins. L'Empowerment Programme, le pilier de ce plan, s'adresse aux communautés vulnérables et aux entreprises d'IBL. "Pour lutter contre la pauvreté, la FJL propose de construire une relation qui permettra aux communautés de grandir selon leurs capacités, d'avoir confiance en elles-mêmes et de se prendre en main, explique Martine de Souza, Head of CSR à IBL. Nous souhaitons également transmettre ce savoir-faire aux entreprises du groupe qui s'impliquent déjà dans le travail social et collaborer avec elles pour que les actions d'aide qu'elles mènent aient davantage d'impact sur le long terme. Notre intervention consiste à les accompagner dans l'identification et l'évaluation des besoins, à les orienter vers des ONG partenaires ou les communautés vulnérables, et à susciter en elles, à travers des ateliers, un engagement sur le terrain." En effet, pour aborder le fléau de la pauvreté, la fondation est toujours allée à la racine du problème. Cette stratégie a porté ses fruits. Le Chemin Rail Social Housing Programme en est l'exemple concret. Trente familles sont sorties d'une précarité extrême et ont aujourd'hui un logement décent avec un jardin spacieux. Douze ans après le début de ce projet, la FJL est en mesure de réduire progressivement son intervention auprès

des familles. Celles-ci contribuent une somme modeste chaque mois pour leurs maisons, ce qui leur permettra, à terme, d'obtenir un titre de propriété. Les habitants ont été entièrement impliqués dans la réalisation du projet. Un accompagnement a été mené pour qu'ils prennent conscience de leur responsabilité et potentiel à donner une nouvelle direction à leur vie.

Même résultat encourageant à Bois Marchand, région que la FJL accompagne depuis 12 ans. Plusieurs projets infrastructurels, dont la construction d'une école maternelle du quartier, ont vu le jour. Dernièrement, le projet 'Revey Twa Bois Marchand Pou Nou Fierté' a apporté un nouveau souffle dans la vie des habitants. Il illustre précisément le développement communautaire que préconise la FJL, où la communauté a fait partie intégrante des améliorations dont elle bénéficie aujourd'hui. La FJL a d'abord invité les habitants à identifier les manquements dans leur quartier. Absence d'espaces verts ou d'institutions éducationnelles pour les plus jeunes, rues non asphaltées, un fort taux de criminalité et la présence de trafic et de consommation de drogues sont autant de points soulevés par les habitants. Cette capacité à analyser sa propre situation, à proposer des solutions et à les mettre en place, a apporté une dynamique pérenne. Après l'aboutissement de ce projet de trois ans en 2020, le quartier de Bois Marchand bouge grâce à l'embellissement des lieux par le groupe de facilitateurs formé par la FJL, des ateliers d'apprentissage et de développement personnel destinés aux jeunes, des formations pour les parents, mais aussi des campagnes de sensibilisation à la santé et l'accès aux soins médicaux, parmi d'autres actions.

Programme 360°

Les trois autres axes sur lesquels se positionneront les actions de la FJL jusqu'en 2023 – Literacy Programme, Rapid Response et Research Unit – visent à s'attaquer à la source du taux de pauvreté. "Si l'on veut avoir un impact durable sur la pauvreté, il faut que nos bénéficiaires, adultes comme enfants, puissent lire, écrire et compter. Il est essentiel de repartir sur les bases de l'alphabétisation", souligne Martine.

Le Rapid Response a été développé après les événements marquants de 2020 – le Covid-19 et le naufrage du vraquier MV Wakashio – qui ont créé un climat de détresse au niveau national. La FJL souhaite, à travers ce troisième axe, pouvoir répondre rapidement à des situations d'urgence. D'ailleurs, le second confinement annoncé le 9 mars dernier pour cause d'une nouvelle épidémie du Covid-19 sur l'île a permis à l'équipe de la FJL, d'être réactive et efficace dès le départ. Enfin, l'axe Research Unit permet à la FJL d'évaluer ses actions, mais aussi, de construire ses programmes sur des evidence-based initiatives qui existent au niveau local et à l'international.

"Même si la FJL a, aujourd'hui, trois fois moins de budget qu'il y a quatre ans, nous n'avons rien sacrifié à nos programmes. Cette restructuration nous permettra, au contraire, une meilleure optimisation de nos ressources pour les mettre au service de nos objectifs", conclut Martine.



À Bois Marchand, les jeunes représentent un réel atout pour le développement communautaire.



"Même si la FJL a, aujourd'hui, trois fois moins de budget qu'il y a quatre ans, nous n'avons rien sacrifié à nos programmes. Cette restructuration nous permettra, au contraire, une meilleure optimisation de nos ressources..."

Le CSR, l'affaire de tous



Pour marquer les 15 ans de la Fondation Joseph Lagesse en 2020, un Breakfast Meeting avec les CEOs, cadres et responsables CSR des entreprises du Groupe IBL a eu lieu le 9 décembre dernier, à l'auditorium Cyril Lagesse de IBL House. Une cinquantaine de collaborateurs étaient réunis pour mener une réflexion en profondeur sur les moyens de collaboration, avec l'axe du développement communautaire comme point de départ. Cet atelier, proposé par Martine de Souza, Head of CSR à IBL, et animé par Nadia Peerun, consultante, et l'invité d'honneur, le Dr Jonathan Ravat, un des directeurs du conseil d'administration de la FJL et figure incontournable du travail social à Maurice, a réveillé les consciences de l'audience. Celle-ci a mieux saisi les enjeux de la lutte contre les inégalités à Maurice et par conséquent, le besoin de s'engager sur le moyen et long terme. De nombreuses propositions ont émergé pendant cette rencontre et feront l'objet de groupes de travail. La FJL prévoit de rencontrer à nouveau les entreprises pour les guider et réfléchir à des opportunités de partenariat intragroupe. L'étape culminante pour la fondation sera d'organiser une conférence sur le CSR à Maurice, avec les principaux acteurs de tous secteurs confondus.



Horizon 2024

Depuis 2020, la Fondation Joseph Lagesse bénéficie d'un important soutien financier de l'Union européenne dans le cadre de son projet "Horizon 2024 – A teenage pregnancy prevention initiative". Celui-ci vise à prévenir les grossesses précoces, réelle problématique à Bois Marchand. L'objectif, étalé sur quatre ans, est d'informer et de former les jeunes sur la vie affective et

relationnelle, ainsi que sur la santé sexuelle. Plusieurs activités sont prévues pour promouvoir l'égalité des genres et déconstruire les stéréotypes liés au genre. Des ateliers et groupes thérapeutiques font aussi partie du projet. Destiné aux adolescents, jeunes adultes et aux parents, le programme Horizon 2024 ambitionne de toucher plus de 200 personnes.

Le projet "Horizon 2024" vise à soutenir les jeunes mères.

Think out of the box!

Jonathan Ravat, chef d'équipe des études sociales à l'Institut Cardinal Jean Margéot (ICJM), anthropologue des religions et membre de la Fondation Joseph Lagesse depuis plus de 10 ans, nous éclaire sur l'urgence de placer le développement communautaire au cœur de nos actions d'aide aux communautés dans le besoin.

1. Pourquoi les entreprises devraient-elles aller au-delà du soutien financier ?

Le développement communautaire a marqué la Fondation Joseph Lagesse dès sa création. Pendant le Breakfast Meeting du 9 décembre 2020, nous avons créé un électrochoc en remettant en question les schémas cognitifs et le cadre mental dans lesquels opèrent les entreprises. Nous les avons appelées à devenir un acteur social. Il est important, lorsqu'on parle de responsabilité sociale des entreprises, de sortir de sa posture de sponsor et revoir sa manière d'aider. Il faut briser ces structures d'aides traditionnelles. Think out of the box!

2. Comment susciter, chez les communautés vulnérables, l'envie de prendre en main leur destinée ?

La mobilisation communautaire, aussi minime qu'elle puisse être, existe déjà. L'apport de la FJL est comme un catalyseur. Quand une fondation se met dans la posture de l'accompagnateur, elle permet de faire remonter force, potentiel et résilience.

3. Lors du Breakfast Meeting, vous avez parlé du développement communautaire dont vous avez été témoin à Cité Barkly...

Barkly était un foyer de drogue dans les années 80 et un lieu de violence pendant les émeutes de 1999. Il y a toujours des défis, mais ce quartier est devenu un fleuron du développement communautaire, grâce à de jeunes universitaires qui s'engagent pour leur communauté. Ce lieu, ayant bénéficié d'une aide externe, est maintenant géré totalement par les habitants. Ils ont accès à l'informatique et à la performance académique et leur quartier est un foisonnement d'initiatives. Il y a eu un changement infrastructurel et structurel, mais ce changement vient surtout au niveau humain !

Être un leader, un choix individuel et une motivation collective

par Linda Tack Shin

Le leadership reste plus que jamais d'actualité aujourd'hui dans un contexte plein de défis. Gérer une entreprise ou une équipe ne veut pas forcément dire qu'on est un leader. Le Groupe IBL l'a bien compris et propose un guide pour accompagner le développement de chaque employé.

Les entreprises du Groupe IBL ont besoin de leaders à tous les échelons – celles et ceux qui inspirent, guident et fédèrent les autres autour d'une vision commune pour sortir de la crise, accueillir les changements, et atteindre les objectifs. Comme l'indiquent les gourous du leadership, Steven Covey ou Simon Sinek, être leader reste un choix personnel. Cela se construit. Et tous les jours.

Dans ce sens, IBL propose désormais un guide pour permettre à chaque employé de renforcer ses qualités de leadership. Notre groupe a développé, avec le soutien des consultants de RBL, son Leadership Framework : le SPICE – Strategic Leader, People Leader, Inspirational Leader, Customer Centric Leader et Execution Leader. Et on constate que l'impact collectif s'avère être percutant sur le développement et la réussite de nos divers business.

Ce qui nourrit le développement personnel

Le leadership ne s'acquiert pas que dans des formations. Le leader grandit lorsqu'il sort de sa zone de confort : trouver une solution innovante pour un client, participer à un projet hors

de son domaine de prédilection, se remettre en question ou partager sa connaissance avec un collaborateur. Surtout, le leadership se nourrit aussi après les horaires de bureau. En effet, les actions menées dans sa vie personnelle, telles que l'implication dans une œuvre sociale, alimentent le développement de l'individu.

Pour encourager les talents à poursuivre leur parcours de leader, notre département Talent & Leadership lance l'initiative "My Leadership Journey". Ce document, suivi d'une session de partage, offre des astuces de développement sur chaque composante du SPICE autour de trois axes : la formation formelle, l'apprentissage sur le tas et l'expérience hors travail.



Des sources d'inspiration

Trois talents du Groupe IBL nous partagent leurs expériences respectives qui sont des sources d'inspiration pour tous.

1. Karen Bambous est Office Clerk chez Winner's de Cascavelle depuis que l'enseigne a repris Monoprix en février 2019. Gérant la partie administrative et faisant le lien avec les différentes sections et le siège de Winner's, Karen suit fidèlement les règles de l'entreprise mais aime comprendre le pourquoi des choses. Elle fait des suggestions pour améliorer les résultats et donner satisfaction à ses collègues et aux clients. Récemment, sa contribution et sa créativité ont permis de trouver une solution pour l'utilisation du nouvel outil de gestion du capital humain, Dayforce. Karen est une force tranquille du supermarché. Pour elle, se développer en tant que leader c'est savoir se motiver continuellement, travailler en équipe et vivre une vie équilibrée entre travail et famille.
2. Office Attendant/Driver au Corporate Centre d'IBL depuis 2017 après avoir travaillé 5 ans chez BlueLife, Ajay Pursunnoo vit le leadership tous les jours dans sa manière de travailler et d'aborder les gens. "Je suis fier de travailler pour IBL, dit-il. J'accueille les visiteurs du 5^e étage par leur nom et j'aime les mettre à l'aise. Mo konsian mo repzant IBL. Kan mo kondir van konpani, mo donn dimounn sime." Ajay est animé par l'esprit

de collaboration prévalant sur son étage, quel que soit le niveau hiérarchique. C'est un collaborateur qui inspire les autres par sa bonne humeur et sa positivité. Il sait s'ajuster aux événements et aux gens pour être heureux. Ajay a été inspiré par Robin Banks, expert du Mindpower qui a prôné l'énergie positive et l'alignement esprit, corps et action, lors de son séminaire à IBL en 2018. Ajay se motive sans cesse et motive les autres avec le fameux "Recharging!"

3. Employée chez DTOS depuis 12 ans, Tarishma Damry Kundomal est aujourd'hui Manager – Client Administration dans le département Business Solutions & Private Clients. Sa devise rejoint les célèbres mots de Winston Churchill : "Success is not final. Failure is not fatal. It is the courage to continue that counts." En effet, dans son management au quotidien, Tarishma ne s'arrête pas aux erreurs ou échecs. Au contraire, c'est une opportunité de voir les choses avec une nouvelle perspective afin d'arriver au résultat souhaité. Les nouveaux règlements étant fréquents dans le secteur des services financiers, elle accueille ces changements comme une remise en question et une occasion de s'améliorer. Elle trouve important de motiver et d'accompagner ses collaborateurs en reconnaissant un travail bien fait, en animant des réunions régulières, individuelles ou en équipe, tout en profitant de faire quelques repas ensemble. Pour Tarishma, le Groupe IBL est un "great learning place". Elle souhaite davantage d'échanges et de synergies entre les différentes entités du groupe pour se développer en tant que leader, comme elle a pu le vivre récemment dans son parcours de formation au Management Development Programme (MDP).

Chaque talent est différent et doit se motiver personnellement, mais avec l'encouragement de ses collaborateurs, il pourra aller loin. Ensemble et individuellement, les équipes apportent avec passion, leur spécificité et leur contribution à la réussite de la mission d'IBL.

Linda Tack Shin

Linda a rejoint le siège d'IBL en 2003 après une belle expérience dans la gestion des groupes incitatives, le service clients et la formation dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme. Aujourd'hui en tant que Human Capital – Group Development Manager au sein d'une nouvelle équipe, elle gère le développement des employés tout en promouvant une approche modernisée de la gestion des Talents et du Leadership.

La marque employeur : pour répondre aux aspirations des jeunes générations

par Michel de Rovira

Le marketing serait né le jour où il est devenu plus difficile de vendre les voitures que de les fabriquer. Il en est de même avec la marque employeur. Le concept est apparu le jour où les entreprises ont compris que l'équilibre du marché de l'emploi s'était inversé au profit des salariés.

Ce sont Tim Ambler et Simon Barrow, deux auteurs anglais (un consultant en marketing et un universitaire), qui ont créé le concept de marque employeur. Ils sont passés outre le diktat : "On n'applique pas le marketing aux hommes et aux femmes comme s'ils étaient une lessive !" Ils ont démontré les bienfaits pour une entreprise d'avoir une stratégie ambitieuse pour recruter les meilleurs talents disponibles sur le marché du travail et retenir les employés les plus performants en valorisant l'appartenance à l'entreprise.

Le Covid-19 entraîne cette crise sanitaire mondiale que nous vivons tous et rend très probable le retour prochain d'un chômage plus élevé. Aussi, doit-on jeter à la poubelle tous les efforts de marque employeur jusqu'au redressement du marché de l'emploi ?

Ce serait, bien sûr, une erreur grave. Les marques (employeur ou produit) se construisent sur le long terme avec une cohérence qui est perçue par le salarié ou le consommateur dans le temps. Nous donnons notre confiance aux marques qui inlassablement répètent, améliorent et tiennent leurs promesses. Nous perdons confiance dans celles qui renoncent à leurs engagements au premier vent défavorable.

Ce serait aussi une erreur car celles et ceux nés dans les années 1990 et 2000 arrivant sur le marché de l'emploi ont des aspirations différentes de leurs aînés et sont en quête globale de sens. Et ces générations souhaitent que leur entreprise participe à donner un sens à leur vie. Quelle est la raison d'être de mon employeur ? Qu'apporte-t-il à la société, au-delà d'une création de valeur économique ?

Les équipes de ressources humaines ont pris le sujet de la marque employeur à bras-le-corps. Mais ça ne suffit pas. Selon une publication de la Harvard Business Review, "À une époque où seulement 12 % des candidats croient en ce que les employeurs disent d'eux-mêmes, les entreprises doivent plus que jamais compter sur leurs équipes pour se faire les porte-parole de leur expérience de salariés". Il appartient donc à chaque manager, chaque chef d'équipe de faire vivre aux salariés l'expérience la plus positive.



Michel de Rovira

Il appartient donc à chaque manager de faire vivre aux salariés l'expérience la plus positive

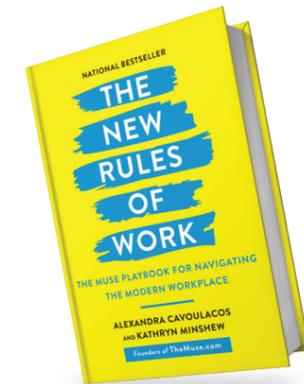
Avons-nous été formés à cela ? Rarement ! Et pourtant, on nous bassine avec "l'important c'est les people" ou "sans mon équipe je ne serais rien..." Comme entrepreneur, j'ai entendu cette rengaine pendant des années sans réussir à l'appliquer. Oui, je pressentais bien que les ressources humaines étaient déterminantes pour le succès de mon entreprise qui vend biscuits, yaourts et desserts. Pourtant, comment devais-je l'intégrer dans mes actions quotidiennes ? Il m'a fallu toucher du doigt la faillite et rencontrer une crise de confiance des équipes pour le comprendre. Comprendre qu'il m'appartenait de faire un travail d'introspection – qu'est-ce que j'attends de mon équipe ? Comprendre que je devais être capable de formuler simplement une réponse aux trois questions suivantes – je vous propose de faire le même exercice en y répondant en trois phrases.

1. Pourquoi travailler dans mon équipe est une super opportunité ? (Formation, apprentissage sur le terrain, contribution aux résultats globaux de l'entreprise, satisfaction de projets menés à bien, flexibilité des horaires...)
2. Quels talents vais-je développer chez chaque membre de mon équipe ? (Capacité analytique, savoir-faire manuel, management, prise de décision, excellence opérationnelle...)
3. Quelles attentes particulières ai-je auprès de mon équipe pour que nous travaillions bien ensemble ? (De quoi ai-je besoin pour être rassuré sur les décisions qu'ils prennent ? De quoi ai-je besoin pour prendre les décisions qui m'incombent ? Comment je raisonne ? De quelles informations ai-je besoin ?)

Vous aurez noté que je n'ai pas mentionné la rémunération comme élément d'intérêt pour travailler dans mon équipe. En effet, les études les plus sérieuses le rappellent, la motivation à long terme des salariés vient quand on active leurs aspirations intrinsèques – un travail intéressant, exigeant, les opportunités d'accomplissement et la possibilité d'accéder à des responsabilités plus élevées.

En somme, charge aux équipes des ressources humaines de poursuivre leurs efforts de fond pour une promesse cohérente de marque employeur. À moi, manager ou chef d'une petite ou grande équipe de la faire vivre à mon échelle et devenir le patron inspirant que j'ai toujours rêvé d'avoir. Pour ce faire, il me faudra l'ambition d'être à ma manière ce patron que j'admire : Indra Nooyi, Elon Musk ou tout simplement mon précédent chef qui m'a tant appris. Il me faudra être capable de faire mon propre marketing : montrer au quotidien ce qu'est la super opportunité de travailler à mes côtés et rendre visibles les talents que je développe dans mes équipes.

À commencer dès demain matin !



Pour aller plus loin

Les fondatrices du site de carrière TheMuse.com qui aide plus de 75 millions d'utilisateurs chaque année, ont publié le livre 'The New Rules of Work' en 2019. Ses 336 pages offrent l'occasion de comprendre du point de vue du salarié les nouvelles règles pour trouver sa vocation professionnelle, décrocher le job de ses rêves et filer de promotions en promotions. C'est en comprenant mieux les aspirations de nos salariés actuels et futurs, qu'on affinera la plus belle marque employeur !

Michel de Rovira

Michel de Rovira est le co-fondateur de Michel et Augustin, aujourd'hui une entreprise détenue par Danone Manifesto Ventures (groupe Danone). Depuis sa création en 2004, elle a développé une marque employeur efficace qui est souvent citée en exemple. Le 27 février 2020, Michel de Rovira est intervenu sur cette thématique devant 50 General Managers du Groupe IBL.

Bien dans ma peau, bien au boulot

Le monde bougeait déjà suffisamment vite. La technologie et l'économie menaçaient déjà l'érosion de la frontière entre travail et vie personnelle. Et le Covid-19 est venu chambouler cet univers complexe. Comment aborder la vie professionnelle, à laquelle on donne tant, dans ce contexte ?

Toujours plus vite, toujours plus performant, toujours plus tout court... Ce n'est pas la pub d'un détachant, mais ce que semble exiger, de plus en plus, le monde du travail. Alors que les entreprises doivent redoubler d'efforts pour rester à flot dans une crise sans précédent, plusieurs sentiments émergent au cœur des équipes qui les font vivre. Entre stress, frustration et codépendance, qu'est-il, en ces temps incertains, raisonnable d'attendre de l'entreprise qui fait vivre ses employés, mais sans qui, à son tour, ne connaîtrait pas un tel succès ?

Selon le psychologue d'entreprise David White, nous sommes passés d'une approche paternaliste à une culture qui valorise la performance, posant de nombreux défis. Notamment celui d'un développement personnel constant, ou encore de passer de "faire son job" à celui de trouver des solutions constructives. Alors, pour s'adapter tout en gardant son bien-être pour priorité, il faut savoir repenser les éléments clés du monde du travail.

Team work is dream work?

C'est l'essence du fonctionnement de toute entreprise : la synergie du travail de chacune des équipes qui converge

vers un objectif commun. Et l'individu dans tout ça ? Il reste au cœur de ce travail, car une chaîne ne saurait fonctionner sans un de ses maillons. Seul hic : il y a autant d'individus que de points de vue et de modes de fonctionnement. Alors, comment gérer les conflits ? Nicolas Autrey, Chief Human Resources Officer chez The Lux Collective, fait parler ses 23 ans d'expérience. "Il s'agit d'instaurer dans l'équipe une culture qui reconnaît que les conflits sains sont nécessaires et constructifs afin de faire avancer l'équipe et surtout l'entreprise – nous savons que l'absence de débats peut être contre-productive, explique-t-il. Le conflit et l'innovation sont étroitement liés. Il faut donc veiller à ce que le respect mutuel demeure en toutes circonstances, que les débats restent centrés sur les situations à résoudre et qu'il n'y ait pas de rancunes sous-jacentes et potentiellement nocives."

Valoriser sa fonction

Il y a le job. Il y a le poste. Si le job est (pris de façon simpliste) un rapport individuel à une to-do list, le poste se place comme une des nombreuses pièces dans la mécanique de l'entreprise, connectant les employés, tout en leur permettant de se distinguer.

Pour Anais Lo Fong, Marketing Manager chez MedActiv, l'innovation est un de ces moyens de valoriser son poste car étant "un état d'esprit, une volonté d'amélioration continue". C'est une approche qu'elle relie à la valeur People first du Groupe IBL.

"C'est l'idée qu'un employé n'est véritablement performant que s'il est lui-même heureux et satisfait dans son travail, développe Anais. La qualité de l'expérience client repose sur la qualité de l'expérience collaborateur." Ainsi, innovation et satisfaction sont conciliables, surtout lorsqu'on conçoit son rôle en y voyant l'opportunité de participer activement à la vie de l'entreprise en faisant ressortir les problèmes tout en suggérant des solutions.

Enfin, il ne faut pas oublier la valeur de la communication. Dans un monde qui semble compter de plus en plus de tabous, il faut souvent se rappeler que l'on peut quasiment tout dire si l'on y met le tact, le respect et l'empathie nécessaires. Solutions, idées apports, suggestions... Nous en avons tous. Il suffit de les communiquer convenablement pour se faire comprendre.

La qualité de l'expérience client repose sur la qualité de l'expérience collaborateur



Il suffit de communiquer convenablement pour se faire comprendre

David White, Psychologue d'entreprise, "démystifier l'innovation"

Comment relever les défis posés par ce monde du travail qui change ?

Quelques conseils :

1. Encourager les personnes à adopter une culture d'apprentissage permanente.
2. D'un point de vue organisationnel, mettre en place un dispositif de sécurité psychologique pour aider les employés à adopter l'approche précédente.
3. Revoir la plupart des postulats que nous avons établis au sujet du travail.
4. Démystifier l'innovation. La vraie innovation commence par l'écoute et l'observation pour mieux créer l'élément nouveau.
5. Comprendre la faculté et la portée des émotions pour agir de manière appropriée.

La balance entre vies personnelle et professionnelle de nos jours : état des lieux ?

La génération X (40-50+ ans), ayant assez de la philosophie des baby boomers se focalisant excessivement sur le travail, a décidé de rétablir cette balance entre les divers aspects de leur vie. Ils considèrent désormais le travail comme une des nombreuses composantes de la vie, d'où cette bascule à la philosophie "Travailler pour vivre", et non l'inverse.

La perméabilité de cette frontière personnelle/professionnelle est souvent testée. Comment gérer ?

Le Covid-19 a mis cette frontière – déjà fine à l'origine – à rude épreuve avec le télétravail. Depuis la pandémie, beaucoup de personnes ont des sentiments complexes à cet égard. Certains se sentent coupables de négliger leur famille et d'autres ont peur de ne pas en faire assez au travail. Ces sentiments de peur et de culpabilité sont bien réels, mais nous ne pouvons pas les laisser prendre le dessus. Le meilleur outil pour les vaincre est de les rationaliser en se demandant :

- D'où ces sentiments proviennent-ils ?
- Quand se font-ils sentir ?
- Quels effets ont-ils sur ma performance ?
- Lesquels sont réels, et lesquels sont imaginaires ?



Les trois engagements de Winner's pour un futur meilleur

par Stéphanie Serret

En tant que leader du secteur de la grande distribution, Winner's a le devoir d'être exemplaire en matière de développement durable. Afin de structurer ses actions dans ce sens, la chaîne de supermarchés se concentre sur trois des 17 Sustainable Development Goals (SDG) qui prévoient un développement économique et social en faveur de notre planète et des populations.



Les 17 Sustainable Development Goals (SDG) ont été adoptés par l'ONU en septembre 2015 pour favoriser un développement socialement équitable et économiquement prospère, inclusif, respectueux de notre environnement et prévisible à l'horizon 2030.

Début 2020, Winner's a mené une réflexion approfondie pour se positionner sur ces SDG. Notre objectif était alors de donner du sens à notre engagement, en le liant à la nature des activités de l'entreprise. Une équipe au sein du département marketing, majoritairement composée de jeunes militants pour la cause, a alors été créée pour s'assurer de son bon déroulement.

Lutter contre l'insécurité alimentaire

Le premier SDG que le groupe a choisi est le SDG 2, "Zero Hunger". Fort de son rôle dans l'industrie alimentaire, Winner's a à cœur d'apporter son soutien à la société mauricienne en luttant contre l'insécurité alimentaire. Avant la pandémie de Covid-19, on estimait que ce problème touchait 17 % de la population mauricienne. Depuis le début de la crise, ce chiffre a drastiquement augmenté. La raison principale reste évidemment liée à un contexte économique tendu – une analyse des effets socioéconomiques du Covid-19 réalisée par Statistics Mauritius et la Banque mondiale indique notamment une hausse de 5,9 % du chômage entre mai et juillet 2020.

C'est dans ce contexte que Winner's lançait, le 25 juin 2020, sa première collecte de denrées alimentaires – opération renouvelée tous les mois sur une période de 12 mois. Réalisée sur trois jours dans les 24 magasins de l'enseigne, où 120 associations étaient présentes pour récolter les dons effectués par les clients, cette première édition a permis de récolter plus de Rs 1600 000 de dons.

Afin de donner un rayonnement plus important à ce projet, Winner's a mis à profit son réseau de communication – lui assurant ainsi plus de visibilité et un taux de participation accru. "Il est extraordinaire de constater l'engouement des employés pour soutenir les ONG durant chacune des collectes", confie Aldo Létimier, Chief Operating Officer de Winner's.

Réduire l'impact sur l'environnement

Winner's s'est ensuite positionné sur le SDG 13, "Climate Action". Le groupe a mené une opération pour éradiquer le plastique et le polystyrène dans ses cafétérias Gourmand'île, ainsi que pour certains produits alimentaires, tels que les fruits et légumes emballés de la marque Winner's. Ces emballages ont été remplacés par un composant 100 % biodégradable et compostable.

Cette action a été lancée en décembre 2019, bien avant que le plastique ne soit banni par le gouvernement mauricien. Pour rappel, les Environment Protection



(Control of single use plastic products) Regulations 2020 prévoient, depuis le 15 janvier 2021, l'interdiction de vendre dix produits en plastique spécifiques. C'est en juin 2020 que Gourmand'île et le département des fruits et légumes ont réussi cette transition. Si elle s'est avérée longue et difficile, le résultat en vaut certainement la peine car cela représente près d'un million d'éléments chaque année.

Winner's entame actuellement la seconde phase de ce projet avec le remplacement des barquettes en polystyrène utilisées en boucherie, en poissonnerie et en fromagerie avec ces mêmes alternatives recyclables et compostables.

Concernant la division des opérations, l'enseigne a implémenté le recyclage des huiles usagées de ses cuisines, avec l'aide de

son partenaire Bioil Ltd qui est le seul collecteur agréé de déchets alimentaires huileux et graisseux pour les particuliers, les entreprises et les collectivités à l'île Maurice. Plus de 5 920 tonnes d'huiles usagées de chez Winner's ont ainsi été recyclées depuis janvier 2021. Qu'advient-il de ces produits collectés ou achetés ? Ce déchet ménager est valorisé à travers un traitement spécial en biocarburant de seconde génération. Cela contribue à diminuer l'émission de gaz à effet de serre, notamment dans le transport routier. L'huile alimentaire est une alternative au carburant local et est aussi transformée en biocarburant en Europe.



La dernière nouveauté est le remplacement des caddies des magasins de Rivière du Rempart et de Cascavelle. Plus de 320 nouveaux caddies et 520 nouveaux paniers fabriqués par Oceanis sont désormais à la disposition de notre clientèle. Leur particularité ? Ils sont fabriqués à partir de polypropylène recyclé, issu d'articles de pêche – l'une des principales causes de pollution marine.

En effet, selon le rapport 'Ghost gear' de Greenpeace, les pêcheurs perdent ou laissent chaque année 640 000 tonnes de filets et de cordes dans les océans. Cela représente 27 % des déchets qui endommagent les mers et sont responsables d'un nombre important de morts animales. Chaque panier ou chariot Oceanis évite que 1,5 mètre de corde se retrouve en mer et permet ainsi de réduire de 20 % les gaz à effet de serre dans le processus de fabrication. Cette société reverse également une partie de ses bénéfices à l'ONG internationale Plastic Change. En investissant avec Oceanis, Winner's marque une étape importante supplémentaire dans son engagement en faveur de l'économie circulaire, du recyclage et de la protection de l'environnement. Ce déploiement est prévu sur toute la chaîne de magasins à l'horizon 2022.

Dans la même dynamique pour un environnement durable, Winner's va bientôt offrir à sa clientèle la possibilité d'utiliser des sacs réutilisables pour emballer en vrac les fruits et légumes.

Plus fort ensemble

Enfin, Winner's prend un troisième engagement : le SGD 17, "Partnership for the goals". Depuis juillet 2020, nous mettons en avant un fournisseur local chaque mois sous la bannière de "Nu pei, Nu valer" afin de promouvoir l'artisanat local, son savoir-faire et ses produits.



Winner's affiche pleinement sa volonté de soutenir un développement durable en s'appuyant sur la créativité et la motivation de ses équipes. Le succès de ces opérations, en lien direct avec la nature de ses activités, repose largement sur l'implication et la collaboration de l'ensemble de ses acteurs. In fine, ces objectifs constituent une opportunité de développement, de mise en œuvre de solutions et de technologies visant à relever les plus grands défis de développement durable auxquels notre monde est confronté. Et ils démontrent notre envie de créer un futur meilleur pour tous.

Sous la bannière "Nu pei, Nu valer", nous promovons l'artisanat local, son savoir-faire et ses produits

Stéphanie Serret

Stéphanie a rejoint Winner's en septembre 2018 après plus de 16 ans dans le domaine de la communication et de la publicité qui lui ont apporté une riche expérience au service des entreprises mauriciennes. Aujourd'hui, Head of Marketing de Winner's et entourée d'une équipe extrêmement dynamique, elle gère la stratégie marketing, la communication digitale, l'animation du site e-commerce ainsi que le développement durable de la chaîne de supermarchés.



Jimmy Wong, CEO de DTOS :

“Je crois fermement en l’avenir de notre secteur financier international”

Après avoir connu une progression fulgurante pendant 25 ans, le secteur des services financiers connaît quelques défis à Maurice. Pour autant, Jimmy Wong, CEO de DTOS, une des entreprises pionnières du secteur, regarde l’avenir avec sérénité.

Depuis quelques années, le secteur du Global business a connu de profondes évolutions. En tant que pionnier du secteur avec près de 25 années d’expérience, comment analysez-vous le chemin parcouru ?

Pour comprendre l’évolution de notre industrie, il faut revenir aux origines. Au début des années 90, Maurice crée un centre off-shore et se dote d’un cadre réglementaire qui permettra aux investisseurs étrangers d’utiliser le pays comme plateforme financière. Au même moment, l’Inde s’ouvre aux investissements étrangers. Un traité fiscal signé en 1983 entre nos deux pays permet aux investisseurs de structurer leurs investissements à travers Maurice de façon très efficace. Dès lors, tout concordait pour faire de Maurice un centre de placements financiers, notamment pour ceux souhaitant investir en Inde. Du jour au lendemain, Maurice s’est retrouvé sur la carte mondiale et le flux des investissements passant par notre île n’a pas cessé depuis. Cela a eu pour avantages de nous permettre d’acquérir très rapidement une connaissance des flux financiers internationaux, mais également de nous mettre en relation avec des fonds managers et investisseurs internationaux. Pour autant, les premiers soubresauts sont arrivés dès la fin des années 90. L’Inde ayant commencé à questionner certains aspects du traité Inde-Maurice, nous avons dû envisager d’autres marchés. Dès le début des années 2000, nous nous sommes tournés vers la Chine, d’abord pour les investissements inbound (via Maurice vers la Chine), puis outbound (de la Chine vers l’Afrique, via Maurice). Le marché sud-africain s’est aussi développé rapidement et représente aujourd’hui une opportunité énorme pour Maurice. Ces 25 premières années ont été riches d’expériences et, aujourd’hui, notre secteur retrouve sa raison d’être initiale : positionner Maurice comme le centre financier international pour l’Afrique.

Le groupe DTOS fête cette année ses 28 ans. Comment s’est-il adapté à ces changements ?

J’ai eu le privilège de suivre l’évolution de notre secteur depuis ses débuts. DTOS a pris, très tôt, les devants en ouvrant des bureaux au Kenya et en Ouganda. Forts des compétences acquises depuis de nombreuses années sur nos marchés

traditionnels et ces nouveaux pays, nous avons pu proposer de nouveaux services, que ce soit dans l’Outsourcing, le Private Wealth ou le Business Solutions.

Avec la renégociation du traité avec l’Inde en 2016 et sous la pression réglementaire internationale qui s’est intensifiée au cours des cinq dernières années, la juridiction mauricienne a dû s’adapter. Aujourd’hui, la conformité est devenue prépondérante dans notre métier et DTOS s’est très tôt pourvu d’outils permettant d’aider les acteurs de ce secteur.

Votre secteur et plus largement la réputation de Maurice ont été entachés par l’inscription de Maurice sur la liste noire de l’Union européenne (UE). Quelle est votre position sur ce sujet important ?

Après notre inscription sur la liste grise du Groupe d’action financière (GAFI) et sur la liste noire de l’UE, nous devons nous conformer à cet environnement lourdement réglementé. Cela représente un challenge, mais c’est aussi une opportunité pour que nous, les professionnels du secteur des services financiers, nous nous mettions à niveau.

Nous espérons obtenir du GAFI un “in principle clearance” lors du Grand Oral des membres du sous-comité de Maurice le 22 janvier dernier. Malgré tous les efforts pour convaincre que le pays est parvenu à respecter les obligations imposées pour sortir de la liste grise, il faudra attendre la prochaine réunion d’octobre 2021. Le gouvernement est à pied d’œuvre pour que notre juridiction puisse sortir de la liste noire de l’EU avant fin 2021.

Comment les clients, partenaires et prospects réagissent-ils à l’inclusion de Maurice sur ces deux listes ?

La réaction générale n’a pas été aussi négative que nous le pensions. Mais il faut bien comprendre que nous pourrions tenir que si notre présence sur cette liste est de courte durée. Nos clients existants continuent de nous faire confiance mais ils attendent notre retrait de la liste noire à brève échéance. Quant aux prospects et à nos partenaires, ils regardent pour l’instant d’autres options. C’est pourquoi il est crucial que Maurice démontre que tout est entrepris et que des progrès significatifs soient reconnus.

défis et opportunités

Comment pensez-vous que les Management Company devraient gérer la situation pour redonner confiance aux investisseurs ?

Je le mentionnais au début de l’interview : très tôt, nous avons dû faire face aux questionnements sur le traité Inde-Maurice et cela s’est soldé par un jugement de la cour suprême indienne en faveur de Maurice. Il est donc essentiel de garder confiance dans notre système et nos acteurs et continuer à valoriser les atouts réels du centre financier mauricien : notre cadre réglementaire est solide et toutes les vérifications nécessaires de Know Your Customer (KYC) sont rigoureusement effectuées avant d’accepter un client.

Comme la plupart des Management Companies, DTOS a, depuis longtemps, adopté cette approche basée sur la gestion des risques et nous possédons un bilan irréprochable auprès de notre régulateur – la Commission des Services Financiers (FSC). Il est, plus que jamais, important de rappeler que nous sommes une juridiction crédible. Les évolutions réglementaires auront des conséquences importantes sur le nombre d’opérateurs du secteur, mais nous devons faire face à ce nouveau défi en rassurant nos investisseurs sur la qualité et la pérennité de l’offre de services de DTOS et de notre Centre Financier International.

Pensez-vous que le secteur des services financiers mauriciens subira le même sort que le textile et le sucre ?

Oui, dans le sens où ces deux secteurs ont su s’adapter aux différentes crises pour en ressortir grandis. Étant aujourd’hui à la croisée des chemins, nous devons saisir cette opportunité pour nous réinventer, comme ont su le faire, avant nous, le textile et le sucre. Je crois fermement en l’avenir de notre secteur financier international qui, en 25 ans, s’est construit une réputation et une capacité de service de premier plan. Notre plateforme est basée sur notre capital humain, nos infrastructures, nos connaissances et nos savoir-faire qui nous permettent de regarder l’avenir sereinement. Nous devons sortir de la liste noire de l’UE plus fort, avec un secteur financier bien régulé et plus compétitif.

Quel est le risque de voir des investisseurs préférer d’autres juridictions telles que Giff City, Dubai ou même le Rwanda ?

Je ne vois pas ces juridictions comme des concurrents, mais plutôt comme une complémentarité à nos services et produits. Nous venons d’ouvrir deux bureaux aux Émirats arabes unis – au Dubai Multi Commodities Center et à Ras Al Khaimah. Nous y avons également détaché un de nos managers pour mieux servir nos investisseurs et attirer de nouveaux clients avec une gamme de services élargie.

Comment envisagez-vous les prochaines années de développement pour DTOS ?

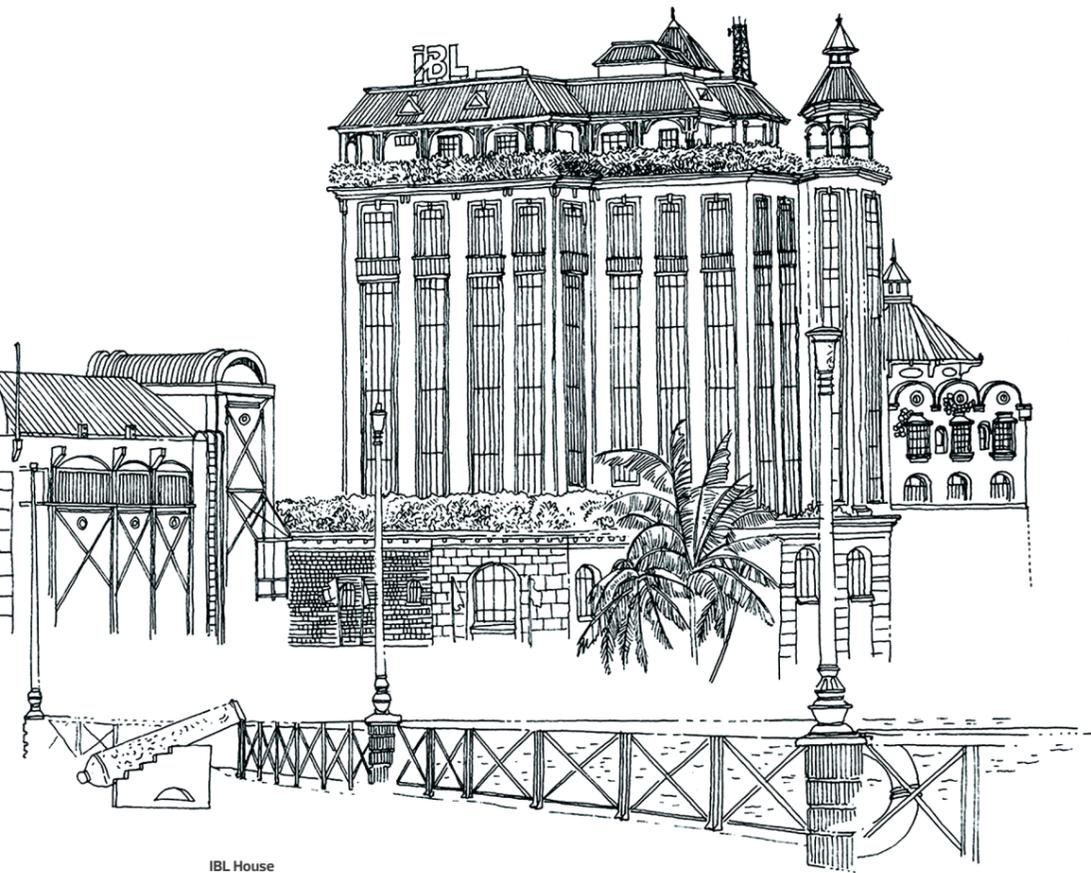
Le groupe s’est restructuré durant les deux dernières années avec un nouvel organigramme et de nouvelles lignes de service afin de mieux répondre aux besoins de nos clients et prospects, avec notamment un département dédié à la conformité. Nous avons investi massivement dans un ERP complet, Navone. Ce système nous permettra une gestion centralisée de nos données et processus afin de gagner en efficacité opérationnelle et donc d’améliorer l’expérience client. En parallèle, nous sommes engagés dans le repositionnement de la marque DTOS au niveau local, régional et à l’international. Après Dubaï, nous continuons notre expansion internationale avec l’ouverture de bureaux à Madagascar. Fier de notre identité mauricienne, le groupe DTOS se veut être un des leaders du secteur à Maurice pour les investisseurs étrangers.

“Il est essentiel de garder confiance dans notre système et de valoriser les atouts réels du centre financier mauricien”

L'architecture de Port Louis : une diversité de styles et d'influences

Une balade à travers l'architecture de Port Louis, c'est amener à lever les yeux pour observer ce qui nous entoure : une diversité d'influences et des contrastes de styles, matériaux et d'époques qui se côtoient dans une ville chargée d'histoire. Quand on parle de patrimoine architectural mauricien, on pense certainement aux maisons coloniales aux toits de bardeaux et à la varangue ombragée. Pourtant, les différents courants d'architecture occidentaux ont eu leur influence à Maurice. Ces styles ont été adaptés au climat mauricien et à notre environnement naturel, utilisant la roche volcanique et le bois disponibles. Ils ont été "tropicalisés" pour devenir proprement mauriciens.





IBL House

Port Louis, ville historique

En 1731, les Français font de Port Louis le chef-lieu de la colonie. C'est avec le port que commence le développement de la ville, particulièrement sous le gouverneur Mahé de La Bourdonnais. La Compagnie française des Indes Orientales lui donne pour mission d'y aménager un port d'escale et de ravitaillement pour les navires traversant la route des Indes. Lorsque La Bourdonnais se voit confier la tâche d'installer les structures essentielles au fonctionnement de la colonie, Port Louis devient alors une escale incontournable dans l'océan Indien.

Caudan

Notre balade débute, là où tout commença : le port et son front de mer, connu aujourd'hui comme le Caudan Waterfront, inauguré en 1996. Si la plupart des vieux entrepôts ont disparu, quelques murs en roches volcaniques datant de l'époque britannique subsistent au cœur de cet ensemble postmoderne des années 1990.

IBL House

IBL House est certainement un des plus beaux exemples de cet héritage. On peut y voir la date "1856" gravée dans la roche, les symboles maçonniques et le nom de l'architecte Georges Garbert au-dessus de la porte principale. Ce bâtiment, dont seul le rez-de-chaussée semi-industriel de la mi-XIX^e siècle a été préservé, abritait alors Blyth Brothers and Co Ltd, fondé en 1835 par le commerçant britannique James Blyth, qui devint une des plus grandes maisons de commerce de Port Louis à l'époque.

La Loge

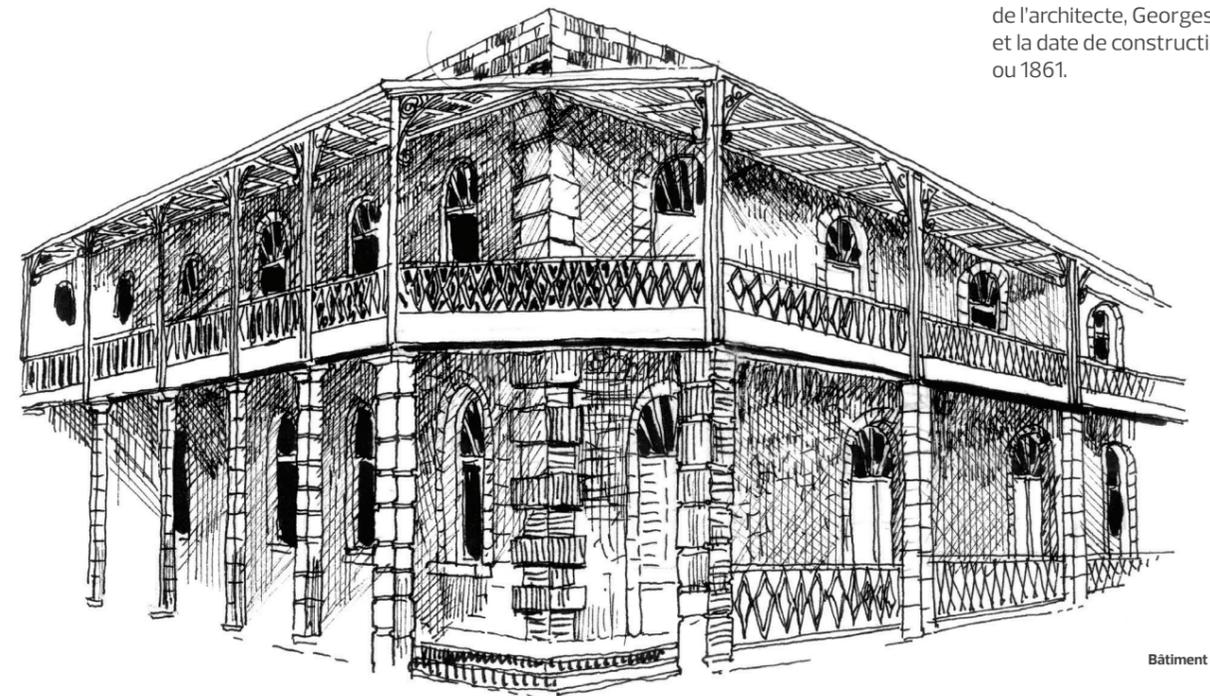
La Loge, ainsi nommée à l'époque française, se situe autour de la Place d'Armes. Sa construction et sa fortification débutent dès 1725 sous le gouverneur Denyon (1725-1726), allant de l'actuel théâtre au front de mer : hôtel du gouvernement au centre, et tout autour les magasins aux vivres, la boulangerie du Roy, la prison, mais aussi l'armurerie et la salle d'armes, d'où son nom.

Hôtel du gouvernement

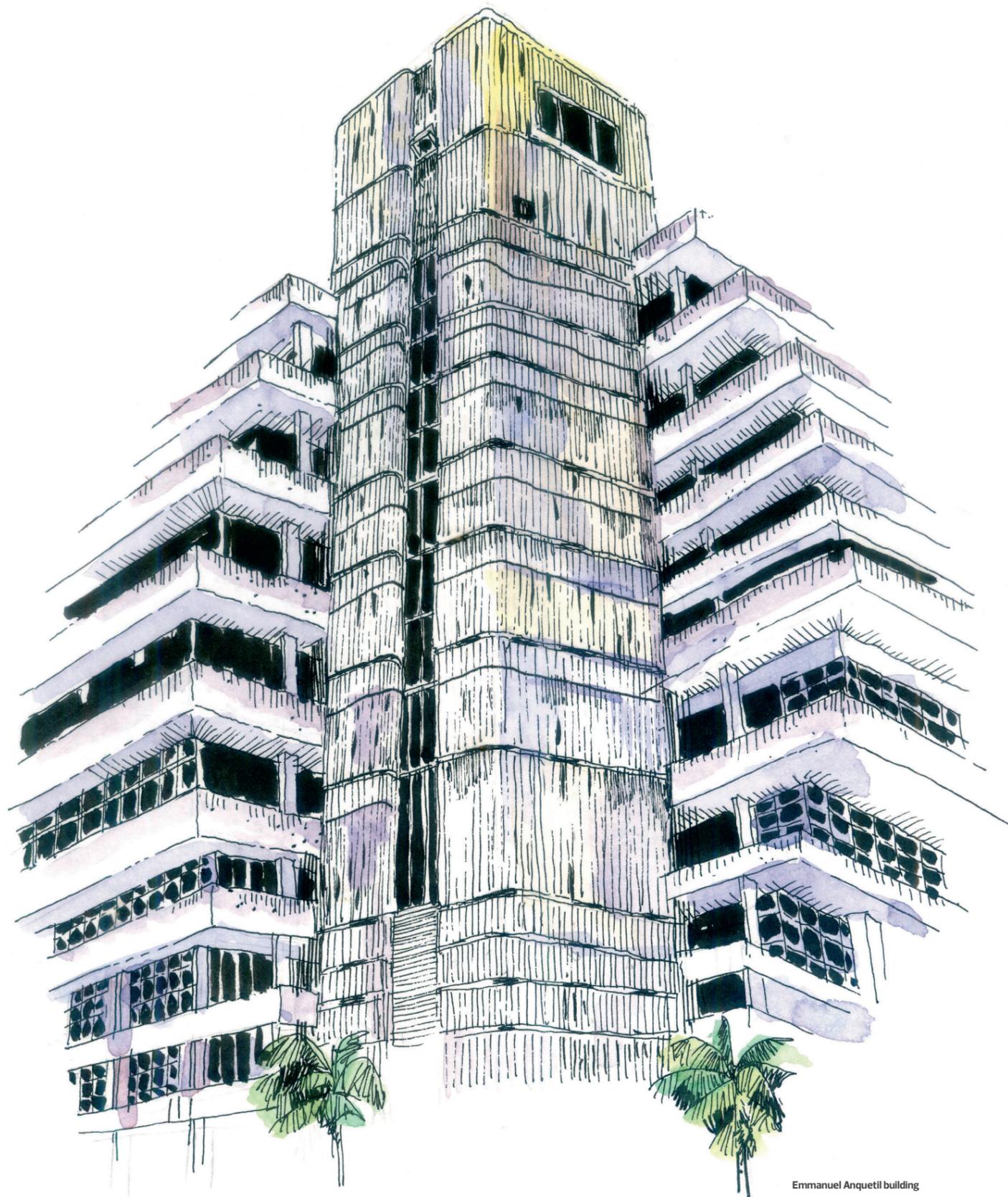
La place est bordée de bâtiments datant de différentes époques et aux styles éclectiques. Le plus ancien est hôtel du gouvernement, classé monument national. Il commence à être construit en roches volcaniques en 1731 sous le gouverneur de Maupin (1729-1735), lorsque le chef-lieu de la colonie est transféré de Vieux Grand Port à Port Louis. Le gouverneur La Bourdonnais viendra renforcer le bâtiment existant en 1738 et le nomme hôtel du gouvernement.

HSBC

Le siège de la HSBC à la Place d'Armes est également classé monument national. Construit à la mi-XIX^e siècle, il se situe à l'emplacement de ce qui fut l'Intendance durant la période française, et plus tard le siège de la Banque de Maurice. Différentes banques se succédèrent dans ces murs jusqu'à ce que la HSBC s'y installe en 1983. Dans ce bâtiment de style néoclassique victorien, la colonnade du portique sur la façade avant alterne une simple colonne et des doubles colonnes en fonte. Faites le tour pour découvrir une porte dotée de pilastres ornementaux (colonnes décoratives encadrées dans la façade) et surmontée d'un fronton triangulaire dans lequel on aperçoit difficilement le nom de l'architecte, Georges Garbert, et la date de construction, 1860 ou 1861.



Bâtiment du Trésor



Emmanuel Anquetil building

Bowen Square et la rue Docteur Ferrière

AfrAsia Bank

À quelques pas de là, dans l'axe du Bowen Square, ce bâtiment de 1879, classé monument national, abrite les bureaux de l'AfrAsia Bank dans le même style architectural néoclassique victorien. Remarquez les ferronneries des balustrades et le portique avancé par une colonnade en fonte, dorique au rez-de-chaussée, ionique à l'étage, ainsi que les frontons triangulaires au-dessus des fenêtres à l'étage, éléments ornementaux caractéristiques du néoclassicisme. La corniche cache un magnifique toit en bardeaux doté de lucarnes du type des maisons traditionnelles mauriciennes.

Rue de l'Intendance

Bâtiment du Trésor

Remontons la rue de l'Intendance depuis la Place d'Armes pour découvrir l'ancien bâtiment du Trésor, classé monument national et restauré en 2003 pour abriter les bureaux du Premier ministre. Les bâtiments du Trésor furent construits entre 1883 et 1889. On voit encore l'inscription sculptée dans la roche autour de la porte d'entrée principale : "Public Offices 1883-1889". Avant cela, c'était l'emplacement de la chapelle du Conseil, du bureau de la Guerre, de la caisse et du greffe. L'architecture de ce bâtiment en pierres volcaniques est typique des bâtiments administratifs de l'époque. Remarquez les galeries au rez-de-chaussée et au premier étage, avec un

portique bordé de piliers en roches carrés au bas et de belles colonnes en fer forgé ouvragées à l'étage.

Le Parlement

Juste en face, un bâtiment en béton brut, hermétiquement clos et doté du blason de Maurice, est des plus mystérieux pour les visiteurs non initiés : le Parlement. Conçu en 1968 par les architectes britanniques Edwin Fry et Jane Drew, on voit là un exemple de modernisme et particulièrement du style brutaliste des années 1960-1970. C'est une période où la fonction prime sur la forme. Très expressionniste, ce bâtiment est totalement fermé sur la rue.

Place Nelson Mandela

Plaçons-nous maintenant sur la Place Nelson Mandela d'où nous pouvons apercevoir un condensé de styles architecturaux très diversifiés en un tour d'horizon, allant de la maison traditionnelle mauricienne au brutalisme, en passant par le postmodernisme.

Maison Poncini

Datant de 1750, voici un des plus anciens bâtiments de Port Louis : le siège social de Poncini & Co., fondé par Alfred Poncini, horloger suisse arrivé dans l'île en 1925. Avec le commerce au rez-de-chaussée et l'habitation à l'étage, on retrouve des éléments caractéristiques de la maison traditionnelle mauricienne de ville. Leur architecture était adaptée au climat chaud et humide de l'île : la varangue permettant d'éviter que le soleil ne tape directement sur la façade de la maison, le toit en pente

pour l'écoulement des pluies, un perron surélevé pour isoler de l'humidité du sol. Reflétant bien l'histoire de l'île et le savoir-faire des artisans mauriciens, ces maisons ont d'abord été construites par les charpentiers de marine. Chaque groupe de migrants a amené ses connaissances et savoir-faire culturels et techniques pour en faire une architecture véritablement mauricienne.

Le théâtre de Port Louis

Construit entre 1820 et 1822, à l'emplacement de l'ancien marché, le théâtre de Port Louis est classé monument national. C'est un des plus anciens théâtres de l'océan Indien et de l'hémisphère Sud. Fermé depuis 2008 pour rénovation, les travaux touchent à leur fin. Le premier théâtre de l'île avait été construit en 1788 dans le Jardin de la Compagnie. Après sa destruction par le cyclone de 1818, l'actuel théâtre de Port Louis, dessiné par l'architecte Poujade, est construit. Bel exemple néoclassique, ce bâtiment

reprend des éléments inspirés de l'Antiquité gréco-romaine, tels la façade avant avec un portique hexastyle (à 6 colonnes) aux colonnes doriques, un fronton triangulaire, ou encore l'alternance à l'étage de frontons triangulaires, cintrés et plats aux fenêtres.

Anglo-Mauritius House

Changeons radicalement d'époque et d'influences avec ce bâtiment qui abritait La Flore mauricienne, aujourd'hui La Flore by Opium, qui fut un établissement incontournable de la haute société mauricienne et des hommes d'affaires, fondé mi-XIX^e siècle à la rue Newton. Datant de 1964 et dessinée par J.J. Boy de La Tour et J. Gustave Rey, cette construction est un bel exemple de modernisme. On voit les influences de Le Corbusier avec ce dialogue entre les lignes verticales et horizontales, les pare-soleil et les fentes horizontales.



Le Parlement



Rue Pope Hennessy

Bâtiment Delange

Continuons sur la rue de l'Intendance qui rejoint la rue Pope Hennessy. À l'angle de la rue Sir Seewoosagur Ramgoolam, ce bâtiment a abrité la résidence et les entrepôts de Robert Surcouf (1773-1827), le fameux corsaire de Saint-Malo qui semait la terreur sur la route des Indes aux navires britanniques. Le lieu est appelé "bâtiment Delange", du nom d'une Demoiselle Delange à qui appartenait cette maison jusque dans les années 1950. N'ayant pas de descendants, elle aurait fait don du lieu à la municipalité qui en fit des bureaux pour des médecins et des avocats œuvrant pour les pauvres. On y trouve au rez-de-chaussée, le magasin La Renommée qui existe depuis une cinquantaine d'années et la tabagie Père Laval depuis 1934. À l'intérieur, la charpente en bois est apparente à certains endroits

et les murs sont en roches volcaniques taillées à la main. Cette maison est un exemple remarquable de l'architecture portloisienne fin XVIII^e-début XIX^e siècle. Le bâtiment a préservé sa structure initiale, avec une cour intérieure où la nature y a repris ses droits : les racines couvrent les roches et ferronneries. Vous apercevrez peut-être la cime de l'arbre majestueux situé dans cette cour, en vous plaçant sur les marches du Emmanuel Anquetil Building.

Emmanuel Anquetil building

Juste à côté, le Emmanuel Anquetil Building est dans un tout autre style : brutaliste issu du mouvement moderniste des années 1960-1970, en béton brut et aux motifs incrustés, signé par Edwin Fry et Jane Drew. Le bâtiment est sur pilotis, caractéristique du modernisme, qui permet un passage piétonnier en bas. L'épaisseur des colonnes diminue aux étages, selon la

répartition des charges, exprimant la prédominance de l'ingénieur sur l'architecte.

La Chaussée

Development Bank of Mauritius

Après avoir longé le Jardin de la Compagnie, nous arrivons sur La Chaussée. Au coin de la rue Docteur Ferrière, le bâtiment de style moderniste classique, inauguré en 1957, abrite la Development Bank of Mauritius. La structure verticale lie l'intérieur et l'extérieur du bâtiment, montrant un modernisme "tropicalisé", adapté à notre climat – une telle structure ne serait pas possible en Europe à cause des ponts thermiques. La rigidité de la structure est assouplie par l'angle arrondi du bâtiment et les auvents de béton courbes, qui accentuent la résistance.

Le Café de la Presse et le magasin 361

Au carrefour suivant, deux coins symétriques se font face. C'est un bel ensemble néoclassique des années 1890. On retrouve des éléments typiques de ce style, tels que des pilastres ornementaux : doriques sur le Café de la Presse et ioniques sur le magasin 361. Dans l'arcade de la fenêtre d'angle du Café de la Presse, on peut lire l'inscription sculptée dans la roche "MB 1896".

Quartier du Rempart

Rendons-nous à présent dans le quartier du Rempart où vivait l'aristocratie urbaine, les notables, les hauts employés de l'administration dans les années 1750. Les épidémies de 1866 provoquèrent leur exode dans les hauts, notamment vers Curepipe. Le quartier fut ravagé par de terribles incendies en 1893 et 1896, mais quelques maisons

traditionnelles de l'époque ont été conservées.

246 Edith Cavell Court

Nous terminons cette balade dans cet ensemble restauré en 2019, où se situait le Génie Civil à la fin du XIX^e siècle. Au cœur de la cour intérieure, l'ancien entrepôt au toit à structure métallique arrondie témoigne de l'arrivée des charpentes métalliques à la seconde moitié du XIX^e siècle.

À travers cette balade dans Port Louis, nous avons pu découvrir des trésors architecturaux. Observer ces bâtiments et leurs détails architecturaux, prendre le temps de les apprécier, c'est aussi mieux comprendre le passé de cette ville – mettre en lien cette diversité architecturale avec l'histoire de la société mauricienne, la diversité des origines et des savoir-faire, qui font toute notre richesse culturelle.

Petits repères de styles architecturaux

Architecture classique : datant de la fin XVI^e-début XVII^e siècle, ce style architectural est issu de l'admiration et de l'inspiration de l'Antiquité. Il se caractérise par la rationalité des proportions, les compositions symétriques, l'équilibre et la sobriété du décor.

Style géorgien : l'architecture géorgienne fait référence au style architectural des pays anglophones entre 1720 et 1840. Elle est caractérisée par ses proportions, son équilibre et une décoration dérivée de la Grèce et la Rome antiques. Ce style, qui s'est répandu dans les colonies anglaises, adhère au courant architectural classique.

Architecture néoclassique : entre 1750 et 1830, on voit un retour aux sources de l'art gréco-romain par des proportions harmonieuses, l'ordre et la symétrie, un retour à la simplicité, ainsi que l'utilisation d'éléments d'ornements sculptés issus de l'Antiquité, tels que les colonnes, frontons, portiques.

Style victorien : architecture pratiquée durant l'ère victorienne, entre 1837-1901. Ce style "composite" mêle des sources d'inspiration issues de diverses traditions du passé. L'ère victorienne connaît un regain d'intérêt pour les formes classiques issues de l'Antiquité grecque et romaine. On parle alors de néoclassicisme victorien. Cependant, à l'inverse du néoclassicisme, l'ordonnance est souvent asymétrique ou irrégulière.

Style moderniste : ce courant apparaît dans la première moitié du XX^e siècle et s'est diffusé dans le monde entier dans les années 1960. L'architecture moderniste abandonne le modèle classique, pour utiliser les nouvelles techniques et matériaux (béton, fer, verre). Elle repose sur un principe fondamental : le fonctionnalisme. Les formes et les espaces deviennent plus fonctionnels et ne doivent intégrer aucune caractéristique qui ne soit pas essentielle, aboutissant à un style minimaliste. Le brutalisme, utilisant le béton brut de décoffrage, fait partie du courant moderniste.

Style postmoderniste : vers la fin des années 1970, les architectes postmodernes introduisent une rupture radicale qui s'oppose au mouvement moderne et son fonctionnalisme. On voit un retour des ornements sur les façades en opposition au minimalisme ornemental du modernisme.

IBLTogether



Ce magazine est réalisé avec du papier provenant de forêts gérées durablement.
Certification : PEFC



PRIVATE BANKING & WEALTH MANAGEMENT

WE BELIEVE IN PRIVILEGED RELATIONSHIPS



Best Bank in Mauritius
by EMEA Finance



Best Private Bank in Mauritius by
PWM / The Banker -
The Financial Times Group



Best Banking & Custody Provider:
Global Custodian by
AGF Africa Service Providers Awards



Entrusting your wealth to your banker can be a defining moment in your life. It is when a privileged relationship, timely advice and the right expertise can make all the difference you need. Leveraging our regional foundations and global insights, we believe in securing your legacy through tailored and innovative investment solutions by managing your wealth as if it were our own.

Private Banking & Wealth Management | Treasury & Markets |
International Banking | Corporate & Investment Banking

AfrAsia Bank Limited is licensed and regulated by the Bank of Mauritius and the Financial Services Commission.

afrasia@afraziabank.com | Tel : +230 208 5500
www.afraziabank.com | Mauritius | South Africa