

together

LE MAGAZINE DU GROUPE IBL



IBL

Africa together.

After opening an office in Nairobi, IBL Together has developed solid business relationships in Africa and now aims to be a strategic investor, drawing on its expertise. The Mauritian group has targeted a five-year investment plan to generate value in relevant sectors: logistics, healthcare, renewable energy, retail & distribution, industrial property, and financial services.

iblgroup.com

IBL
TOGETHER

édito

Ensemble

par **Caroline Tyack**

Head of Communications d'IBL Ltd

Chers lecteurs,

En septembre 2020, nous vous dévoilions le premier numéro de *together*, le magazine biannuel du Groupe IBL. Votre magazine. Notre objectif était clair : valoriser les entreprises d'IBL et mettre en lumière leurs accomplissements. Nous voulions un magazine qui nous ressemble et nous rassemble.

Pari réussi. Après cinq numéros, plus de 30 000 magazines distribués à nos collaborateurs, 100 articles rédigés pour vous plonger au cœur des métiers passionnants qui font la réussite de notre groupe, 30 artistes – peintres, photographes, illustrateurs – qui ont eu carte blanche pour embellir les pages du magazine, mais aussi un nombre incalculable de rencontres et de nouveaux liens qui se sont forgés au fil de celles-ci, nous ressentons toujours la même fierté, si ce n'est plus, au moment de vous présenter un nouveau numéro. Ce cinquième numéro, comme les précédents, est également possible grâce à la plume de certains collègues ainsi que celles et ceux qui acceptent de nous consacrer du temps pour nous partager les coulisses de leurs métiers.

Nous prenons plaisir à façonner ce magazine et sommes les premiers

inspirés par les interviews, portraits et reportages que nous vous partageons à travers ces quelques pages. Après deux années de crise liée au Covid-19, nous avons été témoins d'une réelle résilience de la part de nos collègues.

La performance exceptionnelle de notre groupe pour l'année financière se terminant à juin 2022 en est la preuve. *together* nous permet de souligner le résultat de cette culture d'excellence que nous prônons au sein d'IBL. Nous avons déjà en stock d'autres histoires de réussite qui attendent d'être racontées dans le numéro 6.

En attendant cette prochaine parution en 2023, nous vous invitons, à travers le dossier, à prendre votre envol hors du territoire mauricien. IBL Beyond Borders, la stratégie d'expansion d'IBL sur le continent africain est une réalité et elle est, d'ores et déjà, fructueuse, notamment avec l'acquisition de 40 % des actions de Naivas, une chaîne de supermarchés leader au Kenya. *together 5* célèbre aussi, comme à l'accoutumée, ces équipes et entreprises, qui, portées par un désir d'excellence, de créativité et d'innovation, permettent à IBL de se distinguer et

de maintenir son statut de premier conglomérat de l'île Maurice.

La couverture que nous avons choisie pour ce cinquième numéro est signée par Thandiwe Muriu, une photographe kényane. L'œuvre représente un individu s'épanouissant dans la société et qui, conscient de son plein potentiel, défie les normes sociales. Cette image forte symbolise ce que nous sommes encouragés à faire à IBL : aller de l'avant, croire en nos capacités individuelles et les développer pour le bien-être de notre société.

Continuons sur ce chemin, ensemble.

“together nous permet de souligner le résultat de cette culture d'excellence”

4

perspectives
Oser et célébrer

12

digital transformation
"La transformation passe par les êtres humains"

14

responsabilité
IBL s'engage pour demain



18

fondation joseph lagesse
Pour que Noël dure toute l'année

22

jubilé
Une industrie cinquantenaire mais toujours jeune

26

dodo trail
Xtreme Faces

32
dossier
ibl beyond borders

34

vision
Interview de Stéphane Isautier, CEO de Miwa Sugar

36

success story
Naivas, une histoire de famille

38

passerelle
Service consulaire, service humain

40

interview
Jorsen Patten, Head of Business Development for East Africa

42

concrétisation
Au-delà des frontières mauriciennes

46

capital humain
Des compétences qui traversent les frontières

49

interview
Karen Lai, Chief Development Officer at The Lux Collective

50

focus
L'Afrique de l'Est, un marché qui tient ses promesses malgré la crise

54

perceptions
Une étude pour mieux vivre et travailler ensemble



60

conscience
LUX* Me Spa, vers un bien-être qui dure

66

excellence
Le IBL Excellence & Innovation Award crée de la valeur

70

globe 40
Cap autour du globe



IBL

46

capital humain
Des compétences qui traversent les frontières

BEYOND BORDERS

36

success story
Naivas, une histoire de famille



40

interview
Jorsen Patten, Head of Business Development for East Africa



together.

together est le magazine biannuel du Groupe IBL

Directrice de publication :
Caroline Tyack

Rédacteur en chef :
Stéphane Huët

Coordination :
Jacqueline Bax de Keating,
Brandon Monneron,
Anne-Lise Serret

Rédaction :
Elena Boulart, Elodie Casse,
Joseph d'Arrast, Désiré Eléonore,
Camille Grenouille, Mélissa Leclézio

Relecture :
Evolution

Design et mise en page :
OXO

Photos :
Kounal Gopaul, Xavier Koenig,
Eric Lee, Jean-Marie Liot,
Azhaar Mamodeally,
Khatleen Minerve, Karen Pang,
Blue Ramdial

Illustrations :
Emilie Bosquet
Laurie Castel

Impression :
Précigraph

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 : CAMO 2.0 4165

Thandiwe Muriu est une photographe autodidacte kényane. Dans sa série CAMO (diminutif de 'camouflage'), elle présente le mélange des cultures vibrantes, de textiles et de normes de beauté d'Afrique. "C'est un commentaire sur la façon dont un individu peut perdre son unicité derrière ce que la culture attend de soi. C'est un peu ironique car je veux que mes sujets se fondent dans l'arrière-plan tout en se démarquant", dit-elle.

Pour la couverture de *together 5*, nous avons choisi sa photo CAMO 2.0 4165. "Cette image représente un individu s'épanouissant dans sa société, fier de ce qu'il peut apporter, même si cela peut être peu conventionnel. Cela représente le fait de s'approprier sa vocation et ses qualités en s'éloignant des rôles à l'emporte-pièce que la société nous impose parfois", partage Thandiwe.



“Si je suis aussi passionné par ma mission, c’est grâce à l’effort que chacun de vous met dans son travail”

Arnaud Lagesse
Group CEO d’IBL Ltd

Oser et célébrer

Être premier augure quelques pièges ! On pourrait se reposer sur ses lauriers ou, au contraire, foncer tête baissée en se croyant invincible. Dans ma position de Group CEO, je suis bien conscient de ces écueils. En effet, après la fusion de GML Investissement Ltée et Ireland Blyth Ltd en juillet 2016, nous sommes devenus le plus important conglomérat de l’île Maurice. Depuis ces six dernières années, nous avons cultivé ce leadership avec enthousiasme et dynamisme.

2022 est à l’image de tous les efforts que nous avons accomplis depuis cette fusion. Je saisis l’occasion de cette tribune pour célébrer les femmes et les hommes qui font notre succès et quelques accomplissements marquants de cette année.

Le déploiement de *IBL Beyond Borders* en est une illustration. Nous ne pouvons plus être dépendants des ressources et des marchés limités du territoire mauricien. Alors que nous maîtrisons un certain nombre de métiers, nous devons, désormais, diversifier les risques pays, devises et ressources – humaines, notamment.

La première réalisation de notre stratégie d’internationalisation est notre participation dans l’actionnariat de Naivas, la chaîne de supermarchés leader du Kenya. Je suis très fier de ce partenariat. D’une part, parce qu’il représente l’investissement le plus important de l’histoire d’IBL Ltd, et d’autre part, parce que la famille Mukuha, qui a fondé et gère Naivas, partage des valeurs communes avec notre groupe.

Nous nous positionnons aussi plus près de nous, à La Réunion. D’abord dans le cluster Building & Engineering : UBP a signé un accord exclusif pour racheter le groupe PréFab Béton. Cette acquisition pourrait lui permettre de

doubler sa capacité de production dans l’océan Indien. Ensuite, dans le cluster Commercial & Distribution, et cela ne vous aura probablement pas échappé, Winners via Pick & Buy Ltd a entamé des négociations dans la perspective d’un nouveau partenariat autour des quatre hypers de la chaîne Run Market.

Dans notre cluster Life & Technologies, IBL Link a créé DotExe Ventures pour initier un partenariat avec la société d’investissement sud-africaine, 4Di Capital pour créer le fonds 4Di DotExe Fund I LP destiné exclusivement aux tech start-up d’Afrique de l’Est et australe. L’autre branche de ce cluster, Life Together, continue son expansion remarquable à l’île Maurice avec notamment l’ouverture de sa clinique ambulatoire, un service unique à Maurice, au village de santé HealthScape à Forbach.

Les performances du cluster Hospitality & Services sont encourageantes. L’inauguration officielle du LUX* Grand Baie a été l’occasion d’engager une discussion avec les autorités pour booster l’attractivité touristique de notre île et ses dessertes aériennes.

Tous ces accomplissements business ne seraient rien si nous n’étions pas conscients de notre rôle pour faire avancer la Société. En 2022, nous avons structuré notre approche Sustainability de façon à l’intégrer de manière systémique dans notre stratégie pour qu’elle soit un catalyseur de notre croissance. Depuis le lancement de notre stratégie *Building a Legacy Together*, nos leaders instaurent les changements nécessaires avec conviction et sincérité.

En 2022, le *IBL on the Move* a été, une nouvelle fois, l’occasion de soutenir une cause noble. Je me réjouis que l’appel

à ONG lancé par la Fondation Joseph Lagesse a permis d’identifier une organisation qui avait un besoin urgent d’aide. Nous renouvelons, d’ailleurs, cette formule pour l’édition 2023. Restant sur les valeurs du sport, je salue le record de participation à la 10^e édition du *Dodo Trail* – notamment de coureurs internationaux – qui montre que notre trail gagne en notoriété.

Notre contribution à la société, c’est aussi l’accompagnement des entrepreneurs. En plus du *ClimateLaunchpad Mauritius*, dont nous sommes partenaires depuis trois ans, nous avons été ‘lead investor’ dans un nouveau programme : *Katapult Mauritius Accelerator*. La pertinence de ces projets nous encourage à soutenir les entrepreneurs à impact.

Je termine cette série de faits marquants par le *IBL Excellence & Innovation Award 2022*. Pour la deuxième édition de notre concours intragroupe, j’ai été heureux de voir des projets avec un niveau de maturité élevé. C’est la preuve que les femmes et les hommes du Groupe IBL veulent ‘go the extra mile’ pour proposer des solutions adaptées à nos stakeholders.

Je vous remercie pour cette belle année et je vous invite à célébrer ces succès. Je vous invite surtout à conserver ce dynamisme qui permet à notre groupe d’avancer et qui me motive personnellement à toujours essayer de faire mieux. Si je suis aussi passionné par ma mission, c’est grâce à l’effort que chacun de vous met dans son travail. Même si l’environnement macroéconomique laisse présager quelques nuages à l’horizon, continuons ensemble de ‘think big’ pour que 2023 soit une année aussi riche en accomplissements et en émotions. Nous avons un cap, une équipe motivée, des convictions et une capacité à ‘deliver’ qui nous rassurent.

Hommage à Pierre Guénant

Pierre Guénant a été Independent Non-Executive Director (INED) du conseil d'administration de GML à partir de juillet 2015 pour ensuite accompagner la fusion et siéger sur le CA de IBL Ltd à compter de juillet 2016. Il est décédé le lundi 19 septembre dernier à l'âge de 72 ans. Nous tenons à lui rendre un hommage pour sa contribution au développement de notre groupe.

Homme discret et visionnaire, Pierre Guénant est issu d'une famille qui avait débuté dans l'automobile en 1923. En 1978, âgé de 28 ans, il reprend la concession Citroën de Chatellerault et fonde Pierre Guénant Automobiles (PGA), qui deviendra par la suite, le premier distributeur automobile de France. Avec ses frères Xavier et Bernard, ils contribuent à l'essor des concessions de la marque aux chevrons dans l'ouest de la France et ouvrent, plus tard, des concessions de BMW et Maserati.

Aujourd'hui, PGA exploite environ 250 concessions en France, en Belgique, en Pologne, en Italie, en Espagne et aux Pays-Bas, employant environ 11 000 personnes. En 1999, il fait entrer Porsche Holding Salzburg dans l'actionnariat de PGA à 50 %. Ce partenariat stratégique permettra des acquisitions importantes telles que Nefkens, premier distributeur Peugeot aux Pays-Bas et Cica, deuxième distributeur automobile en France.

En 2001, Pierre Guénant va se consacrer à son autre passion : le vin. Il achète la Villa Baulieu, une bâtisse de style Renaissance provençale du XVIIe, ancienne propriété des Comtes de Provence, en Coteaux d'Aix, à Rognes. Après l'avoir transformé en un lieu d'œnotourisme, il restructure les 140 hectares de vignes du domaine et remet aux normes son chai. En 2016, il succède à Bernard Jeanjean au poste de président du conseil de surveillance d'AdVini, organisation pour la promotion du vin.

Il a également été président du Medef de Poitou-Charentes de 2004 à 2010.

Élevé en Vendée, Pierre Guénant est resté très attaché à sa région et il a contribué à son développement. Il a été président d'Ouest-Atlantique, une association chargée de la promotion économique du Grand Ouest (les régions Bretagne, Pays de la Loire et Poitou-Charentes). Il a aussi présidé le grand port maritime de Nantes-Saint-Nazaire, jusqu'en 2009.

C'est en juillet 2015 que Pierre Guénant rejoint le conseil d'administration de GML Investissement Ltée, un an avant la fusion avec Ireland Blyth Ltd. Il siègera sur le conseil d'administration d'IBL Ltd jusqu'en 2022 et y assurera le poste de président du comité stratégique.

Pierre Guénant a souvent été cité en exemple par plusieurs dirigeants, dont le Group CEO d'IBL, Arnaud Lagesse : "Pierre Guénant était un entrepreneur accompli qui a apporté une contribution exceptionnelle à IBL pendant sept ans, en tant que Chairman du Strategic Committee. Il a été un mentor inspirant pour moi et sa disparition est une grande perte pour notre groupe."



Eva Doger de Spéville au sommet du Kilimandjaro

Le Groupe IBL a soutenu Eva Doger de Spéville qui a entrepris l'ascension du Kilimandjaro afin de lever des fonds pour la Meningitis Research Foundation. L'étudiante à l'Université de Reading en Angleterre a complété cette expédition du 30 août au

4 septembre. Dans un groupe de 30 personnes, elle a affronté un défi de taille avant d'atteindre le sommet de l'Afrique. Grâce à son ascension, Eva a pu récolter £ 2 730 pour la Meningitis Research Foundation.



Performance financière 2021-2022 : le Groupe IBL rebondit après deux années difficiles

Le Groupe IBL a tenu sa rencontre avec les analystes le vendredi 4 novembre à IBL House pour présenter ses résultats financiers de l'année 2021-2022. Il enregistre Rs 45 milliards de revenus (Rs 35,8 milliards en 2021), faisant même 15 % de mieux qu'en 2019, le dernier exercice avant la pandémie du Covid-19. Les bénéfices opérationnels ont augmenté de Rs 2,8 milliards pour atteindre Rs 3,4 milliards. "Malgré un contexte difficile au début de l'exercice 2021-2022, la plupart des entreprises du Groupe IBL ressortent de cette crise plus fortes sur le plan opérationnel et financier. Comme à chaque perturbation, nous en avons tiré des enseignements et saisi des opportunités. Je suis fier du courage et de l'ingéniosité des collaborateurs du Groupe IBL", partage le Group CEO d'IBL, Arnaud Lagesse.



IBL Beyond Borders : EllGeo Re s'associe avec JW Seagon Brokers Ltd

Le Groupe IBL continue de renforcer son positionnement régional. Un accord a été signé le 3 octobre entre EllGeo Re et JW Seagon Group, l'une des principales sociétés de courtage d'assurances d'Afrique de l'Est. Cette nouvelle entité, nommée EllGeo Seagon Re, sera basée à JW Seagon Muthaiga au Kenya et proposera des solutions de réassurance adaptées aux sociétés d'assurance de la région. Commentant ce nouveau partenariat, Jean-Alain Francis, Chief Executive Officer d'EllGeo Re, a indiqué que "nous sommes très enthousiastes à l'idée de débiter cette nouvelle aventure avec un partenaire tel que JW Seagon, qui vient ajouter une valeur considérable à notre proposition commerciale".

Désiré Elliah réélu président de l'AHRIM

Désiré Elliah, CEO de Lux Island Resorts (LIR) a été réélu président de l'Association des hôteliers et restaurateurs de l'île Maurice (AHRIM) lors de la 49^e assemblée générale qui s'est tenue le 26 octobre à l'hôtel Sugar Beach. Il sera secondé par Thierry Montocchio, CEO de VLH, à la vice-présidence. Lors de son intervention à l'issue de l'élection, le président réélu a indiqué que le recrutement et l'amélioration de la connectivité aérienne sont des enjeux cruciaux pour la reprise du tourisme.

The Nine, le golf flambant neuf d'Azuri



Afin de marquer les dix années d'existence d'Azuri Ocean & Golf Village à Roches Noires, BlueLife Limited, le développeur immobilier derrière la smart city dévoile The Nine – Azuri Golf Course. Ce parcours de golf de 9 trous par 3 a

été conçu par IMG, l'une des principales sociétés de conception de parcours de golf au monde. Son club a ouvert ses portes le 29 octobre dernier à ses membres et au public après deux années de travaux.

DTOS réussit son repositionnement

DTOS est heureux de dévoiler sa nouvelle identité de marque qui est alignée sur son image et ses ambitions de croissance. Ce succès découle d'une réflexion approfondie autour du positionnement, de l'identité, des valeurs, de la mission et de l'image de DTOS pour améliorer sa visibilité à Maurice et à l'international. L'équipe de Communication et Marketing a travaillé avec le consultant londonien Gifted Communications pour

mener des entrevues auprès des clients et des collaborateurs de DTOS afin de mieux comprendre les forces et les faiblesses de l'entreprise. Le résultat a abouti à un repositionnement complet de la marque DTOS. La compagnie déploie cette nouvelle identité basée sur des valeurs renforcées, d'un nouvel ADN et d'une identité visuelle, la rendant distincte pour une visibilité accrue.



Wellness Warehouse s'installe à Cascavelle

Autrefois situé à Cœur Cap Tamarin, Wellness Warehouse se trouve désormais au Cascavelle Shopping Mall. Leader sud-africain de la santé et du bien-être, cette enseigne offre une sélection de produits de beauté naturels, d'aliments santé, de suppléments et de solutions écologiques. Les consommateurs pourront bénéficier de conseils gratuits de la part de professionnels ou d'un suivi avec une diététicienne qualifiée. D'autres activités ponctuelles seront proposées comme les massages 100 % naturels offerts par Sinbios Terapi ou des dégustations.

IBL Performance Academy pour instaurer une culture d'excellence

La IBL Performance Academy est une initiative qui met son capital humain et organisationnel au centre des priorités du Groupe IBL. Steena Kistnen, qui a rejoint IBL en août dernier en tant que Head of Academy, va piloter ce projet. L'institution, qui devrait commencer ses activités en janvier 2023, s'articulera autour d'une culture de performance permettant à chacun de se développer et de s'épanouir et d'être partie prenante de la création de valeur du groupe. "Le capital humain est le véritable moteur d'une performance durable. Une organisation capable d'instaurer une culture d'excellence et de performance est une organisation responsable et engagée", confie Steena Kistnen.

L'AfrAsia Bank Mauritius Open revient pour sa 6^e édition

Du 15 au 18 décembre 2022, la 6^e édition de l'AfrAsia Bank Mauritius Open se tiendra à Mont Choisy Le Golf. Cet événement golfique de haut niveau accueillera des golfeurs de renom venus des quatre coins du monde dont Antoine Rozner (lire son interview p 68-69). IBL est fier d'être un des sponsors de cette édition 2022.

Deux nouveaux directeurs sur le conseil d'administration d'IBL Ltd

Le conseil d'administration d'IBL Ltd a accueilli deux nouveaux directeurs : Georges Desvaux et William Egbe.

Chief Strategy and Business Development Officer chez AXA Group, Georges Desvaux compte 30 années d'expérience au sein de McKinsey & Company, le cabinet de conseil américain de renommée internationale. Il est co-auteur du prestigieux rapport *Lions on the Move 2* (McKinsey Global Institute 2016) et du livre

Africa's Business Revolution (Harvard Business Review 2018). William Egbe a occupé des postes de leader aux États-Unis et dans une multinationale britannique qui opère de l'Europe à l'Asie du Sud-Est en passant par l'Afrique et le Moyen-Orient.

Leur arrivée vient renforcer la dimension internationale du conseil d'administration et est un atout dans la stratégie d'expansion d'IBL sur le continent africain.

Logidis organise la Green Mobility Exhibition

Logidis Vehicle Services, responsable de l'achat du parc automobile de tout le Groupe IBL envisage des alternatives pour réduire l'impact carbone avec le remplacement des thermiques actuels par des véhicules hybrides ou électriques. Pour aider les leaders du groupe à avoir les informations nécessaires dans ce domaine, l'entreprise a organisé la 'Green Mobility Exhibition' dans leurs locaux de Riche Terre les 17 et 18 novembre. Plusieurs concessionnaires automobiles

et équipes expérimentées y étaient présents pour répondre à toutes les questions sur le sujet. "Nous voulions réunir la masse critique des Exécutifs et Managers du groupe pour qu'ils commencent à réfléchir sur les besoins de leur département respectif", explique Naden Padayachi, General Manager People Mobility & Vehicle Services à Logidis.

IBL on the Move et le Dodo Trail : c'est reparti pour 2023 !

La 11^e édition de l'IBL on the Move aura lieu le samedi 15 avril 2023 à Azuri Ocean & Golf Village. Au programme de cet événement sportif et caritatif : triathlon en solo ou en équipe, course de VTT et deux parcours de course à pied. Une fois de plus, le comité organisateur a fait un appel à projets afin d'identifier une ONG qui œuvre pour réduire l'impact du coût de la vie sur les familles vulnérables à Maurice et à Rodrigues. La totalité des coûts d'inscriptions à l'événement et des dons sera

reversée à l'ONG retenue. Le Dodo Trail se tiendra le samedi 15 juillet 2023 dans les sentiers rustiques du quart sud-ouest de l'île Maurice. Quelques grands noms du trail ont déjà manifesté leur intérêt pour cette 11^e édition qui promet de procurer des émotions intenses.

Notez bien ces deux dates et restez branchés aux réseaux sociaux de ces deux événements pour veiller à l'ouverture des inscriptions.



Le tandem qui canalise le pouvoir de la data

Non, il ne s'agit pas d'un forfait d'internet mobile, mais bel et bien de données qui regorgent de possibilités. Comment fonctionne ce domaine, d'apparence si abstrait ? Noorina Oderuth et Kritesh Sunghoon, Data Geeks chez BrandActiv, nous emmènent à la découverte de leur monde.

Business Intelligence, pour plus d'agilité

Si la data désigne un ensemble de données, la Business Intelligence (BI), ou l'informatique décisionnelle, est un processus technologique d'analyse des données et de présentation d'informations pour aider les dirigeants, managers et autres utilisateurs de l'entreprise à prendre des décisions d'affaires éclairées et informées. La BI englobe divers outils, applications et méthodologies qui permettent aux organisations de collecter des données provenant de systèmes internes et de sources externes. Ces données sont ensuite analysées afin de créer des rapports, tableaux de bord et visuels pour rendre les résultats analytiques beaucoup plus parlants aux personnes concernées.

Noorina et Kritesh utilisent des outils comme Microsoft Power BI ou Reporting Services pour compiler les données et préparer des rapports qualitatifs alimentés par un entrepôt de données (EDD) qu'ils ont eux-mêmes construit... Leur intervention permet aux décideurs d'examiner les données de l'entreprise et de comprendre les tendances du marché pour faire avancer toutes les verticales métiers de leur entreprise.

Pourquoi cette carrière ?

La passion de Kritesh prend forme au fil de ses lectures, en particulier grâce à un article sur un logiciel qu'utilise la police américaine pour prédire des crimes et, ainsi, adopter une approche proactive. Le potentiel de traitement de données s'impose alors pour lui comme un outil prometteur grâce à son aspect préventif.

Noorina, elle, se dit fascinée par l'universalité et l'objectivité des données. En effet, les chiffres ne mentent pas et le traitement en lui-même permet tantôt de tester, affirmer, ou infirmer des spéculations, pour en faire des conseils fondés sur une base concrète.

Ce qui les motive au quotidien ?

C'est vraiment l'opportunité d'exploiter la valeur des données au sein de l'entreprise, être les premiers à intégrer le concept de BI dans le groupe et d'apprendre à travers les nombreux challenges. Les échanges quotidiens avec les différentes parties prenantes (aux niveaux opérationnel, commercial ou stratégique), permettent aussi de comprendre leurs exigences, apportant ainsi une valeur ajoutée qui est indéniablement le fil rouge du département informatique dans son ensemble.

Les chiffres ne mentent pas et le traitement permet de tester, affirmer, ou infirmer des spéculations



4 questions cliché qu'on n'oserait pas leur poser

Tu travailles mieux la nuit, non ?

N : Ça dépend... Certainement pas si on est maman, comme moi !

K : Pas faux pour moi !

Quelque chose en vous d'un peu geeky ?

N : Expert planner.

K : Mon truc, ce sont les mangas et animés !

Business Intelligence... Donc vous espionnez comme la CIA ?

K : [Éclats de rire] Absolument pas !

N : Tellement de données passent qu'on se focalise uniquement sur les chiffres... En fait, on voit sans regarder.

Les robots qui prennent d'assaut la planète, c'est pour quand ?

K & N : Dans un monde où on est entouré de machines, c'est normal d'y songer... C'est envisageable, mais peu probable, parce que l'informatique aura toujours besoin de la touche humaine pour opérer. "People" n'est pas une des valeurs d'IBL par hasard !

Vous l'aurez compris, avec autant de pouvoir vient une lourde responsabilité que le tandem prend à cœur pour faire des technologies les plus futuristes, une réalité.

CIDP awarded silver medal by EcoVadis

Awarded an EcoVadis Silver Medal in March 2022, CIDP has marked history by being the first organization in Mauritius to receive this international recognition. It is now among the top 25% performing companies worldwide scoring 57/100 on the EcoVadis scheme which assesses companies on 21 criteria across four different levels: Environment, Labour & Human Rights, Ethics, and Sustainable Procurement.

Adopting sustainability practices is a key success factor for businesses to build resilience and outperform its competitors. Besides, more and more companies are requested by their stakeholders to improve the transparency of their CSR practices. In this perspective, CIDP was offered the opportunity to undergo an assessment following specific requirements of one of its clients which is a world leading cosmetic brand.

EcoVadis was chosen to realize this evaluation at CIDP. Founded in 2017, the organization is one of the world's leaders and most trusted providers of business sustainability ratings, evaluating over 60,000 companies across 100 sectors and 100 countries. It assesses how a company has integrated Corporate Social Responsibility (CSR) principles into its activities as well as its impacts. The rating measures the company's ability to achieve sustainability practices through policies, actions, and results. This rigorous evaluation requires presentation of credible

evidence and documentation for each criterion to verify whether the actions are implemented. EcoVadis also support the assessed companies in this certification process by identifying areas of improvement and potential opportunities.

CIDP began its journey towards sustainability several years before enrolling for the EcoVadis evaluation by engaging in CSR and environment protection through diverse activities. Those ranged from donations of food in collaboration with local associations to the organization of health campaigns in different locations of the island to sensitize the population on important health issues. On the ecological side, CIDP is today housed in a building which uses solar energy and recycled rainwater, and has a digital transformation initiative to go paperless. The company also encourages recycling through waste segregation. Having this scheme not only acknowledges the cumulative efforts over the years by the team, but it also prepares CIDP to accelerate its sustainability journey.

Nevertheless, the EcoVadis certification is an ongoing process. Following the first assessment, CIDP has taken further actions implying all processes from Data Protection to Health & Safety and Risk Management. One of the suggestions brought forward during the assessment was to implement a supplier sustainability code of conduct which outlines the company's expectations on our suppliers' practices on various topics like responsible environmental management and

implementation of safe working conditions. "I am very proud of our team for achieving this international recognition. I am confident that through the implementation of these small actions, we shall be able to carve a better tomorrow for the younger generations and strengthen our engagement to uphold our sustainability actions," says Claire Blazy-Jauzac, CEO of CIDP.

With the release of the Second Version of Sustainability Report in September 2022 and an upcoming second assessment by EcoVadis by the end of the year, CIDP is committed to continuously embed responsible services in its activities, and this is being largely recognized by cosmetic and pharmaceutical industries. The company has set the benchmark higher by adopting these sustainable practices beyond borders with the integration of its different affiliates of India, Romania, and Brazil in the coming years and aiming to be among the global sustainability leaders in the clinical trials sector.

CIDP is committed to continuously embed responsible services in its activities and this is being largely recognized by cosmetic and pharmaceutical industries

À l'heure du digital, "la transformation passe par les êtres humains"



Khatleen Minerve

La transformation digitale est l'un des trois leviers de croissance du Groupe IBL. C'est naturellement le département Technology & Digital Transformation du siège qui a la grande responsabilité de son déploiement. Oubliez la caricature de l'informaticien cloîtré derrière ses écrans. Cette équipe propose un accompagnement 'in real life' pour initier les changements nécessaires – et parfois difficiles. Rencontre avec ces passionnés qui s'arment de rigueur et d'humour pour aider chaque entreprise à avoir un impact sur l'objectif commun du Groupe IBL.

Diya Jetshan-Nababsing, Head of Technology & Digital Transformation

L'informaticienne et leader met son profil atypique, entre Chef de projets de transformation et directrice d'opérations de sous-traitance, au service d'une évolution digitale à l'approche humaine. "La transformation digitale passe par les êtres humains, par leur capacité à se remettre en question et à défier le statu quo", confie-t-elle. Cette visionnaire, qui donne une excellente connotation au buzz word 'disruption' se réjouit des possibilités qu'offre le Groupe IBL : "S'il est vrai que la petite taille de Maurice limite le volume nécessaire pour certains investissements, l'expansion internationale du groupe donne de belles idées et accroît notre marge de manœuvre". Son défi du moment ? Déployer des systèmes informatiques à un rythme soutenu avec l'utilisateur en tête dès le départ et, en parallèle, mener des initiatives d'innovation telles que l'automatisation des processus et le "machine learning". Elle encourage ainsi son équipe à faire preuve d'agilité. "Nous ne sommes pas là pour imposer des solutions à l'emporte-pièce, insiste Diya. Nous considérons l'avis de l'utilisateur dès la conception, pour créer des solutions qui conviennent aux spécificités de travail de chacun."

Mevin Goonmeter, Senior Manager – IT Shared Services

Entre fonctions d'expert en informatique et de commercial, Mevin fait le pont entre ses clients et les fournisseurs en informatique. "L'un des plus gros challenges de notre équipe pour cette année était le renouvellement du parc de licences Microsoft. Nous avons remis en question les différents produits utilisés pour travailler sur des plans optimisés et faire des économies pour le groupe. Nous l'avons mis au défi, par sa position de fournisseur principal, de proposer des solutions plus adaptées aux différents besoins de chaque entreprise. On accompagnera celles qui auront besoin de notre expertise pour la mise en application de certains 'features' inclus dans leur package Microsoft, explique-t-il. Cette négociation n'aurait pas eu le même résultat si on n'avait pas une équipe aussi passionnée et unie."

Silke Sannasee, Senior Project Manager

Sa petite équipe donne le ton pour accompagner diverses sociétés du groupe dans leur transformation technologique. Pour Silke, le plus grand challenge s'avère souvent d'apporter la plus grande satisfaction. À l'instar d'un projet d'envergure au cluster Seafood. "Nous avons orchestré la transition d'opérations essentiellement manuelles pour les automatiser. Il nous a donc fallu trouver la bonne méthodologie. Ça en valait la peine, car les employés ont fait preuve de collaboration en apportant une nouvelle perspective pour que la transition se fasse en douceur, explique-t-elle. Cet aspect collaboratif est l'élément fondateur de la satisfaction du client, et donc, de la nôtre."

Rajiv Choytun, Data Analytics Manager

Spécialiste de la data, il se laisse guider par sa passion qui fait partie de notre vie de tous les jours : l'analyse des données. Tout comme Netflix se charge d'analyser nos actions pour formuler les meilleures propositions, Rajiv utilise le pouvoir des données pour transformer des tendances en prédictions qui viennent éclairer les décisions commerciales et stratégiques des diverses entités du Groupe IBL. Il les accompagne dans leur stratégie data pour les aider à améliorer leur prise de décision et à exploiter ces données pour être plus efficaces et compétitives. "Ayant travaillé pour des multinationales, je suis de près les dernières avancées dans le domaine. À Maurice, on commence à gratter la surface, mais c'est tout aussi intéressant d'être le témoin du boom que cette technologie est en passe de connaître sur le marché local", partage-t-il.

Suman Luchmun, Cyber Security Manager

Difficile de passer à côté d'un film où le génie de l'informatique repousse des hackers en ligne. Avec de plus en plus de données sur le Cloud, cette scène ne relève plus de la science-fiction. Suman et son équipe protègent les données de l'entreprise. Au-delà de trouver les meilleurs solutions de cybersécurité, elle sensibilise l'ensemble des équipes à son importance. "Plus nos systèmes migrent sur le Cloud, plus ils sont vulnérables aux attaques de plus en plus sophistiquées, avertit-elle. Mais on est là pour ça ! On a souvent la réputation d'être un peu paranos. Il y a un petit fond de vérité, mais

c'est de la prévoyance, sans céder à la panique, qui constitue le fondement de notre métier." Les tests d'intrusion, les analyses de vulnérabilité pour anticiper les failles exploitables par les hackers, la mise en place de mécanismes et protocoles nécessaires de cybersécurité sont quelques tâches d'envergure auxquelles s'attellent Suman et son équipe.

Hansley Chadee, Enterprise Architect

Poser l'architecture d'un système informatique sur des bases solides, en bonne intelligence avec les collègues des autres départements est la quête de Hansley. Il fait évoluer ainsi les réseaux et systèmes, tout en gardant en tête les besoins de sécurité, de confort d'utilisation et de conformité légale, entre autres. Si cette tâche semble solitaire, la collaboration avec ses collègues est primordiale pour une création réussie. "Comme dit mon ami architecte (en bâtiment), kan ranz lakaz, bizin met enn fondasion solid!", s'amuse-t-il de cette exclamation qui résume la vue d'ensemble nécessaire dans son travail pour intégrer toutes les facettes d'un système fonctionnel, standardisé et sécurisé qui sera à l'épreuve du futur.

Ces expertises ciblées, avec une touche d'humour et une louche de futurisme sont les ingrédients de la transformation digitale qui est bien entamée à IBL.

"Cet aspect collaboratif est l'élément fondateur de la satisfaction du client, et donc, de la nôtre"

Le Pacte mondial des Nations Unies : IBL s'engage pour demain

Le Pacte mondial des Nations Unies (UN Global Compact) soutient les entreprises qui ont l'ambition d'instaurer des pratiques commerciales responsables et durables. IBL est l'un des membres fondateurs du réseau régional de l'océan Indien et Luvna Arnassalon-Seerungen, Head of Sustainability du groupe, en est la présidente. Elle nous parle de cette plateforme collaborative, de l'importance de l'engagement du secteur privé et de ses ambitions pour demain.

"Avec sa capacité d'action, le secteur privé a un véritable rôle à jouer pour apporter des solutions concrètes aux enjeux mondiaux, indique Luvna Arnassalon-Seerungen, Head of Sustainability à IBL Ltd. Mais pour soutenir le changement, la collaboration et l'entraide sont la clé. C'est la vision des Nations Unies et c'est sur ce principe que repose son Pacte."

Lancée en 2000 à l'appel de Kofi Annan, alors secrétaire général des Nations Unies, cette initiative d'ampleur internationale vise à renforcer la coopération entre les Nations Unies et le secteur privé. L'objectif : développer des écosystèmes porteurs d'un changement positif et fondés sur des valeurs et principes communs. Mobilisant les entreprises sur dix principes universels et sur les Objectifs de développement durable (ODD), ce pacte s'articule autour de quatre piliers d'action : les droits de l'homme, la main-d'œuvre, l'environnement et la lutte contre la corruption.

IBL, membre fondateur du réseau de l'océan Indien

Développés à travers le monde sur une échelle nationale, les réseaux du Pacte consistent en une plateforme d'échange et d'entraide en vue d'adopter des pratiques commerciales responsables. Le cas de Maurice est particulier. "Notre pays, avec les Seychelles, les Comores et Madagascar, constituent le seul réseau régional de l'initiative, explique Luvna. Cela, en raison de nos problématiques communes telles que la production locale, les défis environnementaux ou encore l'inclusivité." Loin d'être un frein, Luvna la perçoit cette

échelle régionale comme un atout : "La force de ce genre de regroupement, ce sont ses membres. Plus nous serons nombreux, plus de solutions naîtront de nos échanges." Et les premiers signes sont encourageants : depuis sa fondation – à l'initiative du Groupe IBL en partenariat avec des entreprises comme The Lux Collective, AfrAsia Bank ou encore DTOS –, le réseau compte aujourd'hui 35 membres à travers la région, de diverses tailles et de secteurs variés. De quoi commencer à faire bouger les lignes. "Nous allons, tout d'abord, instaurer une plateforme d'échange sur le développement durable, pour traiter des sujets communs à nos îles et trouver des solutions ensemble, soutient Luvna. Les ressources internationales fournies par les Nations Unies sont un atout exceptionnel et vont nous permettre de matérialiser les choses sur un plan macroéconomique avec plus de rapidité, et de planifier stratégiquement nos opérations à long terme." En d'autres mots, se faire acteur du plaidoyer de cette coopération bénéfique à tous, agir avec plus d'efficacité et voir plus grand. Suivront la création d'un conseil d'administration pour la plateforme, l'instauration de pratiques de bonne gouvernance pour les entreprises et la priorisation des sujets macroéconomiques pour chacun des membres.

Agir aujourd'hui, pour demain

Fier de s'inscrire dans une telle initiative, le Groupe IBL est avant tout conscient des enjeux qui reposent sur ses épaules. "En tant que premier conglomérat de l'île, nous sommes convaincus qu'il est de notre devoir de créer une dynamique en matière de développement durable, développe Luvna. Ouvrir la voie, c'est donner l'opportunité à d'autres d'avancer avec des solutions concrètes et éprouvées."

Bénéfique dans les deux sens, cette plateforme présente également des atouts pour IBL, dont la stratégie de développement qui porte le groupe vers l'Afrique. La présence des Nations Unies sur ce continent va non seulement permettre à IBL de mieux cerner les problématiques de ses futurs pays partenaires pour y

mettre en œuvre ses activités de façon pérenne mais aussi de mener à bien son développement, selon les engagements développés à travers le Pacte.

À l'aube de ce nouveau challenge, Luvna partage avec enthousiasme sa vision en tant que présidente du réseau de l'océan Indien : "Voilà une quinzaine d'années que je me passionne pour le sujet. Je crois beaucoup à la collaboration entre entreprises pour atteindre nos objectifs. Ensemble, nous irons plus loin. Nos actions auront plus de poids. Je mets donc l'accent dessus et sur le recrutement de nouveaux membres pour accroître notre impact, et mieux accompagner les besoins de la région."

Aujourd'hui, tout est à construire. Pour léguer un héritage pérenne aux générations futures, l'union sera notre plus grande force.

Le Pacte Mondial de l'ONU, c'est...

12 000
entreprises engagées

3 000
parties prenantes non commerciales

160 pays
impliqués à travers le monde

La plus grande initiative de durabilité des entreprises au monde



Danny Ah Chong,
COO d'IBL Logistics
travaille sur sa vie après une
carrière quasi-trentenaire

Il a vu Winners naître et grandir. Danny Ah Chong a contribué, à travers Le Warehouse (361), à l'essor de marques qui font désormais partie de notre quotidien. Après 28 ans de service et trois postes au sein du groupe, le COO d'IBL Logistics décide de prendre sa retraite amplement méritée. Retour sur une carrière riche en rencontres, en leçons et en émotions.

Parlez-nous des fonctions que vous avez occupées.

Tout commence lorsque je rentre du Canada en 1994. Je postule pour entrer chez Winners, qui en était encore à ses débuts... Mais voilà que je reçois une convocation pour un entretien au poste de Business Unit Manager de The Warehouse Ltd pour gérer l'achat de mobiliers et d'équipements électroménagers ! Six ans dans ce domaine m'ont permis de travailler sur divers projets très intéressants, et passer du retailing à la grande distribution avec un coup d'œil sur le fast-food. On a notamment lancé Steers, le premier 'burger joint' à l'époque. Ce métier est essentiellement dynamique : on a participé à l'essor de marques comme Tefal, Seb et Moulinex, et vu des marques comme Kodak connaître un succès fou, puis disparaître avec la technologie digitale. Je passe ensuite, en 2003, au warehousing centralisé de Logidis, où j'ai mis à profit ma formation en informatique pour mettre en place la structure et les processus de cette entreprise ainsi que Somatrans, dont je deviens, par la suite, le General Manager. N'étant pas moi-même logisticien à la base, j'ai dû m'adapter au cours de nombreuses restructurations pour aussi prendre en charge l'aviation et le shipping. Ces challenges, qui sont venus graduellement, m'ont permis d'apprendre nombre de choses sur ces métiers et de constamment monter en compétences.

Parlez-nous des souvenirs les plus mémorables.

Il y en a tellement ! Les voyages pour aller sélectionner des produits, l'Africa Forum de 2008 en Chine, auquel j'ai assisté en tant que représentant d'IBL, les team buildings de Somatrans, les retraites du Management, notamment lorsque nous sommes partis à l'île de la Réunion en 2018, pour un séjour entre travail et loisirs... Le côté humain et les liens tissés au fil des années forment à mon sens, l'essentiel de ces précieux souvenirs.

10 patrons en 28 ans. Qu'en reprenez-vous ?

C'est l'évolution normale d'une entreprise qui m'a permis de beaucoup apprendre de différentes personnes. Un de mes premiers patrons, notamment, était très à cheval sur les to-do lists. J'ai vite compris la valeur de cet excellent outil d'organisation qui permet d'être productif, sans avoir à micromanager les membres de l'équipe. Je m'en sers d'ailleurs toujours.

Je me suis également découvert une capacité d'adaptation, car chaque patron a ses qualités de gestion propres, mais aussi une certaine franchise dans les échanges avec chacun d'entre eux. Au fil de la collaboration émerge une facilité dans les échanges.

Quelles sont les cinq leçons majeures apprises pendant votre parcours ?

La capacité de se remettre en question : aux niveaux personnel et professionnel.
La résilience : nous en avons surtout fait l'expérience lors du confinement, pendant lequel nous nous sommes surpris à surmonter ce défi colossal !
La confiance au sein des équipes : également consolidée par ricochet de la pandémie et qui s'avère essentielle lorsque tout le monde travaille de chez soi.
Le sens de la perspective : car j'ai aussi été appelé à gérer certaines sociétés en Afrique, où la culture de travail est tout autre !
La débrouillardise [rires] : qui est une condition sine qua non lorsqu'on travaille sur le continent africain, et qui devient un atout majeur pour être paré à toute éventualité. Et bien sûr... Toujours avoir un plan B !

La nouvelle génération, on en parle ?

C'est incontournable ! Et, encore une fois, il s'agit de la culture de travail qui évolue : la mobilité joue un rôle primordial pour éviter l'ennui, mais aussi enrichir le parcours professionnel. Cette nouvelle génération, comme toute autre, vient avec ses défis et ses opportunités.

Avez-vous un conseil pour elle ?

Soyez flexibles dans votre approche, car, dans ce monde qui change à toute vitesse, le dynamisme et l'adaptation sont des qualités indispensables qui vous aideront à maintenir le cap sur vos objectifs.

Pour vous, "retraite" rime avec...

"Travailler sur ma vie", et non plus "travailler pour vivre" ! Mes KPIs vont radicalement changer [rires] ! Maintenant, quand je parle de travailler, ça se rapporte à améliorer mon handicap de golf, rentabiliser mon abonnement de gym (que j'ai pris tout récemment), reprendre la guitare et pratiquer le Padel tennis. L'apprentissage continu est aussi très important pour moi. Je compte donc passer plus de temps à étudier l'investissement financier. Mais je compte également voyager et passer plus de temps avec ma famille. La beauté de la retraite, c'est quand même d'avoir la liberté de choisir à tout moment ce que je veux faire.

“La mobilité joue un rôle primordial pour éviter l'ennui, mais aussi enrichir le parcours professionnel”

Pour que Noël dure toute l'année

La pauvreté survivra à Noël. À moins que notre conscience collective se mette en alerte 365 jours par an, selon un calendrier de l'avent et de l'après.

L'atmosphère carillonnante des fêtes est un ballon d'oxygène pour tous. L'humeur est au vivre ensemble, au partage et à la bienveillance. Dans un élan solidaire, nos actions réconfortent les cœurs des plus démunis. "Oui, nous avons été sages !", répondons-nous sincèrement au Père Noël.

Mais dès les douze coups de minuit, notre bonne volonté laisse place à la routine qui reprend ses droits. Les semaines s'enchaînent et nos regards s'habituent à nouveau à la détresse humaine, à la pauvreté.

Comprendre pour avoir un meilleur impact

La Fondation Joseph Lagesse (FJL) ne fait plus de cadeaux pour les fêtes. Du moins, plus de ceux qui emballent pour un jour. La pauvreté ne se mesure pas que matériellement, elle est multidimensionnelle. Et notre société, consciemment ou inconsciemment, la catalyse par le rejet.

Trop souvent nos institutions et services administratifs rendent une vie normale impossible pour les communautés vulnérables. Nous mettons en place — ou acceptons passivement — des politiques qui excluent et isolent à divers niveaux : éducation, logement, santé, travail, culture... Nos réflexions sont stigmatisantes : s'ils voulaient vraiment s'en sortir, il suffirait de ne pas abandonner l'école (qui ne parle pas leur langue maternelle), de trouver de l'emploi (dans des entreprises qui se méfient) et d'arrêter de boire (en consultant un professionnel).

La pauvreté est le symptôme de cette exclusion sociale qui s'est immiscée dans nos regards, et non la cause. Nous attendons de ces personnes qu'elles

s'intègrent à une société pensée pour les autres. Un engrenage infernal s'esquisse.

Se poser les bonnes questions

Les bonnes questions amènent les bonnes solutions. Comment briser ce cercle vicieux ? Existe-t-il un moment décisif qui détermine une vie de pauvreté ?

L'équipe de recherche et d'évaluation de la FJL a conduit, cette année, un 'community needs assessment' en recoupant quatre sources d'information :

- L'avis de cinq experts de l'éducation et de la lutte contre la pauvreté ;
- Un focus group composé de 12 enfants, âgés entre 8 et 10 ans ;
- Les statistiques de performance scolaire du grade III au grade VI, ainsi que les résultats en français et en anglais de cinq écoles ZEP de la région la plus défavorisée de l'île ;
- Un étude réalisée auprès de huit filiales du Groupe IBL afin d'évaluer les besoins des employés qui souhaiteraient bénéficier d'un programme d'alphabétisation.

Cette étude a révélé, entre autres, que la moitié des garçons et le tiers des filles échouent dès le grade IV dans ces écoles. Les facteurs en cause sont multiples : barrière de langue, méthodologie d'apprentissage mais aussi contexte familial instable. Comment étudier sans électricité ? Comment se concentrer avec un estomac vide ? Comment se sentir soutenu face à des parents absents ou qui font preuve de violence ? Des centaines d'enfants sont ainsi exclus du système éducatif. La rue devient alors leur nouvel espace de vie, régi par l'insécurité et la violence.

Peu surprenant d'apprendre que pour ces enfants, "le futur" est un concept abstrait. Comment envisagent-ils leur vie dans 10 ans ? Ils n'en savent rien. Une fracture sociale s'installe dès l'âge de 8 ans. Le Père Noël existe-t-il vraiment ? Ils n'en sont plus très sûrs.

Traiter le problème à la source

Pour obtenir des résultats durables dans notre lutte contre la pauvreté, la prévention, la protection et l'éducation sont des pistes de travail solides. La FJL en a fait ses rois mages.

Première étape pour pallier cette fracture sociale et éducative : relancer la machine à rêves. Dès 2023, des ateliers de storytelling et de partage d'expériences (basés sur le modèle Taporî d'ATD Quart-Monde) seront mis en place auprès de ces enfants. Leurs buts ? Rebooster leur imaginaire, leur vocabulaire et leur estime personnelle. Par effet boule de neige, ces ateliers soutiennent leur capacité de concentration et améliorent leur performance à l'école.

Mais ce que le "community needs assessment" révèle de plus inquiétant, c'est que l'échec scolaire est lié à des dysfonctionnements systémiques. Les actions de la FJL peuvent difficilement avoir un impact à l'échelle nationale, si elle s'en va seule au front. Elle prépare donc une intervention d'envergure en 2023, sous forme de plaidoyer, afin d'alerter l'ensemble de la communauté citoyenne et institutionnelle sur la gravité du problème et ses conséquences à moyen et long terme. Cet événement fédèrera le secteur public, le privé, les ONG et les médias, pour qu'ensemble nous réfléchissions à des solutions durables. Joindre nos forces est indispensable pour permettre aux communautés vulnérables d'accéder à leurs droits fondamentaux et pour restaurer leur dignité de citoyens à part entière de notre république.

L'inclusion sociale est bien le plus beau cadeau que nous pouvons faire. Il ne tient qu'à nous de changer le regard que nous portons sur la pauvreté et de nous mobiliser pour aider nos enfants à croire à nouveau en la magie de la vie, aussi bien qu'à celle de Noël. D'un Noël qui dure toute l'année.



Pour ces enfants, "le futur" est un concept abstrait

Du CSR à l'inclusion sociale :

3

questions à **Martine de Souza,** Head of Social Inclusion à IBL Ltd



L'inclusion sociale est-elle un idéalisme ?

Au contraire : c'est le chemin le plus sûr vers l'empowerment des communautés vulnérables et des personnes en marge de notre avancée sociale et économique. Il faut bien comprendre que la pauvreté est un symptôme. C'est le signe que d'autres choses systémiques n'ont pas fonctionné : injustices, stigmatisations, manque d'accès aux soins, dysfonctionnements institutionnels, inégalités...

Après avoir été manager de la Fondation Joseph Lagesse et Head of CSR en parallèle pour IBL, vous êtes aujourd'hui Head of Social Inclusion. Qu'exprime ce changement de titre ?

Cette évolution montre bien à quel point nous affinons notre intervention auprès des plus démunis, au fil de l'histoire de la fondation. L'inclusion sociale, IBL y croit totalement ! Ce terme vient préciser notre intention, donne une direction, un cap à nos actions. Nous avons tous une définition plus ou moins stéréotypée de la pauvreté, mais avons rarement l'occasion d'entendre ce que les personnes qui la vivent au quotidien ont à en dire. L'inclusion sociale, c'est écouter les personnes en situation de pauvreté avant tout. Elle oriente notre lutte vers des interventions de justice sociale pour contrer la pauvreté.

Votre première bonne résolution pour 2023 ?

Nous lancerons, dès janvier, un programme d'alphabétisation pour les adultes. Nous avons identifié, à l'aide des équipes de ressources humaines et des responsables CSR des branches d'IBL, plus de 350 employés qui souhaitent être formés – et de nombreux autres se sont inscrits sur la liste d'attente. La demande est bien réelle ! Et nous nous sommes fixé un objectif d'un an pour former les premiers participants.

La pauvreté : pas qu'une question de manques

L'année dernière, la Fondation Joseph Lagesse a parrainé et participé à une recherche sur la pauvreté à l'île Maurice, dans le cadre d'un programme similaire mené par ATD-Quart Monde, l'organisation internationale fondée en 1957 par le père Joseph Wresinski.

En croisant les savoirs de chercheurs universitaires (savoir académique), de professionnels et travailleurs sociaux (savoir d'action) et de personnes en situation de pauvreté (savoir d'expérience) dans plus de six pays, cette recherche a mis en lumière neuf dimensions de la pauvreté, communes aux familles vulnérables dans le monde.

Au-delà des trois premières – qui conçoivent la pauvreté comme une situation de privation matérielle et sociale, de manque de moyens financiers et de précarité d'emploi – six autres dimensions, tout aussi essentielles, ont été révélées.

Vivre en situation de pauvreté, c'est aussi :

1. Perdre son pouvoir d'agir et le contrôle de sa vie, ne pas pouvoir prendre les décisions que l'on souhaite pour soi-même et pour ses enfants. En dépendant des autres, les familles en situation de pauvreté sont confrontées à des choix inimaginables qui amènent un sentiment de soumission et de honte.
2. Être constamment exposé à des souffrances physiques, psychiques et émotionnelles.

La peur, l'inquiétude quotidienne pour l'avenir, le manque de sommeil, le découragement et le désespoir. Ces facteurs ont une incidence sur l'espérance de vie.

3. La maltraitance de la part des institutions. Des procédures administratives et sociales impossibles à tenir ("revenez avec une photocopie de vos papiers", "veuillez fournir une preuve d'adresse"...), contribuent à un vécu de violence, voire d'humiliation. Les familles ne se sentent pas considérées comme des citoyens à part entière. Elles peuvent ainsi être privées d'accès aux biens et services élémentaires, être stigmatisées, ou s'auto-stigmatisent en se mettant en retrait de la société.
4. Être confronté à de la maltraitance sociale par les regards qui jugent, blâment, discriminent et isolent.

5. Des savoir-faire non reconnus. Les personnes en situation de pauvreté font preuve de créativité et ont des ressources parfois insoupçonnées – compétences de survie ou scientifiques – qui ne sont pas valorisées. Elles ne sont pas considérées comme des contributions actives au développement de la société.

6. Savoir faire preuve d'une très grande résilience et d'une solidarité entre pairs. Les communautés vulnérables savent trouver, en équipe, des solutions pour s'en sortir.

"Participer à cette étude a été pour moi très révélateur, car elle met des mots sur ce que l'on observe tous les jours sur le terrain, c'est-à-dire, la violence institutionnelle, le regard jugeant, l'exclusion, la perte d'accès à la santé et à l'éducation, notamment, pour ne noter que cela, témoigne Martine de Souza. Nous devons nous rappeler qu'en tant qu'acteurs sociaux, nous ne serons jamais totalement à la place de la personne en situation de pauvreté, et qu'elle, elle sait ce dont elle a besoin pour survivre. C'est la raison pour laquelle notre action s'inspire de l'approche de Joseph Wresinski."

Le rapport de cette recherche participative, disponible en ligne sur le site d'ATD Quart-Monde, a également été remis au vice-président de la République, Eddy Boissezon et au Premier ministre, Pravind Jugnauth.

“Nous devons nous rappeler qu'en tant qu'acteurs sociaux, nous ne serons jamais totalement à la place de la personne en situation de pauvreté”



Une industrie cinquante ans mais toujours jeune

par Véronique Garrioch

C'est en 1972, que les premières boîtes de conserve de thon sortent des lignes de production de MTFCE, Mauritius Tuna Fishing and Canning Enterprise. Cette usine est le résultat d'un partenariat entre Blyth Brothers Ltd, Kaigai Gyogyo Kabushiki Kaisha (KGKK) et Mitsubishi Shoki Kaisha. Au fil des années, le partenariat entre Blyth Brothers (devenu par la suite IBL) et Mitsubishi va se renforcer, jusqu'à faire de Maurice un des dix plus importants exportateurs de thon au monde aujourd'hui.

Peu se souviennent encore que la première usine de thon se trouvait au Caudan, en face de l'actuelle station de métro. Cette histoire commence en 1963, lorsqu'une compagnie japonaise de pêche, KGKK, utilise Maurice comme port d'attache pour ses bateaux de pêche et choisit Blyth Brothers comme agent.

Les premiers thoniers senners de l'océan Indien battaient alors pavillon mauricien, avec le Clavis Maru, le Cirmé et les deux Lady Sushil. Années fastes en termes de pêche car les principales flottes industrielles ne sont pas encore présentes dans l'océan Indien.

Au fil des années et d'une collaboration réussie, les échanges économiques se renforcent jusqu'à forger ce joint-venture avec IBL : MTFCE, la première conserverie mauricienne de thon. La chaîne de valeur thonière commence à se mettre en place car en plus des bateaux de pêche et la conserverie, une section y fait de la farine et de l'huile de poisson. Les dirigeants à la tête de MTFCE se succèdent jusqu'à l'arrivée d'une figure qui deviendra bien connue : Patrice d'Hotman de Villiers, qui devient par la suite le CEO d'IBL.

Les débuts du Seafood

Le Groupe IBL était traditionnellement dans le domaine maritime. Avec l'arrivée de Patrice d'Hotman de Villiers à sa tête, de nouveaux investissements constitueront la base de notre pôle Seafood actuel. Avec le COO d'IBL, François de Gersigny, Patrice va convaincre le conseil d'administration d'investir dans des sociétés qui vont accroître l'attractivité de Maurice et en faire un centre stratégique pour les industries de la mer. De ces nouveaux développements, c'est Froid des Mascareignes qui voit le jour en premier en 1997 à Port Louis. Les trois premières chambres froides deviennent opérationnelles et une jetée de 12 m permet de débarquer certains bateaux de pêche de faible tirant. Très vite, cette jetée deviendra un quai de 60 m de long.

Afin de séparer la production de farine de poisson des activités de la conserverie, IBL investit dans Fishmeal Producers Ltd, une usine à Riche Terre qui peut recycler les coproduits du thon pour en faire une farine très prisée par les fabricants d'aliments pour animaux. De son côté, Mitsubishi Corporation qui souhaite renforcer son positionnement dans l'industrie alimentaire internationale fait l'acquisition d'une société anglaise, Princes Ltd. En 1999, celle-ci rachète MTFCE – IBL y garde ses parts – et investit dans un nouveau site de production à Riche Terre. Juste avant, KGKK s'est retiré de la pêche et les senneurs mauriciens ont été vendus.

Presque dans le même temps, Patrice d'Hotman de Villiers et François de Gersigny cherchent un moyen pour attirer les bateaux de pêche qui ont besoin de faire des réparations après avoir débarqué leurs captures. Ils trouvent un partenariat avec le Chantier Piriou de Concarneau et le Chantier Naval de l'Océan Indien (CNOI) débute ses activités en 2001. Mais ceci est une autre histoire [lire together 2].

Une nouvelle usine de thon

Au début des années 2000, beaucoup de conserveries européennes délocalisent une partie de leur production en raison des coûts de la main-d'œuvre. IBL y voit une opportunité et se lance dans la production de longues avec Thon des Mascareignes en 2005. Après un démarrage difficile, Patrice Robert est appelé à prendre la tête de cette usine en 2008. "Je travaillais pour DHL à Singapour quand Patrice d'Hotman de Villiers et François de Gersigny m'ont proposé de prendre la direction d'une usine de thon. J'avoue que j'ai hésité, se souvient Patrice Robert, aujourd'hui Group Head of Operations d'IBL. J'ai découvert un univers dont je ne soupçonnais pas la complexité. Nos plus proches compétiteurs se trouvaient aux Seychelles, mais les plus gros étaient en Équateur, à Bangkok ou dans le Pacifique. À la difficile tâche de faire tourner cette usine, s'est très vite ajoutée celle de maîtriser les subtilités des accords commerciaux internationaux et des questions de durabilité des stocks de thon."

Toujours à la recherche de partenaires stratégiques, IBL rencontre l'armateur Echebaster, dont les thoniers senneurs opèrent dans l'océan Indien. Cet armateur espagnol souhaite alors investir dans des opérations de transformation à terre,

auxquelles il pourrait vendre une partie de ses captures. Le partenariat est vite officialisé avec la création de Seafood Hub Ltd.

En 2008, IBL lance sa nouvelle usine de farine de poisson et d'huile de poisson à Riche Terre, Marine Biotechnology Products. De nouveaux équipements et une nouvelle méthode de transformation permettent très vite à l'équipe de faire une farine à une forte teneur en protéines, très prisée en Asie. Dans le même temps, une nouvelle usine voit le jour : celle de Cervonic qui se spécialise dans l'extraction à froid de l'huile à partir des têtes de thon.

La même année, Mer des Mascareignes (MDM) commence ses opérations. Cette nouvelle usine naît d'un partenariat entre IBL et le groupe réunionnais Sapmer qui investit, à cette époque, dans des thoniers senneurs surgélateurs pouvant congeler les thons à -40°C. En opérant la découpe du poisson sans le décongeler dans une atmosphère régulée ne dépassant pas les 8°C, MDM apporte une révolution dans le monde des thoniers senneurs.

En 2015, IBL et Princes décident de fusionner leurs deux usines de transformation afin d'accroître la compétitivité de l'industrie mauricienne. Dès lors, exploitation est sous la seule enseigne, Princes Tuna (Mauritius). Et notre industrie se propulse au Top 10 mondial des exportateurs de thon.

50 ans d'histoire

Il serait impossible d'écrire tous les détails et anecdotes qui ont jalonné les 50 années d'IBL Seafood et qui ont fait de l'industrie thonière mauricienne ce qu'elle est aujourd'hui. "Cette histoire est aussi celle des hommes et des femmes qui ont fait son succès, qui ont su naviguer dans des eaux mouvementées, explique Cougen Purseramen, COO d'IBL Seafood et président de la Sustainable Tuna Association. Les enjeux de durabilité sont une de nos préoccupations. Après 50 ans d'existence, nous avons l'intention d'être encore présents pour les décennies à venir. Le thon représente près de 25 % des exportations mauriciennes et nous avons un devoir de durabilité environnementale, économique et sociale envers tous ceux qui dépendent de nous."

Le secteur thonier de Maurice en chiffres

Près de **25 %** des exportations mauriciennes

6 000 emplois directs

16 000 tonnes de capacité de stockage en chambre froide

110 000 tonnes de thon transformées par an

14 000 tonnes annuelles de farine de poisson exportées

3 500 tonnes annuelles d'huile de poisson exportées

Véronique Garrioch

Cela fait plus de 14 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.

IBL Seafood : développer aujourd'hui les leaders de demain

par Véronique Garrioch

Depuis six ans, le secteur Seafood s'est engagé dans un processus de développement continu pour l'ensemble de ses cadres. L'objectif premier était de créer une équipe performante, mais aujourd'hui, la barre a été placée plus haut en mettant l'accent sur le développement personnel.

Patrice Robert est Group Head of Operations d'IBL depuis juillet 2018. Il est encore COO d'IBL Seafood lorsqu'il tombe sur *Good to Great* de Jim Collins. Cette lecture lui donne des idées pour le secteur qu'il dirige. Il contacte alors LRMG et son Managing Director, Irwin Van Stavel, qui a développé une formation à partir des concepts de Collins. C'est ainsi qu'une quarantaine de cadres de l'ensemble des entités du Seafood en bénéficient entre 2016 et 2018.

"La vision que Patrice et moi partageons pour le Seafood s'est mise en place graduellement, explique Cougen Purseramen, COO d'IBL Seafood. Il y a eu une prise de conscience générale sur les objectifs à atteindre et une nouvelle synergie s'est mise en place. Puis il y a eu le Covid et j'ai réalisé que ce que nous savions faire, ne suffisait pas."

Sortir des sentiers battus, savoir s'adapter à toute nouvelle situation en faisant preuve de flexibilité, telles sont quelques-unes des attentes envers la nouvelle génération de leaders. "Nous sommes dans une époque et dans un secteur où tout bouge continuellement, où nous devons nous réinventer constamment. Il me paraissait fondamental que nos équipes puissent être équipées pour pouvoir faire face à l'imprévu. Il fallait créer le Seafood 2.0", poursuit Cougen. Il décide alors de lancer, à IBL Seafood, une autre formation développée par LRMG, Future-Fit Talent Journey (FFTJ). Ce programme repose sur trois axes principaux : la maîtrise de soi, la gestion des équipes et la maîtrise des activités.

Un premier groupe a suivi le FFTJ en 2021 et un deuxième a commencé cette année. Le COO d'IBL Seafood est satisfait des premiers résultats : "Sur neufs postes à responsabilité en 2021, huit ont été pourvus par des promotions internes dont tous les candidats sont issus de la première cuvée FFTJ."

Irwin Van Stavel travaille depuis plus de 20 ans en tant que consultant stratégique auprès de plus de 300 grandes entreprises d'Afrique du Sud, de Maurice et d'autres pays du monde pour les aider à créer une culture de haute performance ou d'apprentissage. "Aujourd'hui, je classerais IBL Seafood dans le Top 3 de ces organisations du point de vue de la culture, du leadership, de la collaboration, de la discipline, de l'apprentissage et de la durabilité, partage-t-il. Chacun est traité comme un leader, a son mot à dire et a la possibilité de s'épanouir et de contribuer. Le leadership de niveau 5 (un leader doté d'une forte volonté, d'une profonde humilité et d'une grande ambition) est vécu à travers les exemples humains de Patrice Robert, Cougen Purseramen, Maurice Rault, Benoît Desvaux de Marigny et de toute l'équipe de direction. Ils forment une équipe formidable avec une forte culture de la performance et un état d'esprit selon lequel nous devons nous améliorer chaque jour."

Les prochaines étapes de ce parcours consisteront à élargir le FFTJ aux chefs d'équipes. Et Cougen de conclure : "Nous voulons donner la chance à tout un chacun de progresser. C'est ainsi que nous préparerons aujourd'hui les leaders de demain."



Xtreme Faces

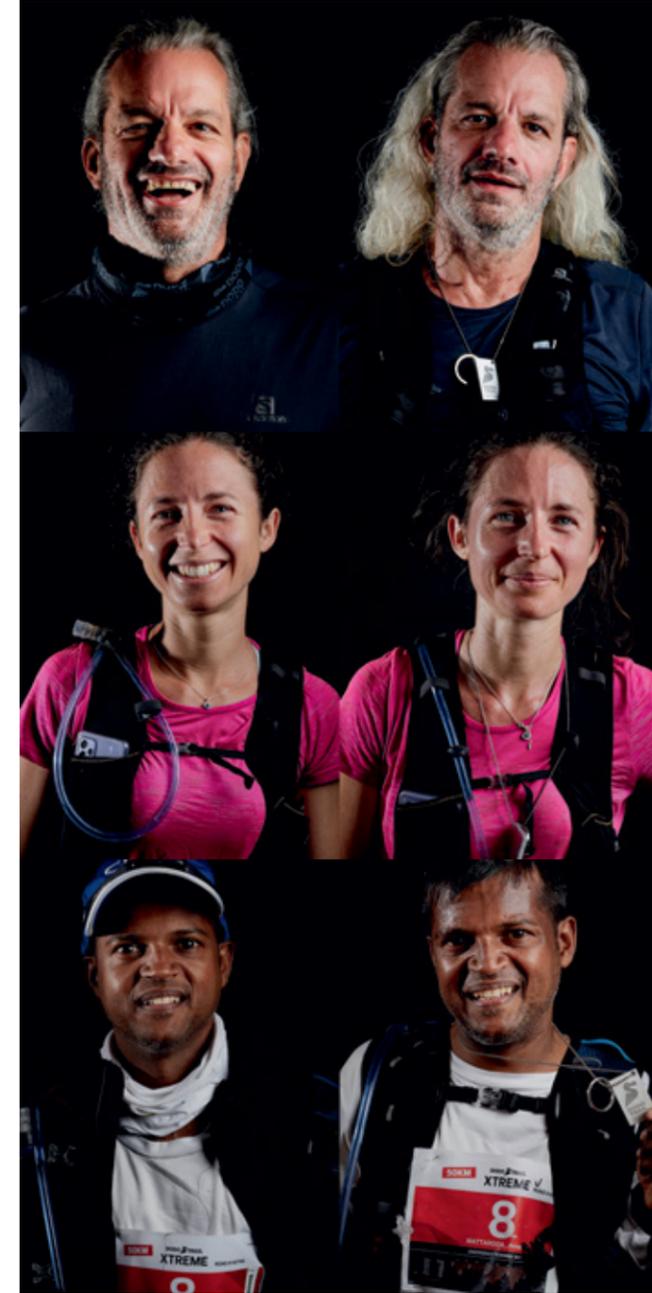
Le Dodo Trail est né d'une idée folle : créer un ultra-trail sur une ultra-petite île. Parmi ses quatre parcours, le Xtreme 50 km est une course mythique de l'île Maurice. Elle traverse les forêts primaires du sud-ouest de l'île, du Morne jusqu'à Tamarin, incluant des ascensions techniques. Dès sa première édition en 2011, le Xtreme 50 km attire des stars internationales comme le Français Ludovic Pommeret et le Népalais Dawa Dachhiri Sherpa. D'autres pointures du trail suivront : Laura Orgué, Ricky Lightfoot, Landie Greyling, Xavier Thevenard.

Pour sa 10^e édition, le Dodo Trail a voulu offrir aux participants du Xtreme 50 km un souvenir à la hauteur de ce challenge audacieux. Le samedi 16 juillet 2022, ces traileurs ont été photographiés avant et après leur course.

Il y a eu de la sueur, des sourires, des larmes, du bonheur, de l'épuisement et de la passion. "Xtreme Faces" est le résultat de cette séance photo.







IBL



En octobre 2021, le Groupe IBL communiquait sur le déploiement de sa stratégie d'internationalisation, *IBL Beyond Borders*. Depuis, tout a été mis en marche pour concrétiser cette expansion. Seulement huit mois après l'annonce, *IBL Beyond Borders* a commencé à prendre forme avec une première belle étape au Kenya. D'autres partenariats se forment actuellement et le Groupe IBL avance avec détermination hors de l'île Maurice qui reste le moteur historique de sa performance. Ce dossier vous permet de découvrir les prémices de ce développement bien amorcé.

BEYOND BORDERS

“LA CRÉATION DE MIWA SUGAR NOUS DONNE LES COUDÉES FRANCHES POUR INVESTIR DANS DE NOUVEAUX PROJETS EN AFRIQUE”

Stéphane Isautier,
CEO de Miwa Sugar



Koumal Gopaul

“SCISSION n.f. Éclatement d'une société dont les actifs et les dettes sont répartis entre deux ou plusieurs sociétés préexistantes ou nouvelles” – définition du dictionnaire Larousse.

En voilà un mot peu courant en affaires à l'heure où ce sont les 'mergers and acquisitions' qui ont la cote à Maurice comme ailleurs. Pourtant, c'est cette stratégie qu'a choisi d'adopter le Conseil d'administration d'Alteo – compagnie dont IBL est actionnaire à hauteur de 27,64% – en scindant ses opérations entre deux entités distinctes, l'une centrée sur Maurice et l'autre sur l'Afrique. Stéphane Isautier, CEO de l'entité regroupant les actifs africains, baptisée Miwa Sugar Limited, nous en dit plus.

Ça veut dire quoi “Miwa” ?

Le nom de cette nouvelle entreprise n'a pas été choisi par hasard puisque “Miwa” est un mot swahili qui signifie “tige de canne”. Notre nom indique donc simplement notre activité principale : Miwa Sugar = sucre de canne. La décision d'emprunter un mot au swahili n'est pas non plus anodine. Cette langue est très utilisée sur le continent africain, notamment en Tanzanie et au Kenya où nous sommes déjà présents. Il s'agit, ainsi, pour nous de souligner notre focus sur le continent et en particulier en Afrique de l'Est puisque nous souhaitons nous positionner comme un acteur sérieux et responsable du secteur cannier dans cette région. Notre logo et nos couleurs revendiquent aussi fièrement cette appartenance à l'Afrique.

Mais pourquoi miser sur un 'pure player' cannier plutôt que de continuer le développement de ces activités au sein d'un groupe diversifié comme Alteo ?

Il est indéniable que la stratégie de développement adoptée par Alteo ces dernières années a porté ses fruits : TPC, notre sucrerie en Tanzanie [NDLR : lire *together 1*], est l'une des plus efficaces en Afrique, alors que Transmara, la sucrerie kényane acquise par Alteo en 2015, a aujourd'hui renoué avec les profits après quelques années d'ajustement. Cela étant dit, la stratégie de croissance à Maurice n'est pas la même que celle des activités africaines et une scission était la meilleure solution pour se donner toutes les chances de réaliser le plein potentiel de chaque activité avec ses spécificités. Aujourd'hui, grâce à cette restructuration, les Conseils d'administration et les équipes de direction des deux entités sont mieux en mesure de se concentrer sur leurs activités respectives : valorisation foncière pour Alteo, développement cannier pour Miwa Sugar.

Plus concrètement pour Miwa Sugar, la création d'une nouvelle entreprise centrée

sur les activités africaines nous donne les coudées franches pour lever des fonds en vue d'investir dans de nouveaux projets. Miwa Sugar peut aussi attirer des investisseurs ayant un profil différent de ceux d'Alteo, notamment ceux avec un appétit pour un profil de risque un peu plus élevé mais offrant en contrepartie un plus grand potentiel de croissance. Cela, car les opportunités de développement foisonnent sur le continent avec une population croissante dans de nombreux marchés déjà déficitaires en sucre. Miwa Sugar pourrait également investir dans un pays exportateur net qui fournirait ses voisins à travers des accords régionaux, comme l'Ouganda par exemple.

Les marchés cibles sont donc uniquement en Afrique de l'Est ?

Il faut dire qu'aujourd'hui, nous sommes déjà présents en Afrique de l'Est, avec TPC en Tanzanie et Transmara au Kenya. Nous connaissons donc déjà cette région et il est plus aisé pour nous d'y identifier des opportunités, de la Tanzanie au Sud à l'Éthiopie au Nord et la République Démocratique du Congo à l'Ouest. Cela étant dit, nous ne fermons pas la porte à des opportunités dans d'autres pays déficitaires en Afrique. Nos équipes disposent de plusieurs décennies d'expertise acquise à Maurice, puis en Tanzanie et au Kenya, et nous sommes convaincus que nous pourrions exporter notre savoir-faire dans d'autres pays du continent.

Et Stéphane Isautier, il apporte quoi à Miwa Sugar ?

Bonne question ! Étant originaire de La Réunion, le sucre a toujours fait partie de ma vie ! Plus sérieusement, après mes études en agronomie et un bref passage chez Arthur Andersen à Paris, j'ai consacré les 20 dernières années au sucre en travaillant dans différents pays, notamment le Vietnam, la République Tchèque, le Mozambique, le Brésil, la France et, finalement, Maurice. Et, en tant

que Responsable du développement du groupe Alteo depuis 2015, j'ai eu la chance de suivre de près le travail des équipes de TPC et de Transmara, ayant d'ailleurs participé au processus de recrutement de l'équipe dirigeante de cette dernière. J'ai également mené de nombreuses missions de prospection dans plusieurs pays d'Afrique ces dernières années, afin de mieux comprendre la région et d'identifier des opportunités d'investissement. Aujourd'hui, même si je suis ravi de mettre ces expériences au service de Miwa Sugar, je dois souligner que ce qui fait avant tout la force de cette entreprise ce sont ses équipes, compétentes et soudées, qui ont à cœur de porter haut les valeurs de notre groupe !

MIWA SUGAR EN QUELQUES CHIFFRES CLÉS

8 000
hectares sous culture de canne (en Tanzanie)

18 000
petits planteurs partenaires (au Kenya)

2 MILLIONS
de tonnes de canne écrasées en 2022

206 000
tonnes de sucre produites en 2022

13,80 GWH
d'électricité exportée au réseau national (en Tanzanie)

NAIVAS, UNE HISTOIRE DE FAMILLE

Le 23 juin dernier, le Groupe IBL, aux côtés de ses partenaires Proparco et DEG, signait un accord pour acquérir 40 % des actions de Naivas, la chaîne de supermarchés leader au Kenya. Retour sur la success story de cette enseigne qui a su durer pour contribuer à l'économie de son pays.



En 1990, lorsque Jorum Kamau, fondateur des supermarchés Tusksys, ouvre son premier point de vente à Nairobi, il propose à ses neveux, David Kimani Mukuha et Simon Gachwe Mukuha, de reprendre Gitwe General Stores, son supermarché de Rongai dans le comté de Nakuru. C'est une suite logique pour ces deux frères qui aident leur oncle dans son affaire depuis plusieurs années.

David et Simon sont alors rejoints par leur père, Peter Mukuha. Les trois membres fondateurs vont se démener pour permettre à leur commerce de se développer très rapidement. En 1992, ils procèdent à un premier changement de nom pour Rongai Self Service Stores. Après seulement quatre ans d'activité, ils enregistrent une croissance significative et décident d'ouvrir un deuxième supermarché à Elburgon, à 10 km au nord de Rongai. Cette expansion demandant d'autres ressources, Linet Wairimu Mukuha rejoint ses deux frères et son père pour faire prospérer l'entreprise.

En 1996, Rongai Self Service Stores franchit trois étapes majeures de son expansion. L'ouverture d'un supermarché à Naivasha, deuxième ville la plus importante du comté de Nakuru, la fermeture de celui de Rongai et l'arrivée dans l'entreprise d'un quatrième membre de la fratrie, Grace Wambui Mukuha. Étant donné le succès du point de vente de Naivasha, l'enseigne opère un nouveau changement de nom en 1998 : Naivasha Self Service Stores.

Onze ans après l'ouverture de leur premier supermarché, la famille Mukuha est prête à s'implanter dans la capitale du Kenya. Pour financer cette expansion, elle ferme le point de vente d'Elburgon et inaugure, en 2001 son premier supermarché de Nairobi, en plein centre-ville sur la très fréquentée Ronald Ngala Street.

À partir de ce premier pas à Nairobi, Naivasha Self Service Stores accélère son développement. Deux supermarchés ouvrent en 2004 : en février à Machakos, dans le comté du même nom, et en octobre à Komarock dans la région de Nairobi. Les Mukuha misent alors sur une progression hors de la capitale. Entre 2005 et 2009, ils lancent six points de vente pour atteindre

un total de 10, dont huit se situent en dehors de la capitale. C'est à cette période que la famille opte pour une nouvelle identité. Développant ses exploitations hors de Naivasha, mais en clin d'œil à la ville qui a vu son expansion, elle fait évoluer sa marque pour Naivas en 2006.

Fin 2009, l'enseigne reprend son développement à Nairobi et se lance dans une campagne d'expansion immobilière avec, notamment, les débuts de la grande surface d'Eastgate située dans la zone résidentielle de Donholm. Dès lors, les Mukuha proposent différents formats de supermarchés pour toucher d'autres segments de consommateurs. Le plus connu est le marché alimentaire introduit en 2018 à la Kiambu Road de Nairobi. Précurseur dans la région de l'Afrique de l'Est et l'Afrique centrale, ce concept améliore l'expérience d'achat en plaçant le rayon frais (qui occupe au moins 25 % de la surface) à l'entrée du supermarché. Son succès populaire et commercial pousse les Mukuha à ouvrir d'autres points de vente similaires et, plus tard, transformer les supermarchés existants dans ce format. Enfin, 2019 voit l'introduction du format express pour s'adapter aux nouveaux modes d'achat dans le pays.

Alors que certaines chaînes de supermarchés n'ont pas tenu dans la durée, Naivas a su maintenir le cap sur plus de 30 ans grâce à une gouvernance solide. L'enseigne a, sans aucun doute, contribué à l'essor de l'économie kényane, notamment avec l'emploi de 8 000 personnes. Surtout, elle a mis l'épicerie moderne à la portée de tous en s'implantant dans différentes zones du Kenya – en novembre 2022, on compte 87 supermarchés de Naivas.

L'ÉVOLUTION DE L'ACTIONNARIAT

D'une entreprise entièrement familiale à ses débuts en 1990, Naivas a eu son premier investisseur externe en 2020. En effet, la société française Amethis, gestionnaire de capital-investissement dédié au continent africain, y prend une participation de 30 %. Il s'agissait d'une décision stratégique cruciale de la part des Mukuha dans le but de renforcer sa base de capital et surtout sa gouvernance. En juin 2022, Amethis a vendu sa participation au consortium constitué de Proparco, filiale de l'Agence française de développement (AFD) et DEG, une filiale du groupe allemand KfW et du Groupe IBL qui prend 40 % dans l'actionnariat de Naivas. "C'est un partenariat stimulant qui nous mènera vers la prochaine phase de notre croissance. Nous sommes conscients des connaissances et capacités considérables que nous apporte IBL dans le secteur de la grande distribution", partageait David Kimani, fondateur et managing director de Naivas après la signature de l'accord.

Fin 2009, l'enseigne reprend son développement à Nairobi et se lance dans une campagne d'expansion immobilière

SERVICE CONSULAIRE, SERVICE HUMAIN

Au rez-de-chaussée d'IBL House, au Caudan Waterfront, se trouve un consulat : un territoire étranger classé 'restricted area', où flottent les drapeaux des Pays-Bas, de la Belgique et de l'Espagne. La fonction de consul honoraire est assurée par Arnaud Lagesse, Group CEO d'IBL, pour les Pays-Bas et la Belgique, et Patrice Robert, Group Head of Operations d'IBL, pour l'Espagne. L'administration du consulat est assurée par une équipe de cinq collaborateurs, menée par son General Manager, Ben Payen.

Le consulat a pour mission primaire de veiller à la sécurité des ressortissants du pays qu'il représente, séjournant ou résidant à Maurice. Il offre un soutien administratif – délivrance d'attestations en cas de perte de documents d'identité et de voyage, mise à jour du registre civil en cas de naissance, mariage, divorce et décès –, mise en relation avec un médecin agréé en cas d'urgence médicale, recommandation d'un avocat en cas d'incarcération, conseils en cas de difficultés financières, pour ne citer qu'eux. Ainsi, le consulat veille aux conditions de vie des ressortissants du pays qu'il représente et se positionne en cellule de conseils afin que leurs droits soient respectés auprès des autorités. Le consulat fait figure de relai entre le ressortissant et son ambassade, le ressortissant et son état d'origine, le ressortissant et ses proches se trouvant à l'extérieur du pays d'accueil.

UNE FONCTION HONORABLE, SANS HONORAIRES

De la France jusqu'en Australie en passant par l'Inde, la Hongrie et la Tanzanie, l'île Maurice compte environ 60 consulats dans le monde. À son tour, le territoire mauricien accueille des consulats représentant plus de 40 pays, dont trois, les Pays-Bas, la Belgique et l'Espagne, qui sont représentés par le Groupe IBL. Lorsqu'on se réfère à l'histoire d'IBL, autrefois Ireland Fraser & Blyth Brothers, durant la seconde moitié du 19^e siècle, on note que des membres de l'entreprise représentaient déjà plusieurs pays, dont l'Italie, les Pays-Bas, les États-Unis, la Hongrie, la Belgique, le Japon ou encore la Suisse. Ireland Fraser & Blyth Brothers étant déjà une référence du commerce maritime pour l'île Maurice à l'époque, la création officielle de liens entre les pays avec lesquels l'entreprise négociait, fut une décision logique.

"En tant que Group CEO du premier conglomérat de l'île, un atout de confiance, Arnaud Lagesse fut nommé consul général honoraire des Pays-Bas et consul honoraire de la Belgique. Quant à Patrice Robert, sa nomination est justifiée par ses liens étroits avec l'Espagne, notamment via le cluster Seafood", explique Ben. Il poursuit : "Le consul honoraire est nommé par le pays qu'il représente, après accréditation du pays d'accueil."

Les fonctions d'un consul honoraire administrées par le biais d'un consulat ne sont pas rémunérées. "Nous sommes simplement honorés de représenter ces trois royaumes", indique Ben. En effet, outre son devoir de soutien aux ressortissants, une présence consulaire permet de forger de solides relations entre deux pays, avec un intérêt économique et culturel, voire politique. Par exemple, grâce à ses liens privilégiés avec ces trois pays, IBL, à travers son consulat, est en tête de liste des hommes d'affaires néerlandais, belges ou espagnols, venus explorer le marché mauricien. "Nous profitons de leur séjour à Maurice pour, d'abord, les présenter aux entreprises du groupe qui pourraient répondre à leurs ambitions d'investissement", développe Ben.

MISSION : ACCOMPLIR L'EXTRA MILE

L'équipe du consulat des Pays-Bas, de la Belgique et de l'Espagne est composée de cinq personnes : Ben Payen, General Manager, Nalini Udhin et Catherine Arlapen, Administrative Assistants, Danick Gueho, Trademarks & Admin Manager, et Roshan Ramoo, Messenger. La solide équipe évolue ensemble depuis plus de 25 ans, période pendant laquelle elle a vu défiler des milliers de ressortissants et a traité de nombreux dossiers dans leur intérêt. Contrairement à une ambassade, représentant diplomatique d'un gouvernement national auprès d'un gouvernement étranger et dont les fonctions sont strictement paramétrées, le consulat honoraire, bien qu'également limité en matière de pouvoir d'agir, se retrouve bien souvent à faire l'extra mile. "L'accueil et les services que nous offrons sont cités en exemple par les trois royaumes que nous représentons. Nous avons le devoir de servir ces personnes et cela nous demande d'être disponibles, à l'écoute, de trouver des solutions dans les situations les plus sensibles où nous essayons leurs frustrations, et surtout, de faire preuve d'une grande humanité. Nous nous appuyons sur les valeurs du Groupe IBL, dont 'People first', pour accomplir notre mission", fait ressortir Ben.

COVID-19 : ENVERS ET CONTRE TOUT

Le 20 mars 2020, l'île est entrée en confinement pour contrer la pandémie mondiale du Covid-19, entraînant la fermeture des frontières mauriciennes. Cette situation inédite marque une période intense pour le consulat. L'équipe fut assaillie de demandes de touristes et de résidents étrangers voulant rentrer dans leur pays dans les plus brefs délais. Elle a su réagir promptement en les aidant à sécuriser un siège auprès d'Air Mauritius, unique compagnie aérienne en opération à ce moment-là, avec l'aide du ministère des Affaires étrangères et de la Santé. Dans le cas du décès d'un ressortissant belge, le consulat a eu la lourde tâche d'organiser les obsèques selon les souhaits de la famille qui était dans l'incapacité de rapatrier la dépouille ou de faire le déplacement. Ben se souvient encore : "Nos bureaux étant fermés, je me déplaçais chez les ressortissants retraités afin de légaliser les certificats de vie qui leur permettaient de percevoir leurs pensions." Sollicité 7 jours sur 7 hors des heures de bureau, le consulat remplissait également la tâche d'informer les ressortissants des règlements mis en place par le gouvernement mauricien et par les ambassades des Pays-Bas, de la Belgique et de l'Espagne. Un rapport quotidien de l'évolution de la situation à Maurice était également envoyé aux ambassades concernées.

JORSEN

**HEAD OF BUSINESS
DEVELOPMENT
FOR EAST AFRICA**



PATTEN

“THESE ARE PROMISING DAYS AHEAD FOR ANYONE TO JOIN ON IBL GROUP’S REGIONAL EXPANSION”

After living and working for over a decade in different countries of Africa, Jorsen Patten was called to open IBL International office in Nairobi, Kenya, in 2018. As the Head of Business Development for East Africa, he patiently developed an extensive network in the region and built strong partnerships for the group.

How did you join the IBL Group?

I joined the IBL Group in January 2018 as Head of Business Development for East Africa, with the mandate to set up an office in Nairobi to pursue the group's regional expansion. Before that, I worked with The Coca-Cola Company and British American Tobacco (BAT) where I held several positions in country management and strategic marketing across Sub-Saharan Africa. During the last 15 years on the African continent, I have had the opportunity to live and work in Côte d'Ivoire, the Democratic Republic of the Congo, Mozambique, and Kenya with both country-specific as well as regional responsibilities. This experience allowed me to gain in-depth knowledge of the Sub-Saharan region, which is invaluable in my current role.

What is the origin of the IBL International office in Kenya that you created in 2018?

The IBL International office was created following the strategy exercise carried out by McKinsey consultants in 2017. One of the key pillars defined for the growth of the group was that of regional expansion, for which East Africa was earmarked. We started this journey in an entrepreneurial way and defined the DNA of the East Africa entity, as a business development and investment advisory office to IBL Ltd and its operations.

In the beginning, we spent quite some time developing the key principles underpinning the growth strategy, specifically in terms of the type of market entry models and their corresponding applications to the group's operations. At the same time, we were busy building a network for the group among the business community and other key stakeholders in the region. This set up the building blocks for the group's regional expansion, which now features prominently within the 'IBL Beyond Borders' strategy.

What are the milestones that IBL International has achieved since its creation?

Building the East Africa business development office since 2018 has required patient and disciplined work, with intensive collaboration with the group's operations and the head office. Despite the unexpected Covid-19 outbreak in March 2020, we continued to push forward. Over the past few years, we have reviewed dozens of investment opportunities, engaged consistently with family businesses and the broader investment community, and built sound corporate brand awareness for the IBL Group in East Africa. This has culminated with the recent equity partnership with the leading supermarket chain in Kenya, Naivas. In addition to our entry into the retail landscape, we have built a business development presence in corporate services, reinsurance brokerage, renewable energy, with more to come as we continue to build the East Africa portfolio.

What are the office's next projects?

With the growth in scale of the group's footprint in the region, it is time for the East Africa office to evolve further to include

post-deal investment and operations management with the partners in which we have invested and/or established strategic relationships. As we focus on the sectors in which IBL is represented in East Africa, we also look at how synergies can be built further among the group's operations to establish a strong value creation model, as well as provide the relevant support in terms of shared services from a corporate perspective. The East Africa office will continue to spearhead IBL Group's expansion in the region, and these are promising days ahead for anyone to join on this journey.

Beyond professional opportunities, what does Kenya have to offer for one's personal development?

As the economic hub of East Africa, Kenya has a vibrant business and investment community, with the presence of many multinationals, international organisations and tech companies, making it a lively and cosmopolitan place that will continue to gain in prominence. Nairobi is a dynamic city with a bustling economic life with a strong pool of talented Kenyan professionals who bring a wealth of local experience to any international organization starting operations in the region. Nairobi has also seen a lot of infrastructure development and hosts an ecosystem that caters well to its cosmopolitan nature in terms of educational, shopping, and medical facilities. A lot of options are also available for social and leisure activities within Nairobi itself, and certainly outside of it with world-renown wildlife, natural parks such as the Masai Mara, and the beautiful Kenyan coast with its pristine beaches.

“We started this journey in an entrepreneurial way”

AU-DELÀ DES FRONTIÈRES MAURICIENNES

La stratégie d'internationalisation d'IBL, dont les grandes lignes ont été exposées lors de l'Analyst Meeting 2021, se met en place graduellement au niveau des opérations du groupe, avec l'Afrique de l'Est comme tremplin. Petit tour d'horizon d'IBL Beyond Borders.

À partir de son ancrage mauricien, IBL pose les bases d'une stratégie baptisée IBL Beyond Borders afin de développer davantage son assise internationale. Doté d'un solide portefeuille d'investissements, d'une culture d'excellence et d'une expertise de premier ordre, le groupe structuré en neuf pôles d'activité a développé une présence sur 18 territoires différents.

Après avoir marqué de son empreinte la région océan Indien, IBL exprime sa volonté d'aller plus loin, avec des visées sur l'Afrique de l'Est et australe. En rejoignant le capital de Naivas International Ltd – qui détient la totalité des actions de la chaîne de supermarchés kényane Naivas Ltd – le groupe a franchi une première étape majeure de sa nouvelle stratégie. Cette transaction est aussi l'investissement le plus important de l'histoire du principal conglomérat mauricien.

Outre la grande distribution, la stratégie d'internationalisation d'IBL est déjà en marche dans les autres pôles d'activité du groupe.

BRANDACTIV UNE PLACE SUR LE SEGMENT DU MODERN TRADE

Déjà fortement implantées sur le marché local, la vente au détail et l'industrie pharmaceutique ont été identifiées comme des plateformes de croissance essentielles qui permettront au pôle Commercial & Distribution du groupe de réussir son incursion hors des limites du territoire mauricien. "Nous avons des cartes intéressantes à jouer dans la région, sur les marchés de l'océan Indien et jusqu'en Afrique de l'Est", confie Patrice Marie, COO de BrandActiv, qui a travaillé pendant une quinzaine d'années pour une multinationale en Afrique, dont quatre ans basé au Kenya.

BrandActiv finalise actuellement sa présence au Kenya – un marché en pleine croissance avec plus de 50 millions d'habitants et une amélioration du pouvoir d'achat de la classe moyenne. Un bureau ouvrira ses portes à Nairobi d'ici à fin 2022, avec une équipe constituée d'une vingtaine de personnes, essentiellement des talents locaux.

La stratégie de pénétration adoptée touchera initialement le Modern Trade, segment qui comprend de grandes chaînes de supermarchés telles que Quickmart, Naivas, Carrefour et Chandarana Foodplus, soit quelque 200 points de vente et environ 23 % du marché. Initialement, 11 catégories de produits seront distribuées, dont le fromage, les aliments pour animaux, le thon, les pâtes, les boissons saines, les burgers, les fruits de mer, les boulettes et les snacks. Suivront, ensuite, les marchés traditionnel et informel. BrandActiv est aussi en train de renforcer sa présence à Madagascar et des discussions sont en cours à La Réunion, en travaillant avec un partenaire local.

HEALTHACTIV EXPANSION FUTURE EN AFRIQUE

Le renforcement de la présence régionale est également l'un des piliers de la stratégie de HealthActiv, qui aspire à devenir un fournisseur régional privilégié en matière de solutions de santé et de bien-être. L'entité, qui dessert les marchés comorien, malgache et seychellois par le biais de Medical Trading International Ltd, souhaite tirer parti de l'expertise d'IBL dans le domaine de la santé pour établir une tête de pont en Afrique de l'Est.

HealthActiv prévoit aussi d'étendre ses opérations au Kenya. "Nous sommes convaincus que la région offre des perspectives de croissance et d'expansion intéressantes. De nombreuses tentatives d'investissement dans la région ont porté leurs fruits", indique le COO de HealthActiv, Fabrice Adolphe.

À terme, la mise en place d'un centre régional intégré pour la distribution en Afrique de l'Est est envisagée. Les principaux objectifs sont d'agir en tant que facilitateur entre le fournisseur et le marché, d'accélérer l'expansion de l'entreprise dans d'autres territoires et d'accroître son pouvoir de négociation en termes d'achat centralisé et de droits territoriaux. Cela permettra aussi une meilleure planification de la demande. HealthActiv pourra, en outre, accompagner, guider et développer un bureau régional sur les marchés locaux respectifs.

BLOOMAGE

ACQUISITION D'UN PORTEFEUILLE D'ACTIFS DE 50 MILLIONS USD

Du côté de Bloomage, l'on souhaite développer un portefeuille d'actifs d'environ 50 millions USD au moyen d'instruments de dette et de fonds propres, ou encore de joint-ventures, sur les prochains 18 à 24 mois. Le fonds immobilier du groupe logne surtout les plus grandes villes de l'Afrique de l'Est, notamment Nairobi au Kenya. L'Ouganda et la Zambie font aussi partie des cibles prioritaires.

Les catégories d'actifs initialement ciblées sont la logistique d'entrepôt et industrielle, ainsi que les bureaux. "Nous continuons de croire dans le potentiel de l'immobilier de bureaux sur la durée, même si la forme peut évoluer avec, par exemple, l'émergence du travail hybride qui allie télétravail et présence au bureau", explique le CEO de Bloomage, Robin Hardin. Dans un futur proche, des placements dans des produits immobiliers alternatifs tels que les centres de données et les établissements de santé sont également envisagés.

Cela fait près d'un an que Bloomage planche sur plusieurs possibilités de transactions. Les discussions en cours sur trois projets ont atteint des stades différents et l'exercice de 'due diligence' est en cours pour un autre. Tout cela a permis à l'entreprise d'améliorer sa visibilité auprès de plusieurs interlocuteurs, dont des banques et conseillers en transactions. Elle s'est aussi dotée des ressources nécessaires, notamment en sollicitant les conseils d'un expert de l'immobilier africain.

"Cette démarche a été très bénéfique en interne, car elle a permis une montée en compétence, notamment en matière de structuration de transactions. Elle a aussi eu une influence positive sur le niveau de motivation de nos équipes", souligne Robin Hardin.

IBL ENGINEERING

DISTRIBUTION DE MARQUES AU KENYA

Représentant de marques prestigieuses, IBL Engineering a identifié la distribution au Kenya de deux marques de renom représentées à Maurice, en s'appuyant sur l'expertise et le savoir-faire déjà en place. "Le Kenya est un marché bien plus large que Maurice et on a tout à gagner. L'envie d'y aller est là, mais nous préférons prendre notre temps pour bien faire les choses", précise le COO d'IBL Engineering, Michel Dupont.

Plusieurs déplacements ont été effectués dans le but de prendre le pouls du marché. Après une étude de faisabilité, des décisions communes doivent être prises avec l'une des marques concernées afin d'aller de l'avant. L'autre société approchée a officiellement autorisé IBL Engineering à développer le marché kényan, où elle est très peu présente. "Le rachat de Naivas peut être un bon point de départ pour introduire certains produits de la marque sur le marché kényan", ajoute Michel Dupont.

DTOS

EXPORTER DES CONNAISSANCES ET UN SAVOIR-FAIRE ÉPROUVÉS

Pour sa part, DTOS évolue déjà à l'international par la nature de son activité. L'une des plus importantes management companies à Maurice, le groupe DTOS opère dans le secteur des services financiers depuis 1993.

L'évolution du métier, l'anticipation des besoins des clients et la nécessité de diversifier ses produits ont amené l'entreprise à trouver très tôt de nouveaux relais de croissance en Afrique. Elle est présente sur le continent, avec l'implantation de bureaux en Ouganda en 2016 et au Kenya deux années plus tard.

En 2020, DTOS a décidé de poursuivre son expansion du côté du Moyen-Orient, avec l'ouverture de deux entités aux Émirats arabes unis, Dubai Multi Commodities Centre (DMCC) et Ras al Khaimah (RAK). Dubai se positionne d'ailleurs comme une plateforme logistique et financière incontournable avec des moyens uniques, ainsi qu'une ambition et une vision (Dubai 2050) qui rendent ce hub très attractif pour les investisseurs.

La stratégie de DTOS repose sur une présence dans les centres financiers internationaux les plus

importants de la région, y compris ceux à venir. D'où la création en cours d'une structure domiciliée au Kigali International Finance Centre (KIFC), au Rwanda, afin d'accompagner et de favoriser les investissements transfrontaliers "en Afrique, pour les Africains, par les Africains".

"Ce pays se positionne comme la future porte d'entrée des investissements en Afrique. En étant présent dès le démarrage de ce nouvel IFC et fort de presque trois décennies d'expérience, DTOS ambitionne de devenir l'une des principales management companies", indique Didier Viney, chef des opérations internationales.

L'objectif est d'exporter des connaissances et un savoir-faire ayant fait leurs preuves dans le domaine des services financiers afin de devenir un apporteur de solutions multi-juridictionnel incontournable pour les investissements en Afrique.

ANALYSE PRÉALABLE DES PRATIQUES RH

La mise en œuvre de la stratégie d'internationalisation d'IBL passe notamment par des acquisitions. L'audit des ressources humaines demeure un outil indispensable pour permettre à une entreprise qui envisage de racheter ou d'investir dans les parts d'une autre entreprise de jauger en amont sa performance et sa compétitivité.

C'est dans cette optique que Jeanique Paul-Gopal, Head of Human Capital de HealthActiv et Kevin Lennon, Head of Group Human Capital Operations à IBL, se sont rendus dans la capitale kényane du 24 au 28 juillet 2022. Sur place, ils ont analysé les pratiques existantes en matière de ressources humaines au sein d'une entreprise de 600 personnes avec laquelle HealthActiv est en discussion pour un investissement important. "Nous étions une petite équipe à effectuer le déplacement, avec également des collaborateurs des départements Business Development, IT et Compliance", partage Jeanique Paul-Gopal.

Pour sa part, Kevin Lennon qualifie l'exercice de "très enrichissant et intense. Durant cette mission, nous avons rencontré et travaillé avec une équipe de professionnels en ressources humaines très collaborative". C'était aussi l'occasion de rassurer la direction et de l'éclairer sur les bonnes pratiques existantes et les améliorations à apporter.

BEYOND BORDERS

DES COMPÉTENCES QUI TRAVERSENT LES FRONTIÈRES

Présent dans plus de 18 pays, dont la Côte d'Ivoire, la Tanzanie, l'Ouganda et le Kenya au travers de ses diverses entités et investissements, le Groupe IBL a déjà amorcé 'IBL Beyond Borders'. Cette stratégie d'internationalisation commence par un renforcement de sa présence en Afrique de l'Est. À la base de cette expansion ? Le capital humain du groupe qui relatera ses valeurs et son dynamisme dans les futurs projets.

Hubert Gaspard, Group Chief Human Capital Officer, est l'un des architectes de l'expansion régionale du Groupe IBL. Et pour cause, la réussite de IBL Beyond Borders dépend aussi du recrutement. "L'Afrique est un continent plein d'opportunités que nous comptons bien mettre à profit, notamment dans des secteurs de niche comme l'investissement et l'outsourcing. Nous sommes en position de le faire grâce à l'expertise de nos talents, qui irait enrichir l'offre de ces services à l'étranger", explique Hubert.

COMPRENDRE, CONSULTER, PRÉPARER

"Préparer cette étape majeure ne se fait pas unilatéralement. Comme nous prenons notre valeur 'People first' très au sérieux, nous avons récemment sondé les membres des diverses entités du groupe pour savoir ce qu'ils pensaient de notre expansion, et surtout, des perspectives d'expatriation", partage Hubert. En effet, le sondage révèle que 209 des 217 personnes ayant répondu au sondage sont favorables à l'idée de l'expatriation, en particulier dans le cluster Commercial & Distribution ou pour être affecté au siège kényan. "Ce sont des résultats plus qu'encourageants qui montrent l'enthousiasme à tous les niveaux – des techniciens aux managers – à travers la plupart de nos pôles d'activité. C'est un énorme soulagement car ces collaborateurs vivent et incarnent déjà nos valeurs et ils pourraient les véhiculer dans les entreprises étrangères que nous acquerrions !", poursuit le Group Chief Human Capital Officer.

L'enthousiasme de faire partie d'une entreprise internationale se faisant sentir, il s'agit maintenant de déployer une stratégie bien pensée. Celle-ci est déjà en cours. Hubert Gaspard dévoile son axe principal : un plan de mobilité

internationale pour préparer les talents à ce défi porteur. "Cette étape décisive est un réel appel à nous réinventer dans notre approche face à nos équipes. Comment préparer les volontaires à l'expatriation et comment répartir efficacement les capacités localement et internationalement, tout en les compensant de façon adéquate ?", pose-t-il. Des facteurs auxquels viennent s'ajouter les considérations d'adaptation culturelle sollicitant la qualité d'agilité des membres de la famille IBL.

Ainsi, les prémices de cette préparation se mettent en place. Quelques exécutifs sont allés à la rencontre de cette nouvelle culture pour mieux prévoir les besoins d'adaptation des futurs ambassadeurs du groupe hors des frontières mauriciennes. Le travail d'acclimatation a, donc, déjà commencé, notamment grâce aux premiers modules de sensibilisation à la culture africaine, appuyés des partenaires africains comme la Stellenbosch University.

L'EXPATRIATION OU VIVRE LE PARTAGE

Le Groupe IBL incarne déjà le partage et l'inclusion, porteurs d'ouverture, à travers une partie de ses équipes. Ils vivent la valeur d'agilité au quotidien et racontent cette expérience unique en leurs propres mots. Nous sommes allés à la rencontre de trois Mauriciens qui transmettent les valeurs de notre groupe hors de notre île et de deux expatriées qui sont venues découvrir la culture mauricienne et celle du Groupe IBL.



LOÏC CAESENS KOENIG, MAURICIEN, FACTORY EXECUTIVE OFFICER DE TRANSMARA SUGAR AU KENYA

"Depuis mon arrivée au Kenya en 2019, j'ai gravi les échelons de mon poste de Factory Mechanical Engineer pour reprendre la gestion de l'usine en tant que Factory Executive Officer. Aujourd'hui, je suis responsable des opérations et de la performance du cluster industriel, de la réception de la canne jusqu'à l'emballage du produit fini pour le marché local, sans oublier les divers projets à l'usine. Le partage de connaissances avec les membres de mon équipe est un aspect tout aussi important de mes tâches qui favorise le développement des employés locaux.

L'un des défis de l'expatriation est l'acclimatation à une nouvelle culture de travail, au-delà des responsabilités professionnelles. L'adaptation sociale fait aussi partie de l'expérience d'expatrié. Surtout pour nous, Mauriciens, qui sommes très proches de la famille.

Cette expérience, dont on ne retient que le positif, s'avère enrichissante, autant sur le plan professionnel que le plan humain. Occuper un poste si important au début de ma carrière, est une expérience inestimable... Je n'aurais pu y accéder sans le soutien et la confiance de mes collègues de Transmara Sugar Company Ltd, ainsi que l'appui du groupe qui permet le partage d'expérience, tellement crucial dans le secteur sucrier."

SINDY LAGARE, MAURICIENNE, DIRECTOR OF SPA & WELLNESS DU LUX* SOUTH ARI ATOLL, MALDIVES

"Ça fait maintenant sept ans que je suis au LUX* Maldives et c'est une expérience formidable. Professionnellement, d'abord, car j'ai été successivement promue de Assistant Spa Manager, à Spa Manager, puis Director, un poste qui me permet maintenant de concrétiser mes idées – certaines ont même contribué à ce que notre Spa gagne des prix internationaux.

J'ai le meilleur des Maldives et de Maurice pour nourrir mon approche professionnelle. Surtout que le secteur hôtelier des Maldives est un exemple en matière de coopération. Ici, les directeurs de départements hôteliers de tous les groupes se retrouvent sur un même forum pour s'entraider.

Humainement, c'est aussi une aventure unique qui m'a poussée à sortir de ma zone de confort et me découvrir de nouvelles capacités que je ne soupçonnais pas !"





JEAN MARC LOUISE, MAURICIEN,
DIRECTEUR ADMINISTRATIF
ET FINANCIER DE MARINE
BIOTECHNOLOGY PRODUCT
CÔTE D'IVOIRE (MBPCI)

"Tout commence il y a quatre ans lors d'une discussion avec Patrice Robert qui était mon DG à Thon des Mascareignes, suivie d'une rencontre avec Hubert Gaspard où l'accent est mis sur l'importance de véhiculer les valeurs du Groupe IBL dans une nouvelle entité en Côte d'Ivoire. À mon arrivée à MBPCI, mes responsabilités concernaient principalement l'administration et les finances, avec l'appui de mes collègues mauriciens pour, ensuite, inclure la production, la vente locale, le transit et même de l'informatique avec l'appui d'un prestataire local. Disons que c'est difficile de s'ennuyer !

Si, au départ, nous avons pris du temps pour trouver les bonnes recrues, car la plupart des candidats étaient jeunes ou venaient de terminer leurs études et en étaient à leur premier emploi, je suis heureux de constater que la grande majorité d'entre eux sont toujours avec nous. Pouvoir leur apporter un salaire décent et les voir avancer dans la vie est tellement gratifiant car ils grandissent en symbiose avec l'entreprise pour laquelle ils n'épargnent aucun effort.

Ici, j'ai eu à m'adapter à l'administration en français et au fait que les choses prennent plus de temps et sont parfois plus laborieuses. Mais découvrir cette nouvelle culture m'a rendu plus flexible et patient dans mon approche, et admiratif du dévouement et du courage des Ivoiriens."

MARIE MEUNIER, FRANÇAISE,
EXECUTIVE PASTRY
CHEF DU LUX* GRAND BAIE

"Entre la cuisine et mon bureau, je jongle entre la production, l'approvisionnement et les demandes des clients. Aucune journée ne se ressemble ! J'en apprend tous les jours et c'est une valeur que j'aime partager avec mon équipe naturellement curieuse et motivée. Avant mon expatriation, j'ai travaillé en France et j'ai découvert le monde de l'hôtellerie et la valeur d'excellence dans le service.

À mon arrivée au LUX* Grand Gaube, il y a cinq ans, j'ai retrouvé cette philosophie qui cimenterait l'équipe et qui nous a été particulièrement utile pour sa grande ouverture, très rock & roll. Mais j'ai aussi découvert cette valeur commune du groupe LUX*, qui est 'Work with passion'. Elle a accompagné ma transition naturelle à mon poste actuel au LUX* Grand Baie."



PRIYA MULLOO, INDIENNE,
MANAGER - REGISTRY SERVICES
À DTOS

"En tant qu'expatriée indienne ayant passé 19 années à Maurice, je pense que les différences linguistique et culturelle sont vite éclipsées par les superbes opportunités professionnelles et l'immersion dans cet incroyable melting pot qu'est Maurice avec sa population bienveillante. J'ai travaillé pendant plus de 15 ans chez Harel Mallac Corporate Services Ltd (HMCS) avant que DTOS en fasse l'acquisition en 2022. Fort heureusement la transition n'a pas été aussi dépayssante qu'elle aurait pu l'être. Je me vois donc comme doublement expatriée, même si l'acclimatation s'est faite naturellement, car nous sommes en phase avec la culture d'entreprise avant-gardiste du Groupe IBL.

Une partie de mon travail étant d'intégrer la technologie à nos processus, mon équipe et moi-même étions ravis d'être nommés aux IBL Excellence & Innovation Award pour eVox, une application que nous avons développée pour optimiser la gestion des événements dans le domaine des services d'enregistrement. Le dynamisme de ce groupe me permet d'envisager de nouvelles perspectives de carrière."

KAREN LAI

CHIEF DEVELOPMENT OFFICER AT THE LUX COLLECTIVE: "WE ADAPT AND ENSURE OUR GUESTS' EXPECTATIONS ARE MET ACROSS DIFFERENT COUNTRIES AND CULTURES"

The Lux Collective (TLC), the luxury hotel arm of IBL Group, manages the brands LUX*, SALT, Tamassa, SOCIO and Café LUX*. While striving to create experiences that make each moment matter for all guests, the group is currently growing its global presence with 11 hotels in its pipeline in Europe, Asia and the Middle East. Karen Lai, Chief Development Officer at TLC, tells us about this development.

What has been the journey of The Lux Collective (TLC) in its global expansion?

The Lux Collective began as an owner-operator in Mauritius. Our international expansion started in 2014 with the opening of LUX* Tea Horse Road Lijiang. Since then, several properties were opened in Yunnan, China as part of the LUX* Tea Horse Road portfolio of hotels. LUX* resort, LUX* Chongzuo, Guangxi opened in South-East China in 2021 and the seventh LUX* Tea Horse Road in Shangri-La was recently unveiled in September 2022. Our current mode of growth is pure management. We are growing organically in an asset-light mode globally outside Mauritius in the Maldives, Reunion Island, China, Southeast Asia, the Middle East, and Europe. We signed up and opened a LUX* showcase in China, the LUX* Chongzuo in Guangxi during the pandemic, and we have another 11 hotels in the pipeline across the regions to be opened in the next few years located in UAE, Vietnam, China, Mauritius, and France.

TLC plans to open more hotels in China, Southeast Asia, the Middle East, and Europe. How does the team choose its hotel locations?

TLC's growth strategy is guided by the demand and supply dynamics, tourism dollars and attractiveness profile, and whether these markets can serve as a source of business for our portfolio of hotels, particularly those in Mauritius.

How does TLC adapt to the different countries and guests' expectations change based on location?

TLC's management stays current on industry trends across all functions, latest developments and ideas leading to a good understanding of guests' preferences. Being in the know, we adapt and ensure our guests' expectations are met across different countries and cultures.

What is TLC's definition of luxury and how does it differ from other international luxury brands in the highly competitive hospitality industry?

As a hotel management company, service is our passion. We provide comfort through thoughtful and exquisite design, differentiating ourselves by creating extraordinary experiences and making each moment matter for our guests. We care about what matters, and our hotels are committed to operating in a considered, respectful manner, mindful

of our contribution to future generations. Two things separate us from the rest: our innovative culinary signature and wellness concepts which undeniably stand out, and the branded, recognisable uplifting service culture vibrantly evident in every team member as second nature. Regardless, the landscape of each of our hotels remains intensely competitive.

Global presence also means a global team. TLC attracts top industry talents from around the world with solid international experience. Has your hiring process changed to foster your global expansion?

Being in the 'people' business, we always strive to hire the best talents in all the destinations we operate, despite the global challenges in finding talent in our industry. When it comes to hiring processes, we ensure that we use the best partners and channels to successfully hire professionals who are experts of the different destinations, though cultures, values, recruitment, and remuneration practices as they can vary greatly from one country to another. International people management is about successfully mastering those aspects to ensure that the organisation is thriving and builds a strong brand and employer image.

L'AFRIQUE DE L'EST, UN MARCHÉ QUI TIENT SES PROMESSES MALGRÉ LA CRISE

PAR JOSEPH D'ARRAST

L'Afrique de l'Est s'est imposée comme une place économique incontournable sur le continent depuis plus d'une dizaine d'années.

Crise du Covid-19 et chaînes d'approvisionnement perturbées, guerre en Ukraine et inflation, remontée des taux directeurs américains et hausse des devises. Les économies des marchés émergents n'ont pas été épargnées ces derniers temps.

Pourtant certaines régions parviennent à tirer leur épingle du jeu et demeurent des destinations de choix pour les investisseurs et les entrepreneurs. C'est le cas de l'Afrique de l'Est qui offre, avant tout, un bloc de pays relativement homogène, gonflant ainsi son potentiel.

Le quatuor Kenya, Ouganda, Rwanda et Tanzanie présente de nombreuses synergies qui démultiplie son potentiel : deux langues majeures (l'anglais et le swahili), un marché régional de libre-échange au sein de la Communauté d'Afrique de l'Est (qui regroupe aussi le Burundi, la République démocratique du Congo et le Soudan du Sud), une ouverture stratégique sur l'océan Indien, une croissance continue, une démographie avantageuse et une stabilité politique désormais éprouvée, comme le montrent les récents changements de leaders au Kenya et en Tanzanie.

Peu de régions sur le continent peuvent se targuer de tels atouts tout en offrant un climat d'affaires capable de rassurer les investisseurs.

DES FONDAMENTAUX SOLIDES

L'Afrique de l'Est bénéficie d'une croissance solide malgré l'impact de la crise du Covid-19. Alors que le reste du continent connaît une croissance moyenne du PIB à 4,1% en 2021, le Kenya, l'Ouganda, le Rwanda et la Tanzanie sont à 6,5% (source : Banque mondiale). Cette bonne performance est à mettre sur le compte de plusieurs fondamentaux.

La démographie, d'abord, insuffle à l'économie de cette région une dynamique que la population mondiale vieillissante lui envie. L'âge moyen dans la région est de 18,7 ans (source : Worldometers), lui assurant une forte demande interne pour les années à venir bien que cela pose également des défis en termes d'éducation et de chômage.

À cet avantage démographique s'ajoute celui d'une classe moyenne grandissante même si une large partie d'entre elle vit encore sous le seuil international de pauvreté.

L'Afrique de l'Est, boostée par cette jeunesse de plus en plus éduquée, se distingue également par ses innovations. Berceau du paiement par téléphone mobile (mobile money), elle a vu la création d'entreprises telles que Safaricom ou M-Kopa. Aujourd'hui, les levées de fonds record s'enchaînent dans la région, notamment en Ouganda et au Kenya dans des secteurs comme la fintech, l'e-santé, la logistique et l'e-commerce.

Les infrastructures sont un enjeu essentiel pour la région. De nombreux projets sont en cours pour pallier les carences actuelles qui entraînent des difficultés d'approvisionnement. Ce sujet fut l'un des principaux thèmes de discussion du dernier sommet de la Communauté d'Afrique de l'Est en juillet. On peut citer le corridor de transport de Lamu parmi les nombreux projets en cours. Il reliera le nouveau port de Lamu, au Kenya, au Soudan du Sud et à l'Éthiopie. Route, chemin de fer et oléoducs sont en cours de construction.

Enfin, conscients de la compétition qui se joue à l'échelle du continent et de la réputation dont ils peuvent parfois souffrir par rapport à la corruption et aux complications administratives, les gouvernements mettent les bouchées doubles pour offrir un climat d'investissement favorable.

L'Afrique de l'Est présente des perspectives de retour sur investissement attractives

DES ATOUTS DIVERS

Si l'agriculture, le tourisme et l'exploitation minière occupent encore une part importante de l'économie de ces pays, chacun se distingue par des caractéristiques particulières.

Le Rwanda compense la petite taille de son marché par un climat des affaires très favorable. Les démarches administratives sont simplifiées, lui permettant de se classer 38^e mondial en 2019 (source : Banque mondiale) sur l'indice Ease of Doing Business, la connexion internet est excellente et le Kigali Convention Centre accueille des conférences prestigieuses tout au long de l'année. Le pays offre une plateforme idéale pour lancer une nouvelle entreprise et ensuite s'étendre dans la région.

Le président Paul Kagame répète vouloir transformer le Rwanda en "Singapour de l'Afrique". Il mise sur l'exploitation minière, l'exportation du thé et du café ainsi que sur le tourisme qui voit une riche clientèle affluer pour admirer les gorilles des montagnes.

Le Kenya est la véritable locomotive économique de l'Afrique de l'Est. Le pays peut s'appuyer sur une industrie diversifiée qui comprend l'agriculture, la pêche, l'exploitation minière, la production industrielle, l'énergie, le tourisme et les services financiers.

Son ouverture sur l'océan Indien avec les ports de Mombasa et de Lamu, couplés à des infrastructures en plein développement, favorise ses exportations même si ces projets ont un impact significatif sur sa dette.

Preuve de son attrait, en 2019, 95 projets d'investissements directs étrangers (IDE) ont vu le jour, soit 9 % du total sur le continent, pour un montant de US\$3,86 milliards (source : UNCTAD/FT).

Jusqu'à la crise du Covid-19, la Tanzanie affichait les taux de croissance les plus impressionnants (5,8 % en 2019). L'essentiel est dû à sa production d'or, à l'agriculture et au tourisme, grâce

notamment à ses safaris de renommées mondiales.

Derrière ces secteurs traditionnels, d'autres affichent une forte croissance et offrent d'excellentes opportunités d'investissement : la construction, les transports, la distribution, les services financiers et l'énergie.

Enfin, son emplacement stratégique sur l'océan Indien lui permet d'offrir des routes commerciales à six pays enclavés : l'Ouganda, le Rwanda, le Burundi, la République démocratique du Congo, la Zambie et le Malawi.

L'économie de l'Ouganda repose largement sur l'agriculture, notamment le café (deuxième exportateur africain derrière l'Éthiopie) et l'exploitation minière. Les secteurs de la distribution, de la construction et des télécommunications alimentent la croissance interne et offrent les meilleures opportunités d'investissement.

Les gisements pétroliers, récemment découverts, placent le pays au quatrième rang des plus importantes réserves de pétrole de l'Afrique subsaharienne et représentent une véritable manne financière. L'Ouganda devrait commencer à exporter ce pétrole brut en 2025 via un oléoduc qui passera par la Tanzanie. Ses réserves pétrolières pourront être exploitées entre 25 et 30 ans, avec un pic de production estimé à 230 000 barils par jour.

QUATRE SECTEURS CLÉS À LA LOUPE

Porté par un bon rebond de sa croissance à la suite de la crise du Covid-19, l'Afrique de l'Est présente des perspectives de retour sur investissement attractives. Certains secteurs se distinguent particulièrement.

C'est le cas des énergies renouvelables. Le Kenya est un champion de la géothermie et exporte désormais son savoir-faire tandis que les parcs éoliens éclosent dans toute la région. Compte tenu du climat de l'Afrique de l'Est et de ses

avantages hors réseau, le solaire n'est pas en reste et s'impose dans les zones les moins urbanisées.

Le secteur du bâtiment et de l'ingénierie est aussi en plein boom. Le nombre croissant de projets d'infrastructure dans la région, les besoins en immobilier, le faible coût de la main-d'œuvre et un marché de consommateur en pleine expansion offrent de belles perspectives d'investissement.

D'autre part, le secteur de la santé est porteur grâce à un système de couverture sociale qui s'élargit progressivement dans la région et stimule la demande de médicaments, de produits pharmaceutiques et d'équipements médicaux. Les hôpitaux continuent de se moderniser et d'augmenter leur capacité. Les opportunités pour produire des médicaments génériques sur place ou pour établir des partenariats publics-privés se dessinent.

Les nouvelles technologies sont incontestablement un des marqueurs forts. L'Afrique de l'Est se positionne comme un hub pour startup tandis que les infrastructures digitales se développent à grand pas : fibre, tours mobiles, data centres, câbles sous-marins. Safaricom a obtenu la première licence télécom privée en Éthiopie et compte bien y exporter son modèle de mobile money (M-Pesa). La région peut également bénéficier d'une classe de développeurs et d'ingénieurs informatiques relativement qualifiés à l'échelle du continent, grâce, notamment, à l'apport d'entreprises de formation comme Andela. À cela, s'ajoute une véritable culture de l'entrepreneuriat et de l'innovation dans ces pays où les startup accumulent les levées de fonds record.

Les nouvelles technologies sont incontestablement un des marqueurs forts de l'Afrique de l'Est

UN DÉCOLLAGE ÉCONOMIQUE À NE PAS MANQUER

Loin de l'image stéréotypée des pays africains touchés par les crises économiques ou les guerres civiles, l'Afrique de l'Est offre un modèle de croissance regorgeant d'opportunités.

Certes, de nombreux défis déjà évoqués sont à relever : la corruption (à l'exception notable du Rwanda) qui pèse sur le climat des affaires, l'inflation et les chaînes d'approvisionnement perturbées, le manque d'infrastructures, la chute des devises ou encore l'endettement des États. Mais ces défis concernent la plupart des économies émergentes aujourd'hui.

Compte tenu de la dynamique de la démographie mondiale – la population des pays développés va baisser quand celle de l'Afrique va doubler d'ici 2050 – le continent sera amené à devenir la locomotive de la croissance mondiale. Et l'Afrique de l'Est s'impose comme le meilleur point d'ancrage sur le continent pour accompagner cette transition. Nul doute que ceux qui s'y établissent dès aujourd'hui seront les mieux positionnés pour en tirer parti.

JOSEPH D'ARRAST

Joseph d'Arrast est journaliste. Il a commencé sa carrière à La Revue parlementaire à Paris, avant d'emménager à Londres où il a couvert l'actualité financière dans le secteur des Telecom, Media, Technologies pour TMT Finance. Après un passage par le Rwanda, il vit aujourd'hui au Kenya et collabore notamment avec Le Figaro sur les sujets économiques et politiques en Afrique de l'Est.

CHIFFRES CLÉS

RWANDA

Population : 13 millions d'habitants
PIB : US\$11 milliards
Croissance du PIB : 10,9 %
Secteurs dominants : minerais, thé, café, tourisme

KENYA

Population : 55 millions d'habitants
PIB : US\$110 milliards
Croissance du PIB : 7,5 %
Secteurs dominants : agriculture, pêche, exploitation minière, production industrielle, énergie, tourisme, services financiers

UGANDA

Population : 47 millions d'habitants
PIB : US\$40 milliards
Croissance du PIB : 3,4 %
Secteurs dominants : agriculture, minerais, pétrole

TANZANIE

Population : 61 millions d'habitants
PIB : US\$68 milliards
Croissance du PIB : 4,3 %
Secteurs dominants : or, agriculture, tourisme

*Source : Banque mondiale

Une étude pour mieux vivre et travailler ensemble

En 2021, IBL a soutenu la réalisation de l'étude "Working Together To Succeed Together". Au volant, trois chercheuses mauriciennes passionnées par la question de l'identité et du vivre-ensemble : Dr Naseem Aumeerally et Dr Fiona Grant de l'Université de Maurice et Dr Myriam Blin du Charles Telfair Campus. Elles nous parlent de leur méthodologie, des résultats parfois surprenants de cette recherche et de l'importance de créer des 'safe spaces' pour que les Mauriciens s'expriment sur leurs similitudes et différences.

Décrivez-moi votre processus de recherche.

Fiona Grant : Notre avons répondu à un problème posé par les commanditaires de l'étude : qui sommes-nous en tant que Mauriciens ? Comment naviguons-nous nos différentes identités en société ? Et comment ces questions identitaires se reflètent dans le monde du travail ?

Nous avons commencé par étudier la littérature existante pour identifier les données qui manquaient. Nous avons ensuite travaillé sur un questionnaire en optant pour une approche quantitative. Nous avons mesuré les perceptions d'identité, les sentiments d'appartenance au groupe social, les attitudes envers la nationalité, le sentiment de discrimination, d'exclusion sociale, le bien-être, la diversité, le leadership...

Le questionnaire a été validé lors d'une session de pilotage avec les IBL Champions, puis le projet de recherche a reçu l'Ethical Approval de l'Université

de Maurice, ce qui nous permettrait aujourd'hui de publier l'étude dans des revues internationales.

Myriam Blin : Entre novembre 2021 et février 2022, nous avons diffusé le questionnaire par mail et sur les réseaux sociaux en comptant sur l'effet boule de neige.

F.G : Afin d'atteindre la significativité statistique [NDLR : seuil suffisant de réponses pour construire un échantillon représentatif], il nous fallait environ 300 participants et nous sommes arrivées à 689 participations valides. Notre échantillon est donc représentatif de la population mauricienne. Mais au-delà de la démarche scientifique, cette étude était aussi une expérience humaine et un travail collaboratif entre l'équipe de Blast, l'équipe d'IBL, les IBL Champions et nous.

Naseem Aumeerally : Cette synergie nous a apporté de nouvelles perspectives et a beaucoup enrichi le projet.

M.B : Elle démontre d'ailleurs l'importance pour le milieu universitaire de travailler avec le secteur privé, car cet aspect collaboratif apporte une dimension à la recherche que l'on perd quand on reste dans sa bulle académique.

Les questionnaires ont-ils seulement été diffusés en ligne ?

F.G : Non, les Research Assistants Anjana Greedharee et Hemant Rughonauth ont interviewé 131 personnes en face-à-face à travers l'île.

M.B : Le face-à-face permet de clarifier les questions quand le langage pose problème et de toucher des populations qui n'avaient pas forcément accès au questionnaire en ligne et d'obtenir un feedback direct des répondants.

Que pensez-vous de la littérature existante sur la question de l'identité et de l'appartenance à Maurice ?

N.A : Il existe pas mal de littérature sur le multiculturalisme et la diversité dans les domaines de l'anthropologie, de la psychologie sociale, des études culturelles ; mais il n'y a pas d'études au sein de contextes sociaux spécifiques – le monde du travail, l'éducation – qui nous permettraient de mieux comprendre

l'accès aux ressources, la représentation, etc. Notre étude était intéressante justement parce qu'il y avait une carence à ce niveau.

M.B : Il manque aussi des perspectives différentes. Dans mon domaine, par exemple, la mobilité sociale est une question centrale, et nous avons très peu de données dans le contexte mauricien pour nous aider à comprendre comment les structures sociales sont reproduites dans ces cercles publics. Il existe des micros-études, comme celles de Sheila Bunwaree, mais pas suffisamment pour nous donner une compréhension d'ensemble.

“Même s'ils sont investis dans le maintien de la paix sociale, les Mauriciens veulent mieux comprendre comment les relations évoluent à Maurice et veulent parler de diversité”



Photos: Karen Pang

“La société mauricienne évolue et les identités sont dynamiques”



À Maurice, la paix sociale semble prévaloir aux dépens d'une conversation franche et ouverte sur nos différences.

N.A : L'étude a montré que les gens sont partants pour parler de ces sujets identitaires mais il leur faut des *safe spaces* : des plateformes où ils peuvent s'exprimer avec la sécurité d'un cadre. C'est un résultat intéressant. Même s'ils sont investis dans le maintien de la paix sociale, les Mauriciens veulent mieux comprendre comment les relations évoluent à Maurice et veulent parler de diversité.

M.B : Cet investissement dans la paix sociale a été intériorisé par chaque Mauricien, c'est devenu la norme dans l'inconscient collectif. Par conséquent, on évite ces conversations par peur des tensions. Mais Maurice a atteint une certaine maturité qui fait que nous sommes prêts à en parler.

F.G : Pour mieux comprendre cette problématique, il est intéressant de lire les recherches du Dr Caroline Ng Tseung-Wong. Elle constate que l'identité mauricienne se caractérise par *lakorite* (en kreol) : un concept difficile à traduire, mais qui exprime le sentiment qu'être Mauricien, c'est savoir vivre ensemble dans le respect des personnes qui nous entourent et de leur différence. C'est aussi d'identifier ce qui nous rapproche.

N.A : Les recherches démontrent que dans les sociétés insulaires, les liens entre les gens sont assez forts car on se connaît entre voisins, collègues, etc. Et cette proximité est aussi liée à notre investissement dans la paix sociale.

Plusieurs répondants vous ont dit qu'il était temps qu'une étude de ce genre soit réalisée. Pourquoi est-ce important ?

N.A : À Maurice, nous avons beaucoup d'opinions sur le vivre-ensemble, mais une étude permet de valider scientifiquement, ou pas, ces perceptions.

F.G : C'est aussi important d'observer où se positionnent les Mauriciens en 2022 par rapport à la question identitaire. Nous nous sommes beaucoup inspirées des recherches du Dr Ng Tseung-Wong, mais la dernière date de dix ans. Les choses ont changé car la société mauricienne évolue et les identités sont dynamiques.

M.B : Et ce genre d'études permet aussi la création d'un *safe space*.

Est-ce qu'il y a des résultats qui vous ont surpris, positivement comme négativement ?

N.A : Nous ne nous attendions pas à voir autant de répondants s'identifier au groupe "Other" (mixed-descent). C'est une évolution positive à Maurice. Il semble aussi y avoir plus d'ouverture par rapport aux relations privées entre différents groupes (mariages mixtes) et il est intéressant d'observer une corrélation entre la perception d'un leadership inclusif et le bien-être global. Enfin, c'était une belle surprise de constater qu'au niveau interpersonnel, la discrimination est quasi-inexistante.

M.B : L'étude met d'ailleurs en avant la complexité de l'expérience de la

discrimination. Dans le contexte actuel, on ne se sent pas discriminé dans l'échange avec l'autre mais ceci n'empêche pas le sentiment d'une discrimination systémique (dans le secteur public, dans l'éducation, dans le milieu du travail...). Cette complexité souligne l'importance de collecter des données afin de comprendre comment les structures sociales sont reproduites dans les sphères publiques et comment elles se transforment en processus de discrimination. Je rejoins Naseem et j'ajouterais que le taux élevé de répondants qui se sentent socialement exclus m'a surpris.

F.G : J'appelle ça un accident de la recherche. Nous n'avons pas prévu d'évaluer le sentiment d'exclusion sociale mais la question est restée dans le questionnaire. Nous sommes toujours perplexes car nos données ne sont pas assez détaillées pour nous permettre de comprendre ce taux élevé.

Comment définir le sentiment d'exclusion dans le cadre de votre recherche ?

F.G : Cette mesure évalue la perception psychologique du répondant : comment se situe-t-il par rapport à la société mauricienne ? Ce n'est donc pas un résultat basé sur des critères précis mais plutôt sur un ressenti global.

M.B : La mesure que nous avons choisie englobe beaucoup plus de dimensions de l'exclusion sociale que les mesures traditionnelles. Est-ce que notre résultat suggère un certain mal-être ? À explorer...

Vous mentionnez une corrélation entre leadership inclusif et bien-être. Pouvez-vous nous en dire plus ?

M.B : Nous avons d'abord mesuré à quel point les leaders sont perçus comme inclusifs. Puis nous avons observé une corrélation positive entre cette mesure et l'inclusion sociale, l'ouverture à la diversité, le sentiment d'appartenance et le bien-être. En d'autres mots, plus on perçoit le leader de son entreprise comme inclusif et plus on est ouvert à la diversité, plus on a un sentiment d'appartenance, de bien-être, etc.

Il faudrait des données additionnelles pour établir des relations causales significatives, mais en tout cas c'est une indication que les leaders ont un pouvoir qui va au-delà des murs de l'entreprise et qu'ils ont le potentiel de construire une société plus diverse et plus inclusive.

Que leur recommandez-vous ?

M.B : Il faut qu'ils commencent par normaliser les conversations autour de la diversité et de l'inclusion. Quelle que soit sa position au sein de l'entreprise, un employé doit avoir le sentiment que ces sujets font partie de la vie de l'entreprise. C'est seulement quand une organisation a atteint ce niveau de normalisation qu'on parle d'une organisation véritablement inclusive. Peu d'entreprises ont réussi à le faire, car c'est compliqué ! D'autant plus que ce sont des questions extrêmement émotionnelles qui touchent à l'identité,

à des expériences intimes pour certains.

Quelles initiatives les entreprises mauriciennes pourraient prendre pour ouvrir le débat sur la diversité et pour promouvoir l'ouverture envers les autres cultures ?

F.G : Il faudrait une autre étude pour répondre à cette question, mais c'est important de ne pas se limiter à une approche unique pour tous car il faut prendre en compte la culture organisationnelle de chaque entreprise.

N.A : Des études ont déjà été réalisées à l'étranger avec des recommandations aux entreprises, mais il faudrait réfléchir à l'adaptation de telles recommandations au contexte mauricien.

M.B : Les normes utilisées à l'international ne sont pas complètement applicables à Maurice car ce ne sont pas les mêmes réalités. Dans n'importe quel lieu de travail mauricien, il y a une connaissance de l'Autre, une certaine familiarité avec ses croyances... On comprend mieux qu'ailleurs les contextes culturels, et c'est à considérer quand on va proposer des outils.

Est-ce que la connaissance de l'Autre favorise l'inclusion ?

N.A : Oui, tout à fait. C'est aussi ce qui fait de l'école un *safe space* : une plateforme qui nous permet de nous exprimer et d'écouter les autres sur des sujets parfois difficiles avec la sécurité d'un encadrement pédagogique. Dans une salle de classe, l'enseignant peut promouvoir l'ouverture aux différents points de vue, la curiosité et le désir d'apprendre dans le respect de la différence. C'est peut-être là où ces conversations importantes devraient commencer, avant de s'étendre aux lieux de travail et espaces communautaires (village et town halls) dans des cadres préétablis.

“Les leaders ont un pouvoir qui va au-delà des murs de l'entreprise et ils ont le potentiel de construire une société plus diverse et plus inclusive”

L'avenir de la conformité

par Chaya Subramanien

Le domaine de la conformité a considérablement évolué au cours des dernières années en raison, notamment, de nouveaux produits, de nouvelles technologies et des exigences des parties prenantes, mais aussi du fait de la pandémie de Covid-19.

Le but de toute organisation est d'atteindre ses objectifs stratégiques. Cependant, le défi consiste à le faire tout en étant conforme. Alors qu'elle a longtemps été considérée comme un centre de coûts, une bonne fonction de conformité est, en réalité, un catalyseur de business.

Dans la tendance mondiale actuelle, la fonction de conformité s'est étendue à tous les organes d'une organisation, des ressources humaines aux achats, en passant par la culture, l'éthique, les valeurs, le cadre environnemental, social et de gouvernance (ESG) et le respect de toutes les lois qui gouvernent l'entreprise.

En un mot, la fonction conformité protège l'ensemble des parties prenantes d'une entreprise – les actionnaires, les clients, le personnel, les administrateurs et les fournisseurs – et contribue à sa croissance durable. Mais pour une conformité efficace et complète, cette fonction doit être intégrée au processus décisionnel d'une organisation en prenant compte de ses trois composantes essentielles : la redevabilité, la responsabilité et le reporting.

À Maurice, le besoin d'une fonction de conformité est apparu pour la première fois en 2002 avec l'entrée en vigueur de la loi sur le renseignement financier et la lutte contre le blanchiment d'argent, notamment la Financial Intelligence and Anti-Money Laundering Act (FIAMLA), régissant les affaires de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme (AML/CFT). La mise en œuvre et le suivi de ce cadre réglementaire dans une entreprise restent le rôle principal de la fonction conformité. Par exemple, pour que Maurice sorte de la liste grise du Groupe d'action financière (GAFI), notre cadre

législatif a dû se renforcer en termes de nouvelles exigences réglementaires imposées aux opérateurs du marché, tant dans les secteurs financiers que non financiers et davantage de pouvoirs d'exécution ont été conférés aux autorités régulatrices.

Toutes ces normes ont occasionné quelques changements dans la fonction conformité. Initialement abordée avec une approche de type 'cocher les cases', nous sommes passés à une démarche davantage axée sur la gestion des risques. Cette transformation est d'autant plus pertinente avec l'avènement de nouveaux produits et nouvelles technologies tels que les actifs virtuels (Virtual Assets) et les offres de token qui complexifient le rôle de la conformité. De ce fait, l'atténuation des risques exige des stratégies et des procédures écrites et nécessite de placer les bonnes personnes aux bons endroits, une culture de conformité appropriée, la bonne éthique et les valeurs qui incarnent le comportement vers la conformité au sein d'une organisation. Par conséquent, la fonction de conformité englobe également une partie de la fonction humaine pour favoriser le bon recrutement, avec une sélection et des vérifications nécessaires, ainsi qu'en fournissant la formation adéquate en matière d'AML/CFT.

La conformité est aujourd'hui devenue une fonction stratégique contribuant à la pérennité de toute entreprise. L'absence d'une telle fonction aujourd'hui dans une organisation placerait celle-ci dans un cycle de demandes rétrospectives sans fin et ne répondrait pas aux attentes des nouvelles réglementations ni à celles des parties prenantes.

Avec l'émergence de ce nouvel écosystème de conformité, DTOS a

décidé de se doter d'une entité légale indépendante dont le mandat est d'aider ses clients à établir un solide processus d'évaluation des risques avec des livrables personnalisés permettant de gérer les risques de manière efficace, y compris ceux liés au blanchiment d'argent et au financement du terrorisme. Filiale de DTOS Ltd, In Conformity Ltd a été incorporée en 2020 pour répondre aux besoins croissants auxquels sont confrontées les entreprises désireuses de mieux comprendre et d'adopter les nouvelles réformes et mesures réglementaires. L'entreprise propose des services indépendants grâce à son vivier de professionnels possédant une vaste expérience dans la conception, la mise en œuvre et la réalisation d'audit des programmes de conformité dans les organisations telles que les assurances, les promoteurs et agents immobiliers, ainsi que les entreprises de gestion.

Le but de DTOS est d'accompagner chaque client sur la base de son projet individuel afin de l'amener à réaliser que la conformité est un atout qui permettra à son organisation d'atteindre une croissance durable.

Chaya Subramanien

Chaya est responsable de la conformité, de la durabilité et de l'innovation chez DTOS et responsable d'In Conformity Ltd. Avec plus de 25 ans d'expérience dans le secteur des services financiers, elle a contribué à jeter les bases d'un écosystème de conformité pour les sociétés de DTOS et pour les entités administrées par ce groupe.

LUX* Me Spa, vers un bien-être qui dure

Soin du visage à l'oxygène, massage réalisé avec le cataplasme de plantes, pédicure avec du vernis à ongles naturel issu du commerce responsable, soin capillaire respectant le circuit agricosmétique, des huiles aromathérapeutiques véganes... Il serait insensé, aujourd'hui, de penser une industrie du bien-être éloignée des principes du développement durable. Les établissements de The Lux Collective, à l'instar de sa marque de spa LUX* Me pour les hôtels LUX*, s'engagent à faire les meilleurs choix possibles pour sa clientèle. Cet engagement, qui va au-delà du produit et du service, n'est pas sans défis.

Dans *together 3*, nous avons consacré notre dossier au développement durable. Lorsque nous rencontrons Evita Fakun, Chief Sustainability Officer à The Lux Collective, et Kerensa Langitan, leur Group Spa & Wellness Manager, les méfaits du greenwashing (pratique qui consiste, par le marketing ou la communication, à promouvoir l'image d'une

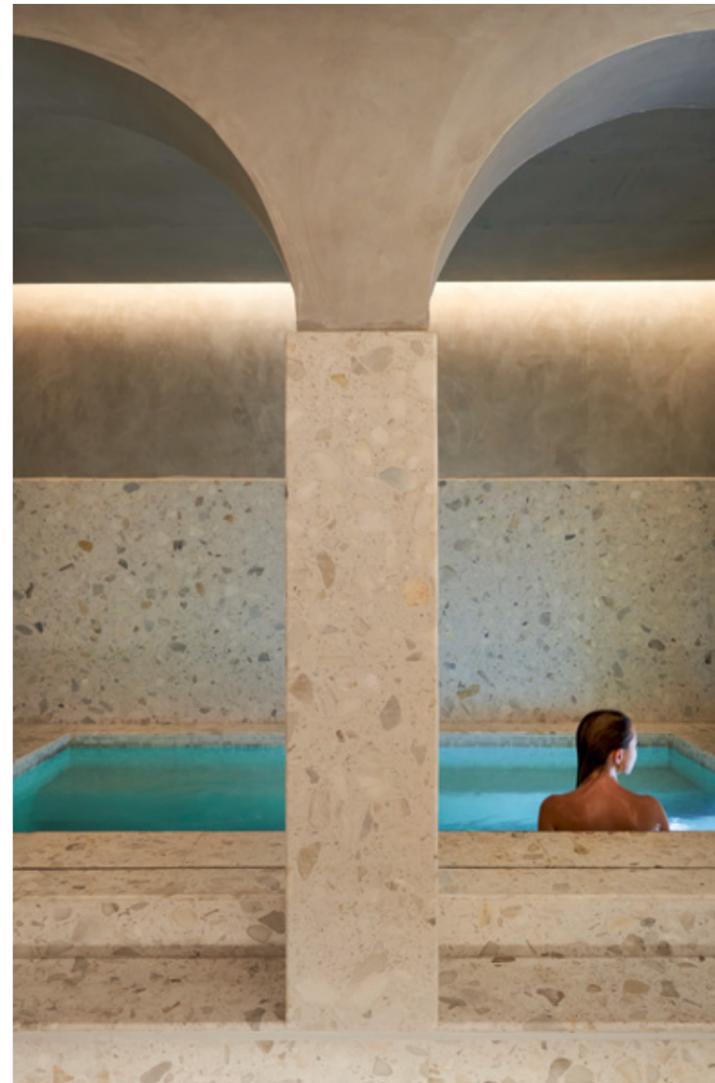
marque comme étant plus responsable, éthique et écologique qu'elle ne l'est en réalité) sont abordés sans complexe. En effet, outre faire l'éloge du menu étoffé de soins naturels proposés dans les spas des hôtels de The Lux Collective, Evita et Kerensa soulignent les décisions qui sont prises en coulisses pour collaborer avec des fournisseurs et des marques, locaux et internationaux, qui sont alignés "autant que possible" sur leurs cahiers des charges et recommandations des meilleures pratiques. "Autant que possible" car elles reconnaissent, à juste titre, les enjeux que les ambitions d'un développement durable sans tache comportent. "Nous avons des objectifs et des priorités et nous célébrons les efforts qui sont faits pour s'en approcher. Cependant, dans notre quête du monde idéal, nous ne pouvons ignorer les challenges pratiques, humains et économiques. C'est un travail conséquent pour lequel nous devons faire des choix réalistes", explique Evita.



'Prendre soin' dans l'ADN

La pandémie de Covid-19 a accentué l'urgence de prendre soin de soi et de l'autre. En 2020, Paul Jones, CEO de The Lux Collective, s'associe à Ron Kaufman, expert du Service excellence reconnu mondialement, et embarque tout le groupe dans le projet 'Built to care' – véritable parcours de réflexion et de mises en place d'actions pour prendre soin de l'autre, qu'il s'agisse des employés, des clients, de la communauté et de l'environnement. L'indice bien-être faisant déjà partie du monde de l'hôtellerie, 'Built to care' vient impulser une dynamique plus puissante dans les opérations de The Lux Collective, notamment dans ses spas. "Lorsque de telles ambitions viennent du CEO lui-même, les équipes sont mobilisées, à tous les niveaux, pour vivre notre mission qui est 'We make each moment matter, we care about what matters'", confie Evita.

“Il s'agit ici de choisir des partenaires qui font l'effort d'adopter les meilleures pratiques selon leurs ressources, avec un impact moindre pour l'environnement”



Pour Kerensa Langitan, Group Spa & Wellness Manager de The Lux Collective depuis quatre ans, cet engagement la conforte dans sa méthode de travail. "Les producteurs et marques avec lesquels nous travaillons dans nos spas sont sélectionnés avec soin. Je m'assure que les chaînes de production opèrent dans le respect du commerce équitable et responsable, que les matières premières soient, autant que possible, d'origine naturelle", explique-t-elle. De ses huiles organiques signées Shirley Page aux vernis à ongles 'cruelty free' de Bastien Gonzalez en passant par ses serviettes hammam turques en lin véritable, les produits des spas LUX* Me proviennent d'ici et d'ailleurs et font la promesse d'un soin de qualité supérieure.



Invitation à la pleine conscience

Le tout nouveau LUX* Me spa du LUX* Grand Baie Resort & Residences a été entièrement conçu autour des cinq éléments de la vie : l'éther, l'eau, le feu, l'air, la terre ; l'être humain étant en perpétuelle connexion avec ces éléments qui l'entourent. De l'architecture épurée aux soins holistiques en passant par les senteurs qui complètent ce sanctuaire, la clientèle est invitée à être en pleine conscience de sa santé physique et mentale. Être conscient de son corps et de son esprit permet d'identifier ce dont ils ont besoin et de trouver l'équilibre, non pas que le temps d'un soin, mais dans la durée. Une fiche permet aux clients de s'autoévaluer et un soin adapté autour de l'élément qui ressort, leur est ensuite suggéré. Éduquer et rééduquer la communauté pour qu'elle saisisse ce dont son métabolisme a besoin pour fonctionner en son plein potentiel est une ambition durable que pratique l'équipe du LUX* Me spa du LUX* Grand Baie Resort & Residences.

Le matériel utilisé dans les spas répond lui aussi à l'engagement du groupe à être respectueux de l'environnement : 70 % des bois utilisés pour les lits de soin sont certifiés Forest Stewardship Council (FSC), les serviettes en coton sont fabriquées à 90 % par l'énergie solaire photovoltaïque, les emballages des produits LUX* Me sont certifiés EcoCert, entre autres actions. Néanmoins, Kerensa fait ressortir que cela relève quasiment de l'impossible d'être à 100 % naturel et écologique : "Dans le secteur du soin, un produit naturel n'est pas d'emblée efficace. Certains nécessitent une transformation pour qu'on puisse bénéficier pleinement de ses bienfaits. Nos partenaires sont transparents et il s'agit ici de choisir ceux qui font l'effort d'adopter les meilleures pratiques selon leurs ressources, avec un impact moindre pour l'environnement." Elle poursuit, "nous recherchons d'abord des fournisseurs locaux qui répondent à nos critères et nous avons ensuite des produits qui proviennent de plusieurs kilomètres de nos hôtels. Certes, nous pourrions nous auto-critiquer sur l'empreinte carbone que cela engendre, mais à côté de cela, ces produits soutiennent le développement d'un commerce équitable à travers le monde, et ils ont été conçus pour durer..."

Un écosystème du bien-être

Lorsqu'on pense à un spa, on considère ses utilisateurs comme uniques bénéficiaires de bien-être. Le travail effectué par Evita et son équipe du département Sustainability met en lumière les autres acteurs concernés, à commencer par les fournisseurs. "Nous faisons de sorte que tout achat a un impact positif. Par exemple, nos serviettes hammam turques valorisent et préservent le savoir-faire d'une culture, et permettent aujourd'hui à l'artisan de le transmettre à travers une école de tissage qui a vu le jour pour répondre à nos besoins", conclut Evita.

Life I VIVA Ambulatory Clinic : redéfinir les standards chirurgicaux à Maurice

Depuis plus de deux ans, le Groupe IBL a donné une nouvelle impulsion à son pôle d'activité des Sciences de la Vie et de la Santé en lançant un village santé et bien-être : HealthScape à Forbach. Ce projet phare de Life Together, amplement amorcé, dispose déjà d'un centre de diagnostic, d'un centre de soins médicaux, de rééducation et de réhabilitation, ainsi que, tout récemment, d'une clinique de chirurgie ambulatoire : Life I VIVA Ambulatory Clinic.

Le parcours de soins de Life Together

Le rapport du patient à la santé a beaucoup évolué ces dernières années. Prenant en compte cette vérité valable à Maurice et dans le reste du monde, Life Together vient offrir une approche holistique tout au long de la vie du patient avec un parcours de soins qui allie une approche humaine et psychologique à la prise en charge médicale.

L'offre de soins à Life Together repose donc sur cinq axes.

- La prévention et le bien-être avec la cryothérapie pour le corps entier, le laser pour l'épilation, les taches pigmentaires ou l'ablation de tatouage, mais aussi la préparation à l'accouchement, la psychologie, l'audiologie et l'ostéothérapie.
- Le diagnostic et les analyses avec la biologie médicale, l'imagerie et les consultations à Life I C+S et Life I Novalab.
- Le soin et la chirurgie à Life I VIVA Ambulatory Clinic.
- La rééducation et la réhabilitation avec les suivis postchirurgie, post AVC, post-traumatologie à The Act.
- Les soins à domicile afin d'éviter ou de raccourcir les hospitalisations, des soins infirmiers jusqu'à une hospitalisation à domicile – pour les personnes avec des maladies chroniques, pour les personnes âgées – avec Life I Hospital At Home.

Life I VIVA Ambulatory Clinic : qu'est-ce que la chirurgie ambulatoire ?

Connue en anglais comme 'outpatient surgery', la chirurgie ambulatoire est une hospitalisation de moins de 12 heures sans hébergement de nuit. Grâce à des consultations préopératoires avec le chirurgien et l'anesthésiste, la chirurgie ambulatoire est une chirurgie programmée (les chirurgies en

urgence sont aussi faisables) et réalisée dans les conditions techniques nécessitant impérativement la sécurité d'un bloc opératoire à la pointe de la technologie, une anesthésie minimale mais appropriée et confortable, une technique chirurgicale mini-invasive. Surtout, un suivi postopératoire doit permettre la sortie du patient le jour même de son intervention sans risque majoré. L'ambulatoire étant une alternative à l'hospitalisation conventionnelle, Life Together innove avec l'ouverture de Life I VIVA Ambulatory Clinic à Healthscape.

Ambulatoire vs hospitalisation traditionnelle : quelle est la différence ?

Un moindre risque d'infection
Un séjour en clinique est souvent associé à ce paradoxe : c'est dans l'établissement hospitalier, d'ordinaire plus stérile que tout autre, que le patient court le risque de contracter des infections. Réduire le temps passé en clinique minimise donc les risques d'infection postopératoire.

Par ailleurs, les deux blocs opératoires dont dispose Life I VIVA Ambulatory Clinic respectent les plus stricts standards internationaux de traitement d'air. L'ensemble des locaux est également équipé de capteurs qui contrôlent et enregistrent 24/7 les paramètres des salles d'opération et de l'ensemble des équipements, garantissant la conformité de nombreux paramètres comme l'humidité, la pression, la température ou la filtration de l'air.

Une chirurgie moins invasive
Life I VIVA Ambulatory Clinic met en œuvre des techniques innovantes telles que la chirurgie endoscopique grâce au matériel choisi et aux chirurgiens qui y exercent. Et comme l'intervention chirurgicale minimise la plaie, la gestion de la douleur en est facilitée. Les médecins définissent donc également le protocole de soins postopératoires adéquats lorsque le patient rentre chez lui.

Un environnement familial

Rentrer chez soi après l'intervention offre un confort nettement supérieur au patient qui retrouve ses repères et sa famille avec des chances de rétablissement plus rapide. En effet, entre un sommeil qui pourrait être perturbé par le passage du personnel ou le bruit des machines et le fait d'être alité, divers facteurs rendent la récupération plus lente en milieu hospitalier. Néanmoins, Life I VIVA Ambulatory Clinic peut fournir, à la demande du médecin ou du patient, un suivi à domicile dans les 48 heures suivant la chirurgie. Cela permet d'assurer une présence et une surveillance médicale auprès du patient.

Un parcours administratif plus rapide et des économies

Moins de temps passé en clinique rime avec coûts réduits. D'autant plus que Life I VIVA Ambulatory Clinic propose des tarifs sous forme de packages dépendant de la complexité de la chirurgie.

Toutes ces facettes innovantes de la prise en charge en chirurgie ambulatoire n'ont qu'un seul objectif : améliorer l'expérience du patient.

Life Together vient offrir une approche holistique tout au long de la vie du patient

Le IBL Excellence & Innovation Award crée de la valeur

Avec son projet 'Drain to gain', l'équipe de Marine Biotechnology Products (MBP) arrive en tête du IBL Excellence & Innovation Award 2022, ayant pour thème 'Innovate to achieve business growth'. Parmi les 12 projets soumis pour cette deuxième édition, cinq ont été sélectionnés pour la finale qui s'est déroulée à IBL House le 14 octobre. Cette année encore, les équipes ont démontré leur capacité à transformer une idée en solution viable pour faire croître leurs entreprises. L'édition 2023 va placer la barre encore plus haut.

Le IBL Excellence & Innovation Award a été lancé en janvier 2021 sous l'impulsion de Delphine Lagesse, Strategic Innovation & Excellence Executive à IBL, avec le soutien de son équipe. Ce concours intragroupe annuel, destiné aux opérations d'IBL, a pour objectif de promouvoir l'esprit d'innovation au sein du groupe et faire émerger de nouvelles idées afin d'améliorer les procédures, les produits, ainsi que les services.

L'innovation, est plus que jamais, un réel moteur de croissance pour permettre à nos entreprises de résoudre les problèmes, se différencier de la concurrence et prendre de l'avance, tout cela en maximisant les ressources et en explorant de nouvelles solutions.

Deux experts de l'innovation, Frederic Etienne [lire p 44-47 de together 4] et Tendayi Viki, tous deux Associate Partners à Strategyzer, une entreprise qui accompagne IBL dans son approche sur l'innovation, ont été sollicités, à travers des interviews diffusées aux opérations d'IBL. Ils insistent tous les deux sur la création de valeur comme résultat d'une innovation, quelle que soit sa forme – améliorer un projet existant,

créer une nouvelle génération de produits ou de services, transformer une offre en explorant de nouvelles sources de revenus pour un nouveau segment de clients. "Il y a une transition écologique qui crée des opportunités de business ou encore de nouvelles technologies qui rendent possible ce qui ne l'était pas il y a quelques années. Cela ouvre des voies pour créer de nouveaux produits et services. On a besoin d'innovation parce qu'il y a tellement d'opportunités pour créer de la valeur, qu'on n'a pas envie de les rater !", a fait ressortir Frederic Etienne dans son interview.

Tous gagnants

Douze équipes ont soumis leur idée pour la deuxième édition du IBL Excellence & Innovation Award. Dix ont été sélectionnées pour les demi-finales qui se sont déroulées du 7 au 9 septembre et cinq ont atteint la finale. Il s'agit de Cervonic avec 'Creating value to fish oil', Froid des Mascareignes avec 'Excellence opérationnelle', Logidis et le département Technology and Digital Transformation du siège d'IBL avec 'Click Trip', wiiv avec 'The Phoenix', et MBP avec 'Drain to gain'. Lors de la finale qui a eu lieu le 14 octobre à IBL House, chaque équipe a présenté son projet au jury composé de Smita Modak, Group Head of Learning & Development and Talent Management à The Lux Collective, James van der Westhuizen, fondateur de People Power, et Isabelle de Melo, Business Angel. Du raffinage d'huile de poisson à l'analyse de données, en passant par le développement d'une solution pour la mobilité, la diversité des projets présentés a su impressionner les membres du jury qui ont souligné l'ingéniosité, la recherche et la qualité, des éléments à fort impact de croissance pour leurs entreprises respectives, mais avant tout, pour le Groupe IBL.

“On a besoin d'innovation parce qu'il y a tellement d'opportunités pour créer de la valeur, qu'on n'a pas envie de les rater !”



L'équipe de MDP, gagnante du IBL Excellence & Innovation Award 2022 avec Patrice Robert (à g.), Group Head of Operations d'IBL Ltd

L'équipe de MBP, qui est à sa seconde participation, a remporté le premier prix du concours avec son projet 'Drain to gain' – une solution de conversion de coproduits de poisson en protéines liquides pour exploiter un nouveau segment de l'alimentation animale. "Par rapport à l'année dernière où nous avons été classés deuxième, nous étions motivés à mieux faire cette année pour remporter le premier prix. Nous avons commencé la réflexion tout de suite après la finale de 2021 et revu nos points faibles. Le terme 'innovation' était aussi plus parlant parce que ça fait partie de notre ADN et ce projet 'Drain to gain' a compté la participation de chaque département, que ce soit la production ou l'engineering", explique Charles Davy de l'équipe de MBP.

Pour l'équipe de wiiv, qui a été classée deuxième et a reçu le prix du jury, cette première participation vient récompenser les efforts déployés lors de la conception de leur projet 'The Phoenix' – le développement de capacités de coding et d'analyse de données pour créer une plateforme de fidélisation multipartenaire interne. "Ce concours a été une occasion de nous laisser exprimer les idées survenues lors de la crise qu'a vécue wiiv l'année dernière [NDLR : lire p 60-61 de together 4]", se réjouit Kheshika Betchoo de l'équipe de wiiv.

Encore plus d'idées en 2023

L'édition 2023, dont les inscriptions seront ouvertes en janvier, connaîtra une refonte importante dans le but de permettre à plus d'équipes de toutes les opérations du Groupe IBL à participer. La nouvelle formule sera axée autour de trois catégories : 'Customer Experience', 'Business Innovation' et 'Operational Excellence'. "Nous voulons permettre à toutes les idées d'avoir la chance d'être présentées et parfois, parce qu'elles ne collent pas au thème choisi, certaines ne trouvent pas leur place dans le concours alors qu'elles peuvent être extraordinaires, ", soutient Delphine Lagesse. Elle poursuit : "Cette année, nous avons accompagné de façon plus rapprochée les équipes. C'était un besoin exprimé par les participants de l'édition 2021. Cela dit, nous avons plus d'ambition à ce niveau pour l'édition 2023 et mettons en place un vrai accompagnement avec des séances de coaching dans le but de mieux équiper les participants", précise l'initiatrice du concours.

En attendant l'ouverture des inscriptions de la troisième édition du IBL Excellence & Innovation Award en janvier prochain, faites mijoter vos idées !

Palmarès

1^{er}

'Drain to gain' de Marine Biotechnology Products

2^e

'The Phoenix' de wiiv

3^e

'Excellence opérationnelle' de Froid des Mascareignes

Catégorie Impact on Business Growth :
'Drain to gain' de Marine Biotechnology Products

Catégorie Prix du Jury :
'The Phoenix' de wiiv

Catégorie Innovation :
'Creating value to fish oil' de Cervonic

Catégorie Alignment to IBL Mission & Vision :
'Click Trip' de Logidis et du siège d'IBL

En chiffres

12

idées reçues

10

équipes demi-finalistes

5

équipes finalistes

7

trophées remis

3

membres du jury



Maurice, terre de première pour Rozner

par Cyril Bougaux

Antoine Rozner, double vainqueur sur la première division du circuit européen de golf (DP World Tour) sera l'une des têtes d'affiches du prochain AfrAsia Bank Mauritius Open, tournoi qui se déroulera du 15 au 18 décembre prochains sur le parcours de Mont Choisy Le Golf dans le nord de l'île. Le Français de 29 ans foulera ainsi de nouveau les fairways mauriciens pour son plus grand plaisir.

Antoine, vous avez officialisé votre participation à l'AfrAsia Bank Mauritius Open (ABMO) 2022, heureux de pouvoir fouler de nouveau le sol mauricien ?

Je suis vraiment très heureux de revenir à Maurice et de découvrir le golf de Mont Choisy où va se jouer le tournoi. C'est toujours une semaine hyper agréable et je suis persuadé que ce sera un super tournoi. J'ai hâte de pouvoir me retrouver dans l'île pour disputer ce qui sera le dernier tournoi de l'année avant mes vacances.

Le public mauricien vous a vraiment découvert en 2019 lors de l'ABMO que vous avez perdu en play-off face à Rasmus Højgaard. Quel souvenir vous en gardez ?

L'île Maurice est pour moi synonyme de première ! C'est là que j'ai fait mon premier tournoi pro, l'Anahita Masters dans lequel il n'y avait quasiment que des joueurs français. Ensuite il y a eu l'ABMO en 2018, toujours à Anahita où je termine 7ème pour mon premier tournoi sur le circuit européen. Enfin, il y a eu le play-off en 2019. C'était la première fois que je me retrouvais en position de jouer la gagne. C'était le dernier tournoi de l'année, j'étais vraiment fatigué et de perdre comme ça au bout de trois trous c'était très dur mais j'étais assez fier de moi et de mon comportement dans cette situation. En tout cas cela a été révélateur et m'a permis de me dire que je pouvais gagner sur le grand circuit.

Depuis quelques semaines on a l'impression de retrouver "le Rozner" capable de gagner chaque tournoi qu'il joue, ça doit être très motivant ?

Je suis vraiment dans une très bonne période golfique, je tape bien la balle, je fais peu d'erreur et je me mets très souvent en position de birdie ce qui me permet de faire des scores sous le par régulièrement. C'est vraiment bien pour la confiance et je peux jouer de manière agressive aussi ce qui est toujours sympa. Depuis deux mois je me suis retrouvé dans les 10 – 15 premiers de quasiment chaque tournoi, ce qui me procure évidemment beaucoup de plaisir.

Jouer la gagne, c'est inné chez vous ?

Dans la famille, on a une culture de la gagne quoi qu'on fasse donc cela fait partie de moi depuis tout petit et puis dans mon club de toujours, au Racing club de France La Boulie, on cultive aussi cette dimension sportive. Beaucoup de moyens sont mis pour que les équipes soient performantes. Cela permet de créer des champions année après année. Je ne vais pas tous les citer mais il y a eu Thomas Levet évidemment et actuellement sur le DP World Tour, Fred Lacroix et moi-même. Être dans cet environnement aide indéniablement à avoir une volonté de se surpasser en permanence.

Est-ce que vos deux victoires sur le DP World Tour à Dubaï et au Qatar, font partie de vos plus beaux souvenirs ?

Au golf dès que tu gagnes, c'est forcément spécial ! C'est un sport assez ingrat parce qu'on gagne peu alors quand vous y arrivez c'est un moment qu'il faut savoir savourer.

En plus, mes deux victoires étaient assez différentes. À Dubaï, il y avait beaucoup de pression et c'était dur parce qu'il fallait scorer très bas mais j'avais réussi à bien rester offensif du début à la fin. Et puis c'était ma première sur le grand circuit, elle a donc une place forcément particulière.

Pour la deuxième au Qatar, les conditions étaient très dures avec beaucoup de vent mais ça s'est terminé par un putt incroyable de 18 mètres que j'ai réussi à rentrer pour gagner. C'était assez fou comme finish !

Est-ce que votre avenir passe obligatoirement par le PGA TOUR ?

Oui, c'est là-bas que tout se passe et c'est un passage obligé selon moi dans ma carrière. Je connais bien ce pays pour y avoir fait mes études universitaires et avoir goûté déjà à la ferveur qu'on y trouve autour du golf. C'est très différent de l'Europe, aux Etats-Unis chaque tournoi est un événement. J'ai envie d'y retourner et de pouvoir affronter régulièrement les meilleurs joueurs du monde. Et puis avec le nouveau système mis en place pour pouvoir intégrer le champ des majeurs, le PGA Tour est incontournable. On se doit d'y aller pour avoir plus de chance de rentrer dans le top 100 et top 50 mondial.



“Dans la famille on a une culture de la gagne quoi qu'on fasse donc cela fait partie de moi depuis tout petit”

Cyril Bougaux

Cyril Bougaux a été journaliste sportif pendant plus de 10 ans dans différents médias tels que Infosport+ et Canal+, présentant de nombreuses émissions omnisports. En 2012, il intègre la chaîne Golf+ en tant que présentateur et commentateur de golf. Il a ainsi pu suivre les plus grands tournois au monde et côtoyer les champions de ce sport. Depuis quatre ans, il occupe le poste de Directeur de la communication du pôle immobilier d'Alteo et d'Anahita.

Cap autour du globe



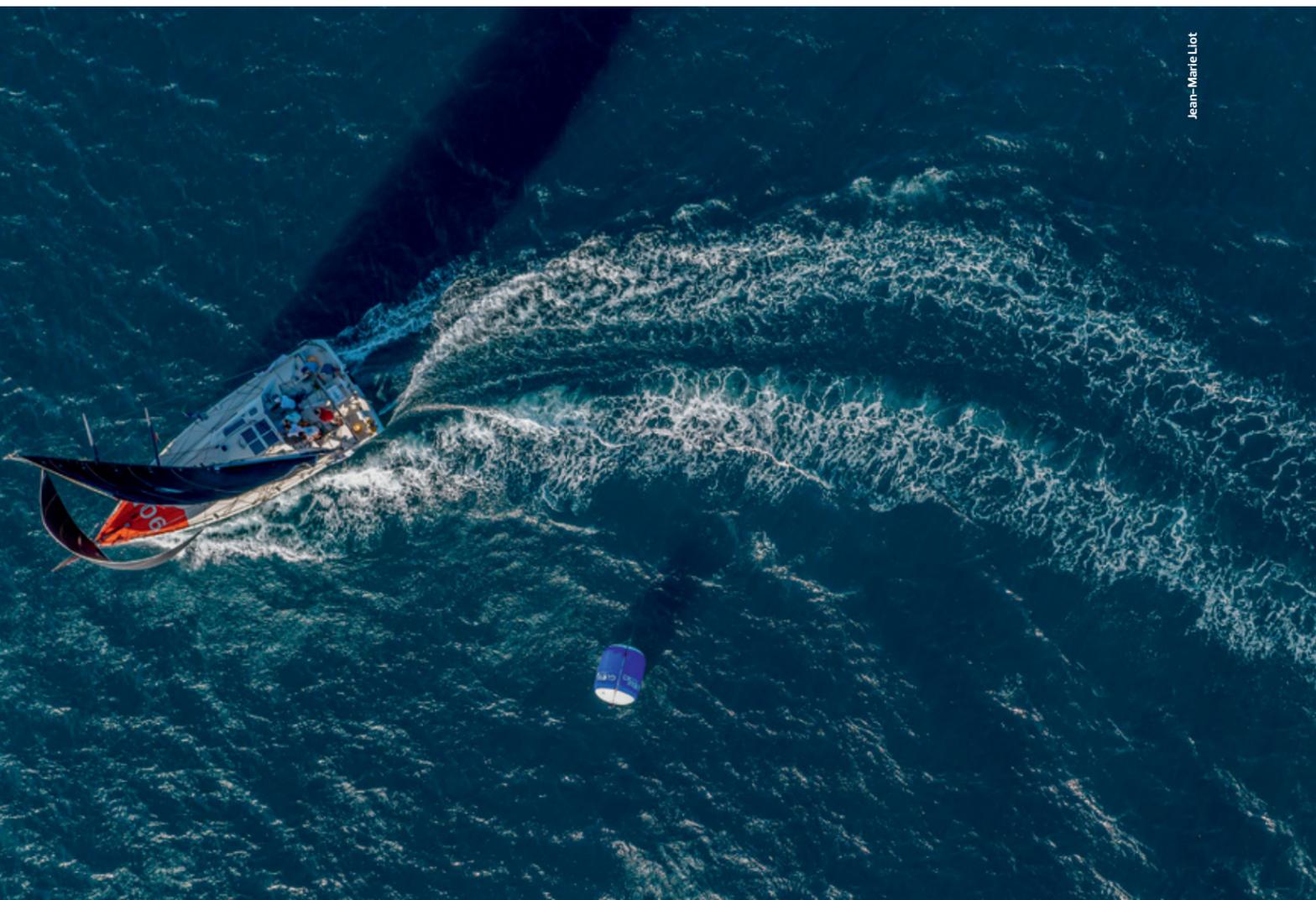
Dimanche 26 juin 2022. Le grand départ de la première édition du Globe40 est donné à Tanger, l'une des plus anciennes villes d'Afrique du Nord, située au Maroc. Ce départ d'un tour du monde sur les terres africaines est une première dans l'histoire du sport.

C'est l'aventure d'une vie. Braver le large pour réussir un tour du monde en bateau à voiles, c'est le défi que se sont lancé les participants du Globe40. Cette compétition sportive internationale qui se tient du 26 juin 2022 au 13 mars 2023 est partie de Tanger au Maroc pour terminer à Lorient, ville portuaire située à l'ouest de la France. C'est la toute première fois que l'île Maurice, un des sept pays étapes du Globe40, a accueilli une course d'une telle envergure, dont IBL est partenaire.

Le départ de la première édition du Globe40 a été donné le 26 juin au nord du Maroc, en direction du Cap-Vert pour la première étape d'un tour du monde à bord de Class40, des voiliers monocoques conçus pour les courses au large. Venant des Pays-Bas, du Canada, des États-Unis, de France, du Maroc ou encore du Japon, les équipages voguent en duo pour une passionnante traversée des océans, marquée par des arrêts au Cap-Vert, à l'île Maurice, à Auckland en Nouvelle-Zélande, Tahiti, Ushuaia en Argentine, Recife au Brésil et l'île de la Grenade aux Caraïbes, avant de terminer à Lorient, en France.

Le 18 août dernier, les vainqueurs de l'étape Cap-Vert – île Maurice, le duo Craig Horsfield et Oliver Bond, accostaient le quai du Caudan Waterfront, à Port Louis, après avoir largué les amarres à l'île São Vicente au Cap-Vert le 17 juillet. Maurice, deuxième escale de la course, marque également un arrêt entre les deux plus longs parcours, du Cap-Vert et vers Auckland. Les cinq équipes encore en lice ont profité de cette escale de trois semaines sur la terre ferme pour reprendre des forces avant de mettre les voiles sur l'océan Indien en direction de la mer de Tasman.

Avant d'entamer la troisième étape de leur tour du monde vers Auckland, les cinq équipes ont profité d'un jour de repos pour se livrer à une parade nautique entre Port Louis et Baie du Tombeau.



Jean-Marie Liot

Dimanche 17 juillet 2022. Les équipages prennent le large de l'île São Vicente au Cap-Vert en direction de Maurice. 7667 milles nautiques séparent les deux pays étapes, l'équivalent de 14 199 kilomètres sur la terre ferme.



Jean-Marie Liot

La Canadienne Mélodie Schaffer à bord du Whiskey Jack. Malgré les difficultés rencontrées en mer entre le Cap-Vert et Maurice, elle remporte la troisième place de la deuxième étape du Globe40, aux côtés de son équipier, le Suédois Mikael Ryking.



L'île Maurice accueille, pour la première fois, un tour du monde de cette envergure. Avec son port, haut lieu de l'histoire maritime, Maurice a accueilli des navigateurs venus des quatre coins du monde.





Les équipages du Sec Hayai (France) et du Milai (Japon) ont profité de l'escale de trois semaines à Maurice pour remettre en état leurs voiliers au Chantier Naval de l'Océan Indien (CNOI). Réparations d'impacts à sec, inspection, démontage et remontage de la quille... un passage obligé avant d'entamer la troisième longue étape de leur périple autour du monde.

globe 40



Le Class40 est un voilier monocoque de 12,19 m de long et 4,50 m de largeur maximale. La structure et technologie du bateau permettent la croisière rapide au large, pour les amateurs et professionnels.



Lundi 22 août 2022. Après 35 jours, 10 heures, 42 minutes et 42 secondes en mer, Amhas remporte l'étape Cap-Vert – Maurice. À son bord, l'Américain Craig Horsfield et le Britannique Oliver Bond.



Jean-Marie Liot

Dimanche 11 septembre. Les cinq équipes hissent les voiles pour la troisième étape en longeant la côte ouest de l'île. Direction Auckland en Nouvelle-Zélande. Un peu moins d'un mois en mer pour atteindre cette prochaine destination.



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



DTOS

**Your leading financial services
partner in Africa.**



PRIVATE
CLIENTS

BUSINESS
SOLUTIONS

FUNDS
SERVICES

OUTSOURCING
SERVICES

FINANCIAL
INSTITUTIONS

CORPORATE
SERVICES

COMPLIANCE
SERVICES