

Magazine

Edition I | DEC 2021



APTIS
up to it



“Une attitude positive et ambitieuse que nous adoptons pour faire face aux challenges”

L'Edito de Tioco

Chers Lecteurs,

Je suis enchanté de vous présenter cette première édition du magazine du Groupe APTIS : **'UP TO IT'**. Un nom qui n'a pas été choisi au hasard. Au contraire, il s'agit de la philosophie qui anime nos entreprises et leurs équipes. Une attitude positive et ambitieuse que nous adoptons pour faire face aux challenges qui se présentent à nous.

Dans un monde transformé par une situation sanitaire et économique inattendue, nous préférons voir un défi à relever. L'histoire nous enseigne que c'est lors des périodes difficiles pour l'humanité que s'ouvrent aussi les plus belles opportunités. Le Groupe APTIS s'inscrit toujours dans cette manière de penser proactive. L'optimisme et l'envie de réussite s'intègrent pleinement dans notre ADN.

Avec la réouverture des frontières et la reprise des activités économiques, nous n'hésitons pas à faire preuve d'audace en investissant dans la diversification de notre Groupe. Oser se lancer dans la restauration symbolise la confiance que nous plaçons en nous-mêmes, mais aussi et surtout dans notre pays et son Économie. Nous croyons fermement en la capacité de rebond du peuple mauricien.

Se tourner vers l'avenir, c'est aussi faire certains choix dès aujourd'hui. Bien qu'elle reste la liberté individuelle de chacun, la majorité de nos employés ont décidé de se faire vacciner et ainsi s'armer face à la COVID-19.

D'un point de vue business, nous développons nos entreprises existantes en tenant compte des spécificités du monde de demain. Ainsi, Resiglas ajoute un 5ème pilier à ses offres avec le lancement de Resiglas Sustainable, notamment orienté vers l'énergie solaire. Chez Racso, c'est l'intelligence artificielle qui est mise au service d'une smart agriculture mauricienne. Enfin, la création de TNS Consumer vise à répondre aux nouveaux besoins des consommateurs mauriciens en leur proposant les meilleurs rapports qualité/prix.

Toutefois, le meilleur investissement que le Groupe APTIS puisse réaliser est celui du capital humain. Nous défendons et défendrons toujours les valeurs humaines qui sont les nôtres. La confiance, l'équilibre, ou encore l'épanouissement sont autant de sujets sur lesquels nous ne faisons aucune concession. Savoir bien s'entourer, c'est aussi développer des relations de confiance avec l'ensemble de nos partenaires. Au final, c'est avec cette approche familiale et centrée sur l'individu que nous générons l'énergie nécessaire à tous nos projets. J'en profite donc pour souhaiter à chacun d'excellentes fêtes de fin d'années auprès de ce qui vous sont proches.

Let's be UP TO IT.

Bonne lecture,
Jean-Pierre Mamet

06

Méthodo

La satisfaction client

10

Un Café avec...

Rishi Ramsahye Sales
Manager of Resiglas

14

Innovation & Techonologie

Interview Cedric Marie
Mechatronics Technician
in Operations Racso

17

Bienvenue Chez Nous

News Recruits
Aptis Room

20

ZAKADI D'ici & D'ailleurs

Concept & Branding
ZAKADI

22

Company News

Aptis fonde TNS Consumer
TNS Tobacco s'offre un
nouveau look

24

Kass enn Poz ar...

Manne Factory Operator GI
in Operations - Resiglas

26

Interview Croisée

Finance team

30

La minute HR

Rencontre avec Regine de
Ravel - Group HR Manager

34

Marketing Case Study

La couleur comme élément
de differenciation

36

Interview Sophie George

Sport et vie professionnelle à
la croisée des chemins

Sommaire



Méthodo: La Satisfaction Client

**Tout le monde en parle...
mais qui s'en soucie vraiment ?**

La satisfaction client est considérée comme l'un des leviers de croissance des entreprises du groupe APTIS. Plus important encore, elle s'inscrit pleinement dans notre philosophie et dans ses valeurs.

Les indicateurs phares de la satisfaction client s'invitent désormais dans les comités de direction au même titre que les KPIs financiers. En effet, nous les considérons également comme révélateurs de la bonne santé d'une entreprise.

À l'image d'un médecin cherchant à guérir un patient, il faut tout d'abord réaliser un diagnostic avant de pratiquer les bons soins. Ce diagnostic, c'est la mesure de la satisfaction client. Et pour ne pas déformer la voix du client, il est indispensable de suivre une méthodologie rigoureuse.

Voici quelques astuces pour y parvenir :

Des chiffres et des lettres :

En construisant un questionnaire de satisfaction, mieux vaut mixer l'approche quantitative et qualitative. Les questions fermées vous offriront des chiffres permettant de mesurer, alors que les questions ouvertes vous apporteront des mots permettant de mieux comprendre vos clients.

La taille compte :

S'assurer que l'échantillon des répondants soit suffisamment robuste et reflète bien la réalité en appliquant des quotas. Par exemple, si l'entreprise interagit avec seulement 10 % de clients B2C, alors ces derniers ne peuvent pas représenter 50 % des personnes interrogées. Il faut aussi noter que plus la taille d'un échantillon est importante, plus la marge d'erreur sera faible.

Quels indicateurs ?

Il en existe une multitude ! Une fois encore, certains seront mieux adaptés aux besoins de votre entreprise. Toutefois, il y a deux incontournables. Le Customer Satisfaction Score (CSAT) qui mesure la part de clients satisfaits voir très satisfaits.

D'après l'étude la plus récente, la moyenne mondiale toutes industries confondues est de 86 %. L'autre indicateur majeur est le NPS (Net Promoter Score) qui évalue dans quelle mesure les répondants recommandent une entreprise/marque ou produit/service à leurs amis, collègues ou familles.



RESIGLAS *Poolside*



LA QUALITÉ DE VIE

Un café avec...

Rishi Ramsahye



Un exercice de rebranding a eu lieu chez Resiglas en 2020. Quel a été le point de départ de ce changement ?

L'exercice de rebranding de 2020, était une étape logique pour Resiglas, deux ans après le rachat de la compagnie par le Groupe APTIS. Faire partie d'un groupe jeune et ambitieux a donné une nouvelle dimension à l'entreprise qui a plus de 60 ans d'histoire. Avant le rebranding, nous n'avons cessé d'investir, d'améliorer et d'innover dans tous les domaines. Le rebranding n'est qu'une partie visible de tout le travail accompli.

Quels ont été les apports du Groupe APTIS ?

On peut parler d'apports à plusieurs niveaux. Tout d'abord en termes de matériels industriels. Nous avons pu automatiser la production, notamment grâce à l'achat de machines dernier cri. Des investissements nécessaires pour répondre aux besoins croissants du marché.

Parlant d'innovation, nous avons pu lancer de nouveaux produits dont la gamme de water tanks Polychrome. Le réservoir d'eau est certes un produit de nécessité, mais nous avons pu lui donner une touche d'émotion en rajoutant de la couleur. D'autres innovations viennent aussi de notre univers Pool Side où le besoin de se réinventer était essentiel.

C'est ainsi que nous avons proposé de nouveaux modèles de piscine mais aussi notre premier modèle de Spa plug & play. Nous nous sommes également lancés dans la distribution avec des produits tels que les bean bags, les poubelles et les accessoires de piscine.

Il ne faut pas non plus oublier les investissements en termes de ressources humaines. Étant diversifié dans plusieurs univers, il était important d'avoir des experts dans chaque domaine pour optimiser l'expérience client. Nous avons donc recruté des spécialistes dont un Marketing manager, un Customer Care Specialist, ou encore un Digital Sales Assistant.

L'optimisation de l'expérience client ne serait pas complète sans la rénovation du showroom de Calebasses et le lancement d'un site web à l'image de notre nouvelle identité.

La Covid-19 a-t-il impacté les projets de Resiglas ?

Il serait faux de dire que la Covid-19 surtout en 2020, ne nous a pas affectés. Cependant, avec le soutien d'APTIS avons pu compléter notre rebranding et plus important encore, assurer le salaire des quelque 150 employés malgré le confinement et l'arrêt des activités.

Pendant les 3 derniers mois de 2020, nous avons pu rattraper le retard sur notre chiffre d'affaires. Cela, notamment grâce à très bon 'Grand Salon de La Maison et du Jardin' et un travail formidable de toute l'équipe pour atteindre les objectifs de vente.

Faire partie d'un groupe comme APTIS, c'est aussi avoir l'assurance de pouvoir mener à bien les projets prévus malgré la conjoncture économique. Et cette année, un 5ème univers est venu s'ajouter à ceux déjà existants : l'univers Resiglas Sustainable.

Comme vous le dites, cette année a été marquée par le lancement de l'univers Resiglas Sustainable. Pourquoi cet univers en particulier ?

Le lancement de cet univers s'inscrit parfaitement dans le cadre de notre développement et de notre envie d'innovation constante. La prise de conscience collective en matière

d'écologie ne fait plus de doute. Nous avons donc adapté notre offre aux besoins des consommateurs plus consciencieux de l'environnement.

Poubelle d'extérieur, rain water tank, domelight ou encore chauffe-eau solaire son autant de produits eco-friendly à retrouver dans notre gamme Resiglas Sustainable.

Comment s'annonce le futur de Resiglas ?

Le futur s'annonce prometteur. Nous restons sur cette dynamique d'innovation et de développement afin d'améliorer la qualité de vie des Mauriciens.

Resiglas a la chance d'être une entreprise qui s'est diversifiée dans plusieurs domaines. Nous restons tout de même sujets à la conjoncture mondiale compliquée surtout avec la hausse du coût du transport et des matières premières.



Café du jour: Espresso

C'est dans un showroom fraîchement rénové que Rishi Ramsahye, Sales Manager de Resiglas, nous accueille autour d'une bonne tasse de café. Cet ingénieur civil de formation, pour qui la technique n'a aucun secret, nous parle du tournant qu'a connu Resiglas depuis son rachat par le Groupe APTIS.

KABISA



Distributed by **tns** consumer



RACSO : rendre votre flotte de véhicules plus intelligente

RACSO, spécialiste en livraison de diesel et en gestion de flotte de véhicules, propose des solutions adaptées à des sociétés opérant dans différentes industries. Cédric Marie, Mechatronic Technician, fait le tour des services dont bénéficient les clients.

Comment Racso contribue au développement et au fonctionnement des différentes industries à Maurice ?

Nous apportons notre expertise dans plusieurs domaines dont le secteur agricole, de la construction ou encore de la logistique. Les 3 services proposés par RACSO sont : la livraison de diesel, la gestion de carburant (fuel monitoring) et le suivi GPS (GPS Tracking).

En premier lieu, nous livrons du diesel à nos clients à travers l'île. Une assistance primordiale surtout pour certaines machines et camions présents sur les sites constructions ou dans les champs agricoles. Nous nous assurons que nos clients reçoivent le diesel dont ils ont besoin, au moment

opportun et à l'endroit voulu. Cela permet entre autres de réduire et de contrôler la consommation de carburant des flottes et d'éliminer tout risque de fraude.

De plus, cette solution innovante permet de gagner en efficacité et en productivité en limitant le temps d'inactivité.

La consommation de carburant pouvant représenter jusqu'à un tiers des coûts d'exploitation de la plupart des flottes, sa surveillance est importante. Grâce à des sondes installées dans le réservoir, nous assurons la gestion du carburant en temps réel. Un atout de taille pour prévenir le gaspillage et le vol. Les rapports détaillés permettent de comprendre où des améliorations peuvent être apportées. La solution optimale pour ceux souhaitant économiser sur leurs coûts et augmenter l'efficacité de leur flotte.

Allié au service de livraison et de gestion de carburant, le suivi GPS vous donne encore plus de visibilité sur votre flotte. Il ne s'agit pas seulement de connaître l'emplacement de vos véhicules. Les kilomètres parcourus, les heures de fonctionnement du moteur, les freinages brusques, la vitesse,

la pressions des roues, ou encore la tension électrique sont parmi les centaines de données disponibles.

En quoi consiste votre métier ?

En tant que 'Mechatronic Technician', je m'occupe principalement de l'installation des sondes et des GPS sur les véhicules à travers l'île. Cela peut aller d'une simple moto, en passant par un camion et allant jusqu'aux machines de récoltes ou de construction. Nous installons également nos appareils sur des générateurs.

Je me charge aussi de calibrer les sondes et les pompes de livraisons. Notre secteur d'activité nécessite une haute précision et nous devons nous assurer que nos données et celles transmises à nos clients soient exactes et fiables.

De plus, je suis en liaison directe avec notre fournisseur pour la commande des pièces, le service après-vente et la garantie. Cela nous permet d'assurer un standard international et d'offrir un service de qualité.

Vous nous parlez de sondes (Fuel sensors) et de boîtiers GPS (On-board terminals) ; qu'ont-ils de particulier ?

Trois mots : qualité, fiabilité et précision. Tout d'abord, contrairement à beaucoup de sondes sur le marché, les nôtres sont fiables à 99.5 %. Avec une précision infaillible, la consommation en carburant est aisément calculée.

Quant à nos boîtiers, ils résistent aux différents environnements les plus extrêmes. Ils s'adaptent à tous les types de véhicules et permettent de récupérer les données les plus simples jusqu'aux plus poussées. De plus, grâce au système de 'cloud', les données sont accessibles de partout et en cas de rupture de connexion, la carte mémoire intégrée stocke toutes les informations.

Nous nous adaptons à la demande du client et proposons différents types de boîtiers dont certains qui peuvent être connectés à des caméras.

Avec ces deux systèmes, vous avez la visibilité nécessaire sur votre flotte pour optimiser vos coûts.

Meet the man

Âgé de 25 ans, Cédric Marie est un passionné de l'électronique. Une passion acquise de son père, ancien Maintenance Manager dans une usine de textile, qu'il accompagnait au travail depuis son enfance. Il entreprend des cours en électronique dès l'âge de 14 ans et continue sa scolarité en parallèle. Il obtient son certificat de technicien à 16 ans et son diplôme 3 ans plus tard. Cédric poursuit des études en Génie Électromécanique à l'Université des Mascareignes avant de rejoindre RACSO en 2019.



News Recruits

Fort de sa croissance rapide et constante, APTIS Groupe a accueilli cette année son nouveau Group Procurement Manager. Une recrue essentielle et en parfaite synergie avec notre stratégie de développement.



Nom : Tara Mamet

Âge : 28

Quelque chose que vous aimez:
Jouer au foot

Quelque chose que vous détestez:
Les moustiques

Votre citation préférée: 'A negative mind will never give you a positive life'

Votre état d'esprit en rejoignant le Groupe APTIS: Je suis heureuse de cette opportunité me permettant de développer mes compétences, et cela en travaillant avec les différentes compagnies du Group. Je suis prête à me montrer UP TO IT face aux challenges qui m'attendent.

Bienvenue Chez Nous! Aptis Boardroom



Essentielle dans toute organisation, la salle de conférence permet de tenir les réunions les plus importantes au bon fonctionnement du Groupe.

Fraîchement rénové, cet espace intime et élégant est conçu sur-mesure pour mener des réunions fluides et performantes dans les meilleures conditions possibles. Une table généreuse, des chaises élégantes et des touches de bois confèrent au 'boardroom' une ambiance

distincte et chaleureuse. Tout a été pensé pour favoriser l'échange collectif entre nos équipes.

Cette pièce possède également toutes les fonctionnalités et équipements de haute technologie pour les conférences téléphoniques et les réunions vidéo.

Le petit salon qui fait office d'espace d'accueil et de détente donne une touche cosy à l'ensemble de la pièce.



**We fuel
up your
business.**

**Fuel Delivering . Fuel Monitoring
GPS Tracking . GPS Device**





ZAKADI
BAR & RESTAURANT

ZAKADI

D'Ici & D'Ailleurs

La cuisine d'ici, ne vient-elle pas d'ailleurs ? C'est cette question à la réponse évidente qui a donné naissance à une toute nouvelle expérience culinaire mauricienne. ZAKADI propose, avec fierté, une bonne cuisine locale aux inspirations internationales.

Aux abords du lac de Mahogany Shopping Promenade (Beau-Plan), on ose sublimer les traditions en jouant avec les formes et les saveurs. Un parmentier de canard à la

sauce goyave de Chine ; un risotto aux pleurotes de la ferme coco, ou encore un wrap au chasseur de poulet sont autant d'illustrations d'une cuisine fusion et audacieuse.

Oui, ZAKADI est un concept qui affirme ses convictions autour du brassage culturel, de la nutrition et du respect de la Terre. C'est un regard nouveau porté sur notre gastronomie et notre manière de la déguster.

Comme un symbole de cette ambition, le restaurant célèbre les saisons qui passent en proposant une toute nouvelle carte chaque 4 mois.

L'objectif : accepter ce que la Nature nous donne et vous proposer les ingrédients frais du moment.

Mais ce n'est pas tout ! ZAKADI, c'est aussi une cave à vin intégrée au restaurant proposant des associations entre les plats et les vins. Cette formule inhabituelle permet aux invités de profiter d'une sélection de bouteilles de qualité à des prix abordables.



La cuisine d'ici, ne vient elle pas d'ailleurs ?



Produits de grande consommation :

APTIS fonde TNS Consumer

consumer
tns

En ligne avec son plan stratégique de développement rapide, le Groupe APTIS a fondé cette année TNS Consumer, une compagnie spécialisée dans la distribution des produits de grande consommation. Une extension de TNS Tobacco qui a vu le jour en 2009.

C'est une fin d'année riche en actualités chez APTIS. Le Groupe, qui au fil des ans aura su saisir les opportunités qui se sont présentées à lui, poursuit la diversification de ses activités en lançant TNS Consumer, nouveau distributeur de produits de grande consommation à Maurice. Proposer des produits de qualité à des prix compétitifs

et rendre les produits de tous les jours accessibles à tous, tels sont les défis derrière le lancement de cette nouvelle compagnie. Cela intervient surtout dans la conjoncture difficile actuelle ayant eu un impact sur le portefeuille des Mauriciens.

Dans un premier temps, TNS Consumer propose 4 grandes catégories de produits, tous de sources internationales : hygiène et beauté (personal care), jus bio (organic juice), préservatifs et boissons énergisantes. Kabisa, Love Condom, Höllinger, Arko, Duru sont autant de nouvelles marques à faire leurs entrées sur le marché mauricien.

Dès 2022, d'autres marques devraient s'ajouter à celles déjà existantes.

Jouissant d'une forte expertise dans la distribution et grâce au statut de leader de la distribution de cigarettes via TNS Tobacco, le Groupe APTIS souhaite désormais développer le potentiel de TNS Consumer au maximum.

L'objectif est clair et précis : devenir un acteur incontournable de la distribution de produits de la grande consommation.

Proposer des produits de qualité à des prix compétitifs et rendre les produits de tous les jours accessibles à tous



«L'objectif de TNS Consumer est ...d'introduire sur le marché un plus large choix de produits, qui ont un bon rapport qualité-prix »

TNS Tobacco s'offre un nouveau look !

Lancée en 2009, la marque TNS Tobacco s'est récemment offert un relooking. Cette nouvelle identité visuelle apporte un vent de fraîcheur et de modernité tout en respectant les origines de la marque.

Ainsi, pas de changement de nom, véritable clin d'œil à la naissance de l'entreprise. En effet, TNS n'est autre que l'acronyme de Tioco & Sabbi, les deux fondateurs du désormais leader de la distribution de cigarettes à Maurice.

tobacco
tns

KASS ENN POZ AR.. Manne

**Rakont nou inpe ou lanfans
ek ou parkour.**

Mo prezant mwa, Jean-François Manne, 60 an ek mo enn abitan Pamplémousses. Monn ne ek grandi a Rivière du Rempart.

Lavi ti vreman dir a lepok. Monn grandi dan enn fami kot nou ti a 8 zanfan- 5 garson ek 3 tifi. A lepok, lekol ti peyan ek monn bizin aret mo letid a laz 12 an.

Kan monn gagn 15 an, mo papa inn amenn mwa Latelie Maurel ki ti trouv dan Rivière du Rempart. Li ti koumadir enn liniversite kot mo finn aprann metie modler. Laba nou ti pe fer pies pou moulin. Enn modler li fer bann model avek dibwa pou tir bann moul. Se enn travay ki fer ou konn tou, mem metie sarpanctie ek menizie.

Monn fer a pe pre 13 an Latelie Maurel avan ki mo al Beau Plan Sugar Estate, touzour kouma enn modler. Nou ti fer bann pies kouma laponp ou lanpwaz an bwa. Lanpwaz-la li tini bann silind ki kraz kann.

Aprè 10 an dan Beau Plan Sugar Estate, monn desid pou al travay pou mo mem pandan enn moman. Lerla, monn rant Resiglas an 2002.

**Fer 19 an depi ki ou travay Resiglas.
Kouma ti ete kan ou ti fek rantre ?**

Kan monn rant Resiglas, ti ena enn tipti latelie Solitude kot nou ti pe fer bann ti bato, kayak, sez, latab, etc. Aprè enn moman, lokasion ti vinn tro ser ek lerla nou inn bouze pou al Resiglas Port-Louis.



Li ti enn batiman an tol me li ti bien gran. Ek sirtou, la nou ti santi nou kouma enn vre fami ki finn reini. Ti nepli ena de latelie dan de landrwa diferan.

An 2005 nou sorti Port-Louis pou vinn Calebasses. Isi finn ena ameliorasion sirtou lor bann teknik prodiksyon gras a bann nouvo masinn ek zouti.

Anou koz ou metie, ki ou fer exakteman ?

An tan ki Factory Operator G1, pli prezizeman Modler, mo fer bann mandrin. Par examp, pou enn pisinn, nou bizin fer so mandrin apre nou tir so moule. Presizyon extra inportan. Kan ou pe get mandrin-la ou bizin pe trouv pisinn-la. Kan nou pe travay dibwa-la, nou donn li so form ek oter ki bizin. Bizin poli ek netway li bien pou ki pena oken defo.

**Eski bann teknik fabrikasyon finn evolue
avek letan ?**

Finn ena bokou ameliorasion. Zordi-zour nou fer mandrin avec bann plywood melaminn.

Nou osi ena bann zouti nesesser pou fer bann top prodwi. Par examp, avan pa ti ena router pou arondi bann rebor. Avek bann zouti modern, nou fer enn travay ankò pli prop.

Tan ki ena bann nouvo zafer mo pran li kouma enn challenge. Dernieman, nou fek fer enn nouvo model pisinn ki apel 'Aqua Lounge'. Samem pli gran pisinn ki ena kot Resiglas. Fer enn mandrin pou enn model osi gro finn demand boukou travay ek presizyon.

Lot zafer ki inportant ankò se demoulaz. Enn pisinn li bizin ena enn 'angle de demoulage'. Si li kare-kare, li pou difisil pou tir li. Tousala nou fini kalkile kan nou pe travay.

Ki ou kontan fer dan lavi ? Ki ou pasion ?

Mo enn dimounn ki pa kapav res anplas. Touletan mo bizin pe trouv enn ti travay pou fer mem kan mo lakaz. Sinon pou kass stress, mo kontan get tikomik ou ekout delo koule dan mo ti basin pwason.



Interview croisée: au cœur du département Finance et Comptabilité

Fondamental dans le fonctionnement de l'entreprise, le département de Finance et Comptabilité souffre souvent d'une image austère, fade et ennuyeuse. Bien loin de ces clichés, nous vous proposons de rencontrer notre équipe qui tient une place essentielle au cœur des activités du Groupe APTIS.

Quel a été le déclic pour vous lancer dans la finance et la comptabilité ? Pourquoi cette orientation ?

Pravish : Depuis le collège, la comptabilité m'a toujours passionnée. J'adore les chiffres. Après un stage comme trainee chez APTIS, je suis parti travailler dans le BPO outsourcing avant de revenir comme Accounts officer. De plus, j'ai complété mon ACCA pendant que je travaillais.

Shamlesh : Pour ce qui est de Mansha et de Tanuja,

elles n'ont pas fait la comptabilité de formation.

Mansha : En effet, j'ai appris la comptabilité uniquement à l'école avant d'entreprendre des cours de Management with marketing. Après un stage en 'marketing' chez TNS Tobacco en 2013, je suis rappelée deux ans plus tard par Sabbi Appanna, le CFO du groupe, pour rejoindre l'équipe définitivement.

Tanuja : A la base, la comptabilité n'est pas mon domaine. Je suis plus dans

l'entrepreneuriat avec une Licence en Management and Entrepreneurship. Je me suis retrouvée chez APTIS sous le programme YEP avant d'être confirmée un an plus tard. Je suis désormais Finance Assistant. Même si je me suis habituée à la comptabilité, je garde mon âme d'entrepreneur. Ce que j'apprends dans mon métier au quotidien va sans aucun doute m'aider dans le futur.

Shamlesh : Quant à moi, je suis économiste de formation, ayant complété une Licence en Finance. En

parallèle, j'avais complété mon ACCA. Rien ne me prédestinait à rejoindre le monde de la finance puisqu'à l'école, je préférais les matières scientifiques. C'est un professeur de comptabilité qui m'a donné goût à cette filière. Il m'a également transmis sa

C'est un domaine en constante demande et qui évolue. Deux jours ne se ressemblent pas dans la finance.

passion pour l'enseignement. Les week-ends, j'enseigne la comptabilité, la finance et l'économie à l'université.

Si vous deviez résumer votre métier en une phrase ? / 3 adjectifs pour décrire votre métier ?

Tanuja : Une passion...

Pravish : En effet, il faut aimer ce métier pour le faire.

Mansha : Challenging, mais je suis toujours 'Up to it'.

Shamlesh : 'Work hard play hard' ! C'est un métier qui demande beaucoup d'efforts et d'énergie, surtout quand il faut rendre les rapports à temps. Mais on aime le faire. Dans ce domaine, on s'ennuie rarement.

Qu'est-ce qui la fait la force de votre équipe ?

Tanuja : Il y a une bonne ambiance et une atmosphère cool, très loin des clichés.

Shamlesh : Je dirais notre background diversifié et



De gauche à droite: Pravish (Junior Accountant) , Mansha (Finance Assistant) , Shamlesh (Financial Accountant) , Tanuja (Finance Assistant)

notre amour pour le métier. En effet, nous avons tous des parcours différents, mais nous partageons la même passion pour la comptabilité. Ce qui est clé dans cette équipe c'est que nous sommes alignés avec la philosophie du Groupe, surtout en termes d'attitude. D'ailleurs, dans mon équipe, je préfère avoir une personne qui n'a pas de formation en comptabilité, mais qui souhaite apprendre au lieu d'avoir une personne qualifiée qui n'a pas l'attitude qu'il faut.

Pravish : Pour rebondir sur ce que Shamlesh a dit, par exemple, si nous avons à finaliser un travail, même le week-end, nous allons le faire. C'est 'having the right attitude to be up to it.'

Mansha : De plus, chez APTIS nous avons de très bons rapports avec le management, ce qui augmente la motivation de l'équipe. Avoir un 'Open door management' nous permet d'être efficaces, même si nous sommes une petite équipe.

Comment se passe l'organisation de l'équipe ?

Pravish : Nous avons Sabbi Appanna, le CFO, qui supervise la comptabilité et la finance pour l'ensemble du Groupe. C'est aussi lui qui gère le côté relationnel avec tous les partenaires extérieurs (stakeholders).

Mansha : Ensuite, nous nous répartissons les différentes compagnies. Entre la facturation, le suivi des paiements ou encore la préparation des comptes, il nous faut être bien organisé pour rester efficace et produire un travail de qualité.

Shamlesh : Quant à moi, je gère le travail de toute l'équipe en veillant entre autres à ce que les paiements soient faits dans les temps, ou encore en m'assurant que les chiffres présentés dans les SOP (Sales and Operational Planning) soient précis et fiables. Il ne faut pas oublier que les stratégies du Groupe dépendent des chiffres que nous présentons. Ces derniers doivent être fiables et il n'y a pas de place à l'erreur. Il faut également garder de bonnes relations avec les auditeurs externes, les fournisseurs, etc.

Un conseil à donner à ceux qui veulent se lancer dans le domaine ? Une astuce à partager ?



Mansha : Il faut avoir de la patience et ne jamais baisser les bras facilement. Il y aura des hauts et des bas, mais la persévérance est de mise.

Pravish : Le secteur de la finance et de la comptabilité est indispensable dans le monde de l'entreprise. Il existera toujours. À ceux qui sont passionnés, foncez ! De plus, c'est un domaine sûr et riche en enseignement.

Tanuja : Vous devez être motivé et aimer ce que vous faites, quel que soit le secteur que vous choisissiez.

Shamlesh : Et si vous êtes passionné par les chiffres, allez-y ! Comme le dit Pravish, c'est un domaine en constante demande et qui évolue. Deux jours ne se ressemblent pas dans la finance. Vous ne risquez pas de vous ennuyer.

APTIS

up to it

Making the best from every opportunity !

Distribution | Commerce | Property | Associates

aptis.mu



La Minute HR

Rencontre avec notre Group HR Manager

Que pensent nos employés de leur travail ? Sont-ils heureux ? Chez APTIS, nous savons que nos employés sont au cœur de la réussite de l'organisation. Afin d'apporter les améliorations qui garantiront leur satisfaction, nous avons mené au sein du groupe un sondage d'engagement (engagement survey). Régine de Ravel, Group HR Manager, nous en dit plus.

Vous avez récemment entrepris un sondage d'engagement au sein du Groupe. Pourquoi un tel exercice ?

APTIS est un Groupe jeune et dynamique qui a connu une croissance importante en à peine 10 ans. Lorsque nous sommes passés d'une compagnie à un groupe, cela a entraîné des changements à différents niveaux. Il était donc important de faire le point sur la situation et de donner

une voix à tous les membres d'APTIS.

Que pensent nos employés de leur travail ? Sont-ils heureux ? Sont-ils satisfaits de la sécurité relative de leur emploi ? Apprécient-ils la culture de l'entreprise et sont-ils d'accord avec nos objectifs stratégiques ? Autant de questions qui nous ont permis de discerner les facteurs qui poussent les employés à faire de leur mieux et aussi ceux qui peuvent les décourager.

Ce sondage nous a non seulement permis de comprendre ce que nos employés pensent de l'organisation et de leur travail, mais aussi à discerner les points à améliorer. On a obtenu une feuille de route pour nous aider à atteindre des niveaux de performance élevés et à générer des résultats commerciaux en cohésions avec nos objectifs.

Quels ont été les éléments pris en compte lors de ce sondage d'engagement ?

Comme mentionné plus haut, l'objectif du sondage était de mesurer le niveau d'engagement des employés. Et pour qu'un employé soit pleinement 'engagé', il faut que les conditions qui stimulent son enthousiasme pour son travail et qui lui permettent de convertir cet enthousiasme en action productive vers le succès de l'entreprise soient réunies.

Pour mesurer le niveau d'engagement, le sondage prend en considération plusieurs éléments qui impactent sur la performance de l'entreprise :

- le leadership
- la structure
- les processus
- la collaboration
- la culture
- la rémunération

Quels actions et changements ont été entrepris à travers les différentes compagnies du Groupe APTIS ?

Dans un premier temps, les résultats ont été partagés avec les employés. Nous avons aussi fait des focus group avec certains d'entre eux pour mieux comprendre les obstacles et trouver ensemble des solutions adéquates. Il y a un plan d'action bien établi autant pour le Groupe que pour nos différentes compagnies et nous faisons un point chaque quadrimestre.

Nous nous sommes occupés d'améliorer les environnements de travail et des ressources notamment en rénovant les bureaux, les mess rooms, et en changeant les véhicules.

Le Groupe APTIS a revu sa politique de rémunération et des changements ont déjà été initiés, même en période de COVID-19.

De plus, on peut parler de la digitalisation des processus avec, entre autres, l'implémentation d'un nouveau HRMS – BambooHR, d'un système de Time & Attendance et des CRM.

Cependant, l'un des plus gros chantiers a été le 'job evaluation' que nous avons effectué à travers le Groupe avec l'aide de Korn Ferry Hay Group. Le Groupe APTIS a revu sa politique de rémunération et des changements ont déjà été initiés, même en période de COVID-19.

Quelle est la prochaine étape ?

Face aux projets très importants et excitants à mettre en place pour le futur, nous continuons d'implémenter nos actions plans au sein du Groupe. Nous comptons également faire le point régulièrement avec nos employés sur leurs niveaux d'engagements.

C'est encore plus facile maintenant à travers BambooHR, notre nouveau HRMS.





JUICE
HOLLINGER
JUST LOVING NATURE!



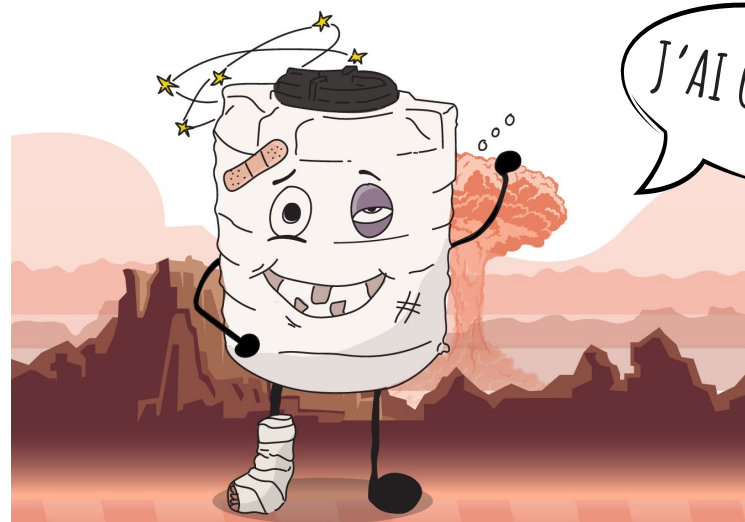
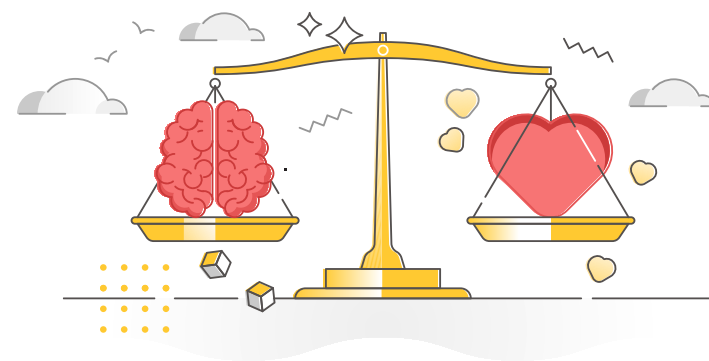
Distributed by **tns** consumer

Marketing Case Study:

La couleur comme élément de différenciation

Se différencier est le réflexe du professionnel du marketing évoluant sur un marché concurrentiel. Mais comment ? On considère généralement que la proposition de valeur d'un produit/service est un ensemble d'attributs pouvant être rationnels ou émotionnels.

Sur le marché mauricien du réservoir d'eau (water tank), les différents acteurs proposaient des produits finalement assez similaires. Ce produit de nécessité ne possède a priori aucune valeur émotionnelle, et ce sont donc les arguments rationnels qui prennent le dessus. Le cerveau avant le cœur.



Le risque ? La guerre des prix et/ou des attributs. Des tarifs toujours plus agressifs ou des garanties toujours plus longues. Les vainqueurs de ce combat, seront-ils vraiment gagnants ?

Si les arguments rationnels se comparent facilement, l'émotion quant à elle présente l'avantage de générer de la préférence sans pour autant être évaluée. En parlant de préférence, saviez-vous qu'à la question "quelle est votre couleur favorite ?" la majorité des occidentaux répondent "bleu" alors que les Chinois opteront pour le plus souvent pour le rouge ? Après tout, ne dit-on pas que les goûts et les couleurs ne se discutent pas ?

Les fascinants travaux de Michel Pastoreau, spécialiste mondial de la couleur, démontrent qu'il s'agit d'un sujet avant tout culturel. Or, Maurice est un pays multiculturel ! Nos préférences en termes de couleur pourraient donc varier selon nos origines. Et la préférence, c'est de l'émotion.

C'est en suivant ce raisonnement que Resiglas a lancé Polychrome, la gamme de water tanks qui propose un choix de 6 coloris. Et c'est un succès ! Les clients apprécient de pouvoir camoufler leur

water tank en fonction de leur environnement. Dans un jardin, le Khaki Shadow se mêle parfaitement à la végétation. En revanche, devant un mur en béton, on a tendance à choisir le Grey Granite.



Mieux encore, les couleurs proposées peuvent varier au fil du temps en fonction des feedbacks clients ! Ainsi, le "Mint Green" a récemment cédé sa place au "Olive Green" largement plébiscité par les internautes sur Facebook et Instagram.

Bien sûr, il s'agit d'une sacrée contrainte pour la production et la gestion des stocks. Mais le jeu en valait la chandelle, car il fournit un USP (Unique Selling Proposition) qui permet de se différencier de la concurrence et générer de la préférence.

De quoi voir la vie en rose ?



Sport et vie professionnelle à la croisée des chemins

Gestion de la pression, travail en équipe, sens de l'effort, goût du challenge... les sportifs possèdent de nombreuses qualités inhérentes à leur pratique sportive. Des aptitudes qui sont également indispensables à la vie en entreprise.

Sophie George, ancienne spécialiste du 400m haie et demi-fond, a récemment rejoint le Groupe APTIS comme Graphic Designer. Après avoir complété sa licence en Advertising & Visual Communication (specialisation Graphic media art) l'année dernière, cette passionnée de la piste et de design nous partage ses aptitudes développées au sport.

Culture de la performance

« En compétition, j'ai toujours donné le maximum de moi-même afin de ne pas avoir de regrets. Que ce soit sous la pluie battante ou le soleil brûlant, il était hors de question de baisser les bras.

À force de persévérance, les challenges ne vous font plus peur et réveillent au contraire votre esprit de compétition. Au travail, la compétitrice en moi considère chaque nouveau projet comme un défi où il faut donner le meilleur de soi. »

Discipline de vie

Être performante que ce soit dans le sport ou au travail requiert une hygiène de vie.
« Pour trouver du temps entre l'école,

les leçons, les entraînements et les compétitions, il était important d'être bien organisée. Sans time management, cela aurait été impossible surtout qu'il faut dormir suffisamment pour la récupération. Suivre une alimentation saine demandait également de la régularité afin de rester concentrée sur mes objectifs. »

L'endurance et la motivation

Et que dire de l'endurance surtout lors des épreuves de demi-fond.

« Sur la piste, vous devez vous motiver et vous encourager tout au long de la course ce qui vous aide à développer un mental de gagnant. Et lorsque vous êtes à bout de forces, c'est le moment de trouver les ressources restantes au fond de soi pour

tenir dans la durée et atteindre la ligne d'arrivée. Des atouts tout aussi indispensables pour progresser dans ma carrière professionnelle. »

Expérience professionnelle précoce

« Évoluer au niveau national, c'est aussi acquérir une pratique professionnelle. Confronté à la hiérarchie entraîneur, fédération, club, etc. vous apprenez à respecter les règles et à prendre vos responsabilités.

De plus, vous avez des objectifs à atteindre. La vie de sportif à cet âge vous prépare indéniablement au monde du travail.

En outre, l'expérience de vie en communauté avec les coéquipiers d'entraînement ne peut que vous aider dans vos relations avec vos collègues. S'intégrer devient plus facile.

Je me souviens également des marathons relais. Les performances individuelles et le travail d'équipe sont intrinsèquement liés dans cette discipline. Chacun doit donner le meilleur de lui-même afin d'emmener l'équipe au sommet du podium. Des aptitudes que je continue à mettre en pratique au sein de l'équipe marketing du Groupe APTIS. »

La détermination

« Tomber fait partie du sport, surtout lors des épreuves de relais, mais il faut savoir se relever. Comment atteindre vos objectifs si vous laissez tomber au moindre obstacle?

Vous développez ainsi du courage et à l'entraînement vous travaillez encore plus dur pour vous perfectionner et améliorer la technique. Au travail, lorsqu'une de mes idées ne fait pas forcément l'unanimité, je ne baisse pas les bras. Pour progresser, il faut accepter la critique et se remettre au travail. »



Être performant que ce soit dans le sport ou au travail requiert une hygiène de vie.



APTIS

up to it

Aptis House, INOVA Riche Terre
Business Park. Riche Terre, Mauritius

+230 249 24 09 | info@aptis.mu

Our Companies

tobacco
tns

 **Racso**
Fuel and fleet management

EST. 1958
RESIGLAS
LA QUALITÉ DE VIE

ZAKADI
BAR & RESTAURANT

consumer
tns