

UP TO IT

MAGAZINE

Édition 8 | Jul 2025



APTIS
up to it

EDITO

Chers collaborateurs,

Lorsque j'ai pris les commandes du Groupe il y a un peu plus d'un an, je savais que nous avions un potentiel immense. Aujourd'hui, je suis fier de voir que cette progression se concrétise jour après jour.

Nous avons hérité d'un socle solide, guidé par la sagesse de notre Président-fondateur que vous découvrirez dans l'article suivant à travers le concept de *Tioco's Wisdom*. Ces idées fondatrices ont été traduites en huit comportements* clés, de véritables repères pensés pour renforcer nos valeurs, orienter nos actions et inspirer la façon dont nous interagissons avec l'ensemble de nos parties prenantes, internes comme externes.

Grâce aux bases posées par Jean-Pierre Mamet, le Groupe APTIS poursuit son développement avec cohérence. Les récentes acquisitions en témoignent, et nous avons l'ambition d'accueillir de nouvelles entités afin de consolider notre présence dans nos secteurs clés. Il est essentiel de recevoir chaque nouvelle entreprise comme un membre à part entière de notre grande famille, avec sa propre identité, mais en résonance avec l'ADN du Groupe. C'est cette alchimie entre singularité et appartenance qui donne tout son sens à notre aventure collective.

Pour incarner pleinement notre culture d'entreprise, nous avons lancé un cadre commun qui traduit nos valeurs en actions concrètes au quotidien : **l'UP Initiative.**

*behaviors

Et, à l'image de la *Success Bell* en couverture de ce numéro, j'ai voulu instaurer un geste symbolique pour célébrer chaque réussite – grande ou petite, individuelle ou collective, personnelle ou professionnelle – et nourrir ensemble cette culture du succès.

Merci à chacune et chacun d'entre vous pour votre implication, votre énergie, et toutes ces « passes décisives » qui font notre réussite collective. Car notre force repose sur un état d'esprit commun – celui de "*encouraging a growth mindset*", l'un des huit comportements* qui nous guident au quotidien.

Bonne lecture à tous !

Oscar Mamet



06

Tioco's wisdom

Tioco, à l'origine de nos valeurs

9 Simple keys to success

22

Santé

L'infertilité et le cancer: Appel pressant du Dr Goswamy

Embriology, from advanced science to real-life results

28

Expertise terrain

Rasco, un acteur clé dans la gestion intelligente du carburant

34

Technologie

L'IA au coeur de la transformation des entreprises

08

Dossier Culture

Culture d'entreprise : et s'il s'agissait de faire famille* ?

Up to It Attitude : comment le vivent-ils ?

26

Diversité des métiers

Travailler dans un groupe multisectoriel: des défis et des opportunités

30

Meet the team

Creating a culture of insight at APTIS Group

36

Regards croisés

Dans les coulisses du Procurement

12

What's New

BARNES Maurice rejoint le portefeuille d'activités du Groupe

Un goût d'Italie au cœur de Moka

Montego pet nutrition celebrates 25th anniversary

Navitas, une nouvelle dynamique sous la direction de Julien Rey

Une nouvelle ère pour la production Resiglas

32

Kas enn poz ar...

Rajen Muthusawmy, Store Supervisor chez TNS Tobacco

38

Portrait de leaders

Nouvelle direction marketing chez APTIS

Nos sincères remerciements à l'équipe éditoriale et créative :
Camille Grenouille, Anne-Lise Serret et l'équipe Marketing d'APTIS pour leur précieuse contribution à ce numéro.
#UpToIt

Sommaire

Together we rise, always up to it!



aptis.mu

APTIS
up to it

Tioco, à l'origine de nos valeurs

J'ai toujours cru qu'il fallait savoir saisir chaque opportunité qui se présente à nous, et surtout se donner les moyens de réussir. C'est dans cet état d'esprit qu'APTIS est né, et c'est encore ainsi qu'il poursuit sa croissance aujourd'hui.

Mais au-delà de l'audace et de l'engagement, j'ai toujours observé des préceptes, de véritables repères que j'ai érigés en « valeurs fortes ». Ancrés dans ma manière de penser, de décider, de m'exprimer, ils ont façonné mon parcours.

Ceux qui m'ont accompagné au fil des années les ont parfois adoptés naturellement, parce que je tenais, consciemment ou non, à les partager.

Ces principes humains - respect, écoute, solidarité et exigence - sont devenus le socle de notre culture d'entreprise.

En regardant le chemin parcouru, je me rends compte à quel point la famille APTIS incarne aujourd'hui cette philosophie. Elle en a fait un levier d'action, un cadre de décision, et une source de cohésion.

Ce sont ces fondements vivants et partagés, qui nous relient tous au sein du Groupe. Le relais est désormais entre les mains de notre CEO et dans les vôtres!

Et la course continue - avec toujours la même énergie, les mêmes convictions, et cette volonté collective de grandir ensemble.

Let's be #Uptoit!

Pour la petite histoire ... d'où vient l'expression "faire et refaire, c'est toujours travailler" ?

Vous avez peut-être déjà entendu cette expression de notre Président-fondateur. Mais saviez-vous qu'elle a une signification particulière pour lui ?

Avant de rejoindre notre Groupe, Tioco a passé plus de 25 ans chez British American Tobacco, où il a occupé plusieurs postes. Quand il était Factory Manager, il a été chargé de mettre en place le traitement du tabac – un travail de précision et de méthode.

Étant donné qu'il travaillait dans une multinationale, il a vu défiler plusieurs directeurs de production, chacun en poste pour environ trois ans.

Avec chaque nouveau directeur venait une nouvelle façon de faire. Parfois, cela signifiait reprendre certaines méthodes depuis le début, revoir les process ou même abandonner ce qui avait été mis en place. Cela aurait pu être frustrant. Mais Tioco a choisi une autre voie.

Au lieu de se plaindre, il a décidé d'innover. Il a imaginé un système capable de s'ajuster aux changements de procédé. Une façon pour lui de garantir la continuité malgré les transformations.

Pour lui, cette phrase dite par l'un des directeurs de production, symbolise un état d'esprit: peu importe le nombre de fois où il faut recommencer, l'essentiel est de le faire avec passion, détermination et engagement. Cela illustre parfaitement l'une de nos "behaviors" : "Be the solver, not the blamer".

Grâce à cette attitude c'est tout le système de production qui a pu évoluer et devenir adaptable.

9 SIMPLE KEYS TO SUCCESS

As the Group grows under Oscar's leadership, values are being strengthened. Behaviours are being presented to create a safe, joyful and motivating working environment. Where do they come from, though?

Tioco's wisdom! Forever a family company at heart, APTIS shares the wisdom of its founding father: lessons learnt over the rich decades of his personal and professional life to help everyone thrive. Because every family member's life and success matters equally.

Ready to discover Tioco's 9 keys to success?

1 People first

Business isn't everything: Remember, employees have lives outside of work, and that part of their life deserves Respect and Understanding. So next time you're tempted to say, "It's just business," remember: empathy and compassion can make all the difference.

2 Respect

We spend most of our time at work, so a friendly and respectful workplace makes all the difference. Everyone's contribution matters; we're all in the same boat. Ever wondered why teamwork and togetherness matter so much in the APTIS family? Now you know. And remember the words of this african saying "Seul, on va plus vite, mais ensemble, on va plus loin" (You may travel quicker alone, but you'll get further together).

3 Stay humble

Success shouldn't go to your head, no matter how high you climb. Let's not forget staying down to earth is key for teamwork to make the dream work!

4 Perseverance over brilliance

You don't need to be a genius! With a basic understanding and determination, you will succeed. Keep knocking on the door until it opens.

The Group is keen on providing its members with many opportunities to grow and learn, so don't be afraid to venture out of your comfort zone, knowing that you are supported!

5 Don't assume, you make an ASS | U | ME

Careful when jumping to conclusions too quickly. Ask for clarifications as misunderstandings often lead to conflict.

Remember, calm and clear communication can solve any problem or riddle.

6 " Faire et refaire, c'est toujours Travailler "

Failure doesn't mean the end- what matters is not giving up. Keep trying and refining; every attempt is valuable. Don't hesitate to ask your colleagues for help either. Remember; you share more challenges than you realise.

7 Necessary Endings

When something becomes more harmful than beneficial - be it a project, a business, or a relationship - you need to decide how to let it go. Like a melting iceberg, you must choose: stay or move on?

It certainly takes courage, but keep in mind that your energy is precious, and best directed towards achievable goals.

8 Embrace Opportunity

Growth comes from embracing new challenges and adventures. When opportunity knocks, be ready to rise to the occasion, to be *Up to It!*

Just take it one challenge at a time, bearing in mind that all these keys are complimentary, and work best when combined where needed!

9 " C'est mieux de réussir sa vie que de réussir dans la vie "

Live in the present, do your best and follow your happiness; the rest will always fall into place.

Not just evergreen; this advice is truly universal, so don't hesitate to discuss what these keys mean to you, and how they can change your perspective.

Culture d'entreprise : et s'il s'agissait de faire famille* ?

Et si, au fond, la culture d'entreprise n'était rien d'autre que l'art de faire famille* (ou presque) ? Comme dans toute famille, une entreprise réunit des personnes différentes autour de valeurs communes, d'objectifs partagés et de règles implicites ou explicites. Chacun y a un rôle à jouer, une place à prendre, une voix à faire entendre. Chez APTIS, cette idée ne relève pas de la métaphore : elle est ancrée dans son ADN, forgée par une véritable histoire familiale.

Un héritage vivant

Depuis plus de 15 ans, des hommes et des femmes ont contribué à faire grandir le Groupe APTIS. Sous l'impulsion de Jean-Pierre Mamet (Tioco), une attitude de proximité s'est installée naturellement dans les relations professionnelles. Aujourd'hui, cette dynamique continue avec Oscar Mamet, CEO du Groupe, en alliant héritage et projection vers l'avenir. À travers les générations, une culture d'entreprise s'est transmise, comme on transmettrait une philosophie de vie, des croyances, des principes.

Une ambition collective, non sans défis

Chez APTIS, chaque collaborateur et chaque action est une pièce du puzzle. C'est en trouvant comment assembler ces pièces que l'on construit un tout harmonieux. C'est là tout le défi – et la beauté – de "faire famille" : reconnaître les différences, les valoriser, et avancer ensemble dans un esprit de confiance, de respect et de solidarité.

Mais "faire famille" en entreprise n'est pas toujours simple. Chacun vient avec sa personnalité, son parcours, ses attentes. Comme dans toute communauté, les désaccords, les incompréhensions et les moments de tension existent. Il ne s'agit pas d'idéaliser le collectif, mais de cultiver, chaque jour, un art de vivre ensemble. Cela demande de la clarté dans les règles, de la constance dans les comportements, et une volonté sincère d'écouter et de dialoguer. C'est un équilibre à trouver entre bienveillance et exigence, entre liberté et responsabilité. Le défi est là : faire en sorte que chacun se sente à sa place tout en contribuant à un projet commun, ici l'épanouissement de l'entreprise et de ses membres.

Le « Up to It Attitude » : une culture en action

Les trois valeurs d'APTIS – **Attitude, People, Trust** – ne sont pas de simples mots affichés sur les murs. Elles prennent vie au quotidien à travers une démarche sincère : celle du « Up to It Attitude », un ensemble de huit comportements, illustrés avec l'aide d'un puzzle, qui forment la colonne vertébrale de la culture de l'entreprise.

Véritable boussole interne inspirée du "Tioco's wisdom" (voir Keys to success - page 6), et déployée par les ressources humaines depuis le début de l'année 2025, ce cadre permet à chacun de s'orienter et de contribuer à la réussite collective.

De "Truth builds Trust" à "Achieving Excellence, Celebrating Success", chaque comportement est à la fois une promesse et une pratique. Elles invitent à mener, ensemble, les bonnes décisions, à célébrer les réussites, à oser l'inconfort pour grandir, à préférer la solution à la plainte.

Plus qu'un lieu de travail, APTIS est une entreprise à taille humaine, où la culture de la blague côtoie celle du succès (on le voit bien lors du tournoi intra-groupe annuel de domino !). Car "faire famille", c'est aussi cela : parler une langue commune, créer du lien, faire grandir chaque membre et avancer ensemble.

Enfin, la vraie force du Groupe n'est-elle pas cette capacité à allier performance et humanité, ambition et solidarité, ou comme on le dit si bien à Maurice : "marye pike"*** ?

* "Faire famille" est une expression française employée principalement en sociologie et psychologie pour désigner l'acte de construire des liens relationnels. Contrairement aux termes "fonder une famille", l'action de faire famille s'étend au-delà du cadre biologique et démontre un engagement à tisser et maintenir des liens.

*** "Marye pike" est une expression populaire en créole mauricien qui pourrait se traduire par "se serrer les coudes".

“La vraie culture d'entreprise est celle qui se vit et se ressent.”

Régine de Ravel, Group Human Resources Manager



1. Les mots “culture d'entreprise” se noient parfois dans les discours des entreprises. Mais au final, de quoi s'agit-il vraiment ?

La culture d'entreprise, c'est une manière de vivre – ce qu'on fait et ce qu'on ne fait pas – et les points communs qui permettent au bon fonctionnement de l'entreprise. Chez nous, ça commence par ce qu'on appelle "l'attitude". C'est un mindset qui définit comment on aborde les choses et les challenges. C'est ce qui nous donne aussi notre identité APTIS... notre identité *Up to It*.

Nous avons mis des mots là-dessus, comme avec le puzzle du *Up To It Attitude*, pour représenter et expliquer - mais ce n'est qu'une vitrine. La vraie culture d'entreprise est celle qui se vit et se ressent. Il y a des gens qui viennent chez nous et, en arrivant dans l'open space, disent : "Ah ouais, c'est sympa ici !", alors qu'ils n'ont encore rien vu ou fait.

2. Comment veillez-vous à ce que la culture d'entreprise APTIS reste vivante et alignée au sein de toutes les entreprises du groupe ?

La culture est formée par l'histoire. APTIS a démarré avec une entreprise. Puis d'autres sont venues, créant des frottements entre elles. C'est ainsi que cette culture de départ s'est diffusée à travers le groupe. Les gens ont besoin de comprendre d'où l'on vient, qui nous sommes et pourquoi on est comme on est. C'est un peu comme une rencontre amoureuse [rires].

Quand tu rencontres quelqu'un, pour le comprendre, tu as besoin de savoir d'où il vient, quelle est son histoire, ses forces, ses faiblesses, et pourquoi il fonctionne ainsi. En entreprise, on vient poser des mots sur cette histoire et cette culture. Cette transmission de l'information est la première étape.

Ensuite, il faut la vivre. Il existe une culture APTIS, mais nous sommes conscients que chaque membre et chaque entreprise a ses spécificités, parce qu'elles ont aussi leurs propres histoires. C'est là que je reprends la métaphore du mariage et de la famille. Il y a une grande famille, et puis chez chaque tonton ou tante, il y a des spécificités.



**LA CULTURE D'APTIS EST
CETTE GRANDE FAMILLE,
CETTE COLLE QUI NOUS
LIE TOUS.**

Son succès dépend de la capacité de tous ses membres à la comprendre, à y adhérer, et à la vivre au quotidien pour en devenir des ambassadeurs. Avec le puzzle *Up To It Attitude* que j'ai dans mon bureau, j'ai comme un miroir en face de moi. C'est un outil qui me permet de me demander : "Ai-je eu la bonne attitude ? Aurais-je pu mieux faire ?" C'est un rappel quotidien, un outil pratique d'auto-évaluation.

3. Quel est le rôle de chacun, employeur comme employé, dans cette dynamique collective du “Up to It Attitude” ?

Ça commence avec la communication, et ensuite avec la continuité. Cette année, on organise des workshops pour raconter l'histoire à nos équipes ; chose que nous n'avons pas eu l'occasion de faire à cette échelle auparavant. Mais tout débute dès le recrutement, où il faut repérer des profils qui matchent avec notre culture. Ensuite, on raconte l'histoire d'APTIS aux nouvelles recrues dès le onboarding, pour qu'elles la comprennent et s'en imprègnent. Par la suite, on fait le point lors du *People Performance Management*. Ça, c'est ce que nous, les ressources humaines, mettons en place.

Mais pour que ça fonctionne, nos équipes doivent aussi faire leur part. Quand un employé s'engage dans une entreprise, il sait que celle-ci a une culture. Il ne la connaît peut-être pas bien au début, mais il va vraiment la découvrir en la vivant. Dans un contrat de travail, le collaborateur s'engage non seulement à effectuer les tâches pour lesquelles il a été recruté, mais aussi à adhérer à la culture de l'entreprise. Parfois, il peut arriver qu'il ne s'y retrouve pas. Dans ce cas, c'est aussi sa responsabilité de décider s'il souhaite continuer l'aventure ou non.

It's a two-way traffic. L'employeur est là pour communiquer, expliquer, soutenir. L'employé, lui, est là pour s'engager, s'adapter du mieux qu'il peut, et faire remonter le feedback.

Up to It Attitude : comment le vivent-ils ?



Patrice Desvaux de Marigny
Trade Marketing Lead, TNS Tobacco

« Oser l'inconfort pour mieux grandir en équipe. »

Depuis ma participation à la formation *Up to Lead*, j'insuffle une nouvelle dynamique au sein de mon équipe, en intégrant des leviers concrets de transformation managériale. L'un des principes qui m'a particulièrement marqué est "*Dare to be uncomfortable*". Cela nous pousse à relever les défis avec un esprit de collaboration, une posture de "challenger" et une vraie conscience de ses capacités. J'ai également repensé ma manière d'accompagner mon équipe : en cultivant un esprit positif, orienté vers les solutions. La communication est devenue plus fluide et transparente. Je pratique désormais l'écoute active et fait preuve de plus d'empathie pour mieux comprendre les difficultés et y répondre de façon constructive. Nous avons adopté une règle simple mais puissante : "*Be the solver, not the blamer*". Cette approche crée un environnement sain, où la confiance, le professionnalisme et l'envie de progresser collectivement sont au cœur de notre quotidien. C'est dans cette synergie que nous construisons, jour après jour, notre quête de l'excellence.



Nella Rosette
Sales Administration Supervisor, Resiglas

« Le *Up to It Attitude* reflète mon dévouement au sein de mon équipe, ainsi que ma volonté constante de m'améliorer. »

La formation *Up to Lead* s'est avérée être un exercice de remise en question. Deux des 8 *behaviours* que j'essaie d'intégrer le plus dans mon travail sont : "*Do the Right Thing*" et "*Lead with Respect*". Étant dans le back office, il est important de s'engager dans une culture d'excellence pour satisfaire nos clients. Par ailleurs, "*Lead with Respect*" est primordial, surtout lorsque nous passons presque tout notre temps avec nos collègues. Il est essentiel d'établir une communication fluide entre nous. Le *Up to It Attitude* reflète donc mon dévouement au sein de mon équipe, ainsi que ma volonté constante de m'améliorer. Cela m'a aussi permis d'accompagner mon équipe pour accroître leur productivité et leur efficacité. Je m'efforce d'inspirer les autres par mes actions, cela renforce ma conviction qu'avec un bon état d'esprit, nous pouvons relever tous les défis.



Shamlesh Annah
Financial Accountant (2018-2022),
Aptis Services Company Limited

« "*Up to It*" m'inspire et me guide encore dans mes choix. »

La touche humaine est dans l'ADN d'APTIS. En tant qu'ancien employé, je continue de l'incarner auprès des personnes avec qui je travaille aujourd'hui. Les valeurs *Attitude*, *People* et *Trust* sont à la base de toute relation. Vous pouvez avoir les meilleures qualifications, mais si vous ne faites pas preuve d'intégrité au travail comme à la maison, à quoi bon ? J'ai entretenu une relation amicale avec mes collègues et le senior management, fondée sur la confiance mutuelle. C'est, selon moi, ce qui crée un environnement de travail formidable, où chacun vient avec sa personnalité et son bagage. Parmi les anecdotes qui m'ont marqué, je me souviens du voyage en Afrique du Sud avec tous les employés pour célébrer les 10 ans de TNS Tobacco, ou encore de ce moment où Jean-Pierre, CEO à l'époque, nous a invité dans sa cave à vin, chez lui ! Cette proximité et cette considération pour tous les employés sont sincères, simples et rares. Aujourd'hui, je me suis lancé à mon compte, et c'est cette attitude "*Up to It*", qui m'inspire et me guide encore et toujours dans mes choix.





WHAT'S NEW

« Le potentiel de croissance de BARNES Maurice est considérable. En dix ans, l'entreprise, qui a débuté dans le sud-est de l'île, à Pointe d'Esny, s'est rapidement développée pour compter aujourd'hui six agences à travers le pays. Elle peut désormais s'appuyer sur le soutien et l'expertise du Groupe APTIS pour poursuivre sa croissance et atteindre son ambition : devenir le leader de l'immobilier de luxe, en vente comme en location, à l'île Maurice », déclare Outi de Falbaire.

« En dix ans, BARNES Maurice est devenue une référence du marché immobilier haut de gamme. Cette belle réussite constitue aujourd'hui un socle solide sur lequel bâtir un nouveau chapitre. Je suis enthousiaste à l'idée de mener cette nouvelle phase, à un moment aussi stratégique, avec la confiance d'une équipe passionnée et le soutien d'un groupe ambitieux.

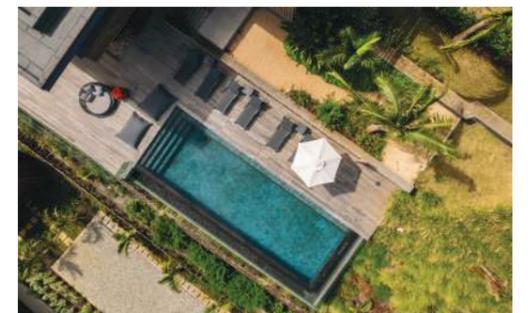


Notre objectif : repousser les standards en matière d'expérience client, de performance et de culture d'entreprise – à Maurice, et au-delà », confie François Colin.

Un duo complémentaire, soutenu par l'écosystème du Groupe APTIS, pour porter l'ambition de devenir le leader de l'immobilier de luxe à Maurice. Un cap clair, une équipe passionnée, et désormais, des moyens renforcés pour aller encore plus haut.

Cette nouvelle étape est également significative pour BARNES International, fondée il y a 30 ans et aujourd'hui leader mondial de l'immobilier de luxe. Présente dans plus de 20 pays, l'enseigne regroupe plus de 150 agences et 1 500 collaborateurs à travers le monde. Avec le soutien du Groupe APTIS, l'expansion de BARNES Maurice sur les marchés locaux et régionaux vient conforter la position dominante de la marque dans l'océan Indien.

BARNES Maurice, bienvenue à bord!



Nouvelle acquisition

BARNES Maurice rejoint le portefeuille d'activités du Groupe.

Derrière chaque grande étape, une ambition. Celle de repousser les standards. Acteur incontournable de l'immobilier haut de gamme à l'île Maurice depuis 2015, BARNES Maurice a rejoint officiellement le Groupe depuis mai 2025. En se faisant, BARNES Maurice amorce un nouveau chapitre – ambitieux, engagé, tourné vers l'avenir.

L'agence est guidée par une vision forte portée par sa fondatrice, Outi de Falbaire. En moins de dix ans, elle est passée d'un bureau à Pointe d'Esny à un réseau de six adresses stratégiques réparties aux quatre coins de l'île. Résultat ? Une référence sur le marché, avec une équipe de 35 personnes et un chiffre d'affaires de Rs 78 millions en 2024.

Cette ascension remarquable prend aujourd'hui un nouvel élan. Aux commandes, François Colin, nommé General Manager, compte capitaliser sur cette dynamique pour renforcer la présence de BARNES Maurice sur le territoire, tout en explorant de nouveaux horizons régionaux.

Fort d'une solide expertise en marketing et d'une vision tournée vers la performance et l'expérience client, il entend faire rayonner la marque plus loin encore. À ses côtés, Outi de Falbaire reste dans l'équipe en tant que Head of Sales, assurant ainsi une transition fluide de ses 20 années d'expérience dans l'immobilier mauricien vers la nouvelle direction.



Zoom sur François Colin

Un parcours évolutif au sein du Groupe APTIS

La nomination de François Colin à la tête de BARNES Maurice illustre l'une des forces du Groupe APTIS : la valorisation des talents internes et l'accompagnement dans leur évolution.

Avant de prendre les rênes de BARNES Maurice en tant que General Manager, François a suivi un parcours riche au sein du groupe. Il a débuté comme Marketing Manager chez Resiglas, où il a accompagné la transformation de la marque pendant 1 an et demi. Il a ensuite rejoint le siège d'APTIS en tant que Group Marketing Manager, un poste stratégique qu'il a occupé pendant quatre ans, contribuant à structurer la stratégie marketing du Groupe dans son ensemble.



L'Artigiano s'y installe à Moka avec sa première franchise

Un nouveau chapitre s'ouvre pour L'Artigiano. Le 28 janvier 2025, l'entreprise italienne a inauguré sa toute première franchise au cœur de Telfair, Moka. Plus qu'un simple point de vente, cette ouverture symbolise une vision partagée : celle d'un commerce de proximité, ancré dans la passion du goût, et soutenu par un partenariat engagé avec Tutto Bene Ltd.

UNE AVENTURE HUMAINE AVANT TOUT

Cette première franchise est née d'une belle rencontre avec Tutto Bene Ltd, une équipe de passionnés, animés par un amour sincère pour la culture italienne et le goût du partage. Un partenariat évident, forgé sur des valeurs communes.

« Pour nous, l'Italie ne se résume pas à sa cuisine - c'est une manière d'être, de recevoir, de savourer l'instant. À travers cette boutique, nous voulons recréer cette atmosphère, et faire découvrir la richesse des régions italiennes », souligne Julien Rey, porte-parole de Tutto Bene Ltd.



Formés en amont par l'équipe de L'Artigiano, les membres de la franchise ont bénéficié d'un accompagnement complet pour maîtriser l'offre, garantir un service attentif, et transmettre cette passion qui fait l'âme de la marque.

Présente à Maurice depuis 2009, L'Artigiano est bien plus qu'une boutique : c'est une référence pour les amateurs de produits italiens d'exception. Après le succès de sa première adresse au Mont Choisy Mall, la marque fait le pari de la franchise pour aller à la rencontre de nouveaux clients et leur offrir un accès direct à une sélection soignée de fromages, charcuteries, pâtes fraîches, truffes, huiles et douceurs régionales.

« Cette ouverture répond à une demande croissante pour des produits de qualité, que nous avons particulièrement ressentie ces dernières années. Avec ce nouveau point de vente, nous souhaitons offrir à nos clients du centre de l'île la même expérience, le même niveau d'exigence, et le même lien de confiance », partage Daniela Quaranta, Managing Director de L'Artigiano.

UNE ÉTAPE CLÉ DANS LA DYNAMIQUE DU GROUPE APTIS

Lors de à l'inauguration, Oscar Mamet, CEO du Groupe APTIS, a salué cette ouverture comme un signal fort d'ambition et de confiance dans l'avenir. Actionnaire de L'Artigiano depuis 2022, APTIS soutient ce projet de développement en valorisant ce qui fait sa force : une marque authentique, un esprit entrepreneurial, et une exigence constante de qualité.

La soirée d'ouverture a réuni clients, partenaires et invités privilégiés autour d'une dégustation mettant à l'honneur les producteurs emblématiques de la maison, comme Zanetti, Garofalo, Molino Pasini ou Greci Prontofresco.

L'Artigiano fait rayonner l'Italie à Maurice depuis 16 ans - et pour bien des années encore.. Avec l'ouverture de sa première franchise à Telfair, la marque franchit une nouvelle étape de son développement. Une aventure humaine, portée par la passion du goût. Une adresse qui promet un voyage sensoriel à travers l'Italie.

Et ce n'est qu'un début : de nouvelles ouvertures sont déjà prévues. À suivre, donc...



L'art de la simplicité & du goût raffiné



Winning happy wags:

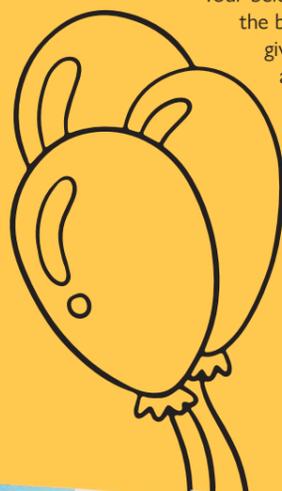
Montego pet nutrition celebrates 25th anniversary

The newest brand distributed by TNS consumer celebrates a quarter of a century of excellence for pet well-being.

Perfect for satisfying picky palates, the South African pet nutrition brand offers quality treats, dry and wet food for both cats and dogs. Inspired by trusted vets and nutritionists, as well as feedback from precious pets and their owners, Montego develops fun and flavour-filled products to please exigent pups and kits with science-backed recipes.

All about trust

Your beloved companion deserves the best... And a healthy diet gives them a head start for a healthy, fun-filled life. Montego's "Better Every Day" ethos reflects just that: an approach to nutrition that prioritizes well-being and quality of life, with products meeting every life stage and taste preference.



5 iconic names to remember

Classic, premium wet and dry food for cats and dogs

The very first Montego pet nutrition product is here to stay. Crafted for your cat's or dog's specific nutritional needs, formulations and production processes are perfected over time for optimum health and well-being.

Monty & Me, value & nutrition for money!

The savvy alternative to grocery store brands packs a nutritional punch, with optimum protein and fat levels.

Karoo, only the best for special diets

These scientifically formulated, limited-ingredient recipes include nutrient-rich proteins, vitamins, minerals and high levels of antioxidants, with life-stage-specific ingredients, for an optimally balanced diet.

Packs'o'purrs, the kitty treat you just can't beat

Using only the finest ingredients, these jackpot treats pack a flavourful punch, whether as a reward or in-between meals.

Bags'o'wags, iconic chewies, squishies and crunchies for both adults and puppies

These tempting rewards for good behaviour are the perfect incentive while training your pup, or teaching your old dog new tricks.



Montego
—Pet Nutrition—

The love of our furry friends



Navitas

Une nouvelle dynamique sous la direction de Julien Rey



Depuis le 1^{er} mars, Julien Rey a officiellement pris les commandes de Navitas la société spécialisée dans les services financiers et généraux (Corporate Services) et détentrice d'une licence de la Financial Services Commission (FSC).

Expert-comptable de formation, Julien Rey a accompagné la croissance de Navitas depuis ses débuts en 2009. En tant qu'ancien COO, il connaît parfaitement les rouages de l'entreprise et les enjeux du secteur.

« Navitas est aujourd'hui un one-stop-shop de services financiers. Avec une croissance organique solide, notre ambition est claire : doubler notre chiffre d'affaires dans les six prochaines années et nous imposer comme un acteur de référence dans l'offshore », affirme le nouveau CEO.

Soutenu par le Groupe, Navitas s'apprête à renforcer son positionnement sur les marchés internationaux tout en restant fidèle à ses clients historiques. Julien Rey insiste : « Les entreprises domestiques ont largement contribué à notre succès. Nous continuerons à les accompagner avec la même rigueur et le même professionnalisme. »

Au niveau de la Direction d'APTIS, cette nomination s'inscrit dans une stratégie de diversification. « Navitas est une entreprise sérieuse. Nous avons pleinement confiance en son personnel et nous l'accompagnerons dans sa croissance, tant sur le marché local qu'international », affirme Oscar Mamet, CEO.

Une ambition affirmée, portée par un leadership engagé : Julien Rey incarne une nouvelle étape pour Navitas, entre continuité et expansion.

Portrait chinois le countdown

Qui est Julien Rey en 5 fun facts ?

Un homme à l'humour fin. Je suis aussi terre-à-terre, et proche des personnes qui m'entourent : collègues, amis, famille ; maintenir un bon relationnel est très important. Cet amour de l'humain me rend toujours prêt à aider mon prochain. J'ai surtout la chance d'être un époux et un père comblé de 3 enfants qui fait de sa famille une priorité. Bref, je suis quelqu'un de simple qui aime les petits plaisirs de la vie et le bon vin.

Quelles sont les 4 étapes phares de votre parcours professionnel ?

1. Choisir la filière comptable après l'école, car déjà, étudiant, les chiffres me parlaient.
2. Faire mes armes au groupe De Chazal Du Mée. J'ai eu la chance d'y rencontrer des mentors qui ont fait de moi l'homme que je suis aujourd'hui.
3. Rencontrer Julien Hoareau il y a 13 ans pour intégrer Navitas à ses débuts.
4. Intégrer le Groupe APTIS, et voir naître l'opportunité de grandir avec ce groupe dynamique.

Citez 3 qualités humaines qui vous aideront dans votre nouvelle mission.

Sans hésiter l'écoute, l'empathie et l'intégrité.

Quels sont les 2 grands défis qui vous attendent ?

D'abord, faire de Navitas l'un des leaders des services financiers d'ici 5 ans. Nous y travaillons déjà avec de potentielles acquisitions pour grandir. Dans cette optique, notre second grand défi est d'attirer les meilleurs talents.

1 mot de la fin ?

Je souhaite reprendre la devise de notre président-fondateur : « L'important ce n'est pas de réussir dans la vie mais de réussir sa vie ». C'est une vision que je partage et que je vis depuis longtemps, car avoir perdu mes parents à un jeune âge a vite remis mes priorités en perspective.



NAVITAS

Turn your dream life in Mauritius into reality.

At immigration.mu, we simplify your permit application process and take the stress out of moving. We make your dreams a reality!

Immigration.mu



Navitas House, Robinson Road, Floréal, Mauritius
support@immigration.mu | +230 670 7277

Une nouvelle ère pour la production Resiglas

Le mois dernier, Resiglas a franchi une étape clé de son développement avec l'inauguration d'un tout nouveau bâtiment de production. Dédié à la fabrication de produits en fibre de verre; tels que les bateaux, les piscines et les réservoirs, ce site moderne marque un tournant majeur dans la capacité de production et la dynamique d'innovation de l'entreprise.

Doté de technologies de pointe et de systèmes de manutention avancés, ce nouvel site offre plus d'autonomie, une meilleure fluidité des opérations, et une organisation interne entièrement repensée. Résultat : plus de rigueur, des délais mieux maîtrisés, une qualité constante, et un confort de travail renforcé pour les équipes.

« Ce bâtiment est un véritable saut en avant pour Resiglas. Ce qui m'a le plus marqué en le voyant terminé, c'est son immensité. C'est un site moderne, conçu avec intelligence, qui nous offre aujourd'hui beaucoup plus de facilité au quotidien », confie Sylvain Pougnet, Operations Manager.

Plus qu'une infrastructure : un nouveau rythme de production

Là où certaines tâches exigeaient auparavant des manipulations manuelles, les nouveaux systèmes de levage facilitent désormais la manutention et accélèrent les différentes étapes de production. Ce gain en efficacité se reflète directement sur la motivation et l'engagement des équipes. Ces améliorations contribuent à créer un environnement propice à la collaboration, à l'initiative, et à l'excellence opérationnelle.

« Les efforts physiques sont nettement réduits, et l'exécution des tâches est bien plus rapide. Cela a un impact direct sur la motivation : les équipes sont fières de travailler dans un espace

moderne, valorisant, et on sent qu'il y a une nouvelle dynamique qui s'installe. », explique Sylvain.

Mais au-delà des aspects techniques, ce bâtiment incarne pour Resiglas une vision plus large : celle d'un renouveau ambitieux, d'une capacité à se réinventer, même après des périodes plus complexes.

« C'est un symbole de modernité, de productivité, mais aussi de résilience. Ce projet n'aurait pas été possible sans une équipe soudée, le soutien fort du management et la volonté du Groupe APTIS. », poursuit-il.

Une promesse d'innovation durable

En ligne avec la vision d'innovation continue de Resiglas, ce nouveau site permet à l'entreprise d'élever encore ses standards : produire mieux, plus rapidement, et avec une exigence de qualité renforcée. Il ouvre également la voie à une augmentation de la capacité de production, et à une plus grande réactivité face aux besoins du marché.

« Ce nouveau bâtiment est le fruit d'un engagement collectif. Il reflète notre capacité à nous réinventer, à croire en nos talents et à construire, ensemble, un avenir plus solide et plus ambitieux », souligne Fabien Harel, Managing Director.

Ce bâtiment marque une étape décisive dans l'histoire d'une entreprise en constante évolution, portée par ses talents et guidée par une vision collective du progrès. Une expertise affirmée, au service de nouvelles ambitions.

PEARL : la plonge pool chic des petits espaces

Resiglas dévoile PEARL, sa toute dernière plonge pool compacte, élégante et contemporaine. Conçue pour sublimer les petits extérieurs, elle s'intègre naturellement aux terrasses, patios ou jardins urbains.

Derrière son nom évocateur, une piscine aussi précieuse qu'ingénieuse : lignes rectangulaires épurées, banc intégré, option spa, tout a été pensé pour transformer chaque instant en moment de bien-être.

Ses dimensions : 4,80 m de long × 2,50 m de large × 1,20 m de profondeur, offrent un parfait équilibre entre confort, esthétique et sobriété.

Un design raffiné, un format pratique, et une nouvelle manière d'envisager le luxe à la maison : discret, durable et accessible. Une invitation à ralentir, à savourer l'instant, et à faire de chaque bain une pause hors du temps.



L'infertilité et le cancer:

Appel pressant du Dr Goswamy



Les troubles de la fertilité engendrent souvent un sentiment de solitude qui renforce les tabous. Pourtant, selon l'OMS, quelques 48 millions de couples et 186 millions d'individus au monde connaissent une forme d'infertilité au cours de leur vie. En parler est donc crucial, d'autant plus que l'infertilité perdure souvent faute de connaître ses options.

Convaincu du pouvoir de la sensibilisation, le Dr Rajat Goswamy, fondateur et directeur médical du Harley Street Fertility Centre (HSFC), a tenu à sensibiliser les jeunes sur les avancées médicales dans le domaine à l'occasion du *World Infertility Awareness Month* en juin. Cette année, il s'est concentré sur un thème qui touche de plus en plus de personnes en âge de procréer : les patients atteints de cancer.

En effet, l'information précoce et l'accès rapide à une consultation spécialisée permettent à une majorité de patients d'envisager une préservation de la fertilité avant traitement, ce qui peut considérablement augmenter leurs chances de concevoir après la guérison.

Une personne sur six en âge de procréer...

« Le cancer chez les jeunes en âge de concevoir et l'infertilité sont des enjeux majeurs. On estime que l'infertilité touche environ une personne sur six en âge de procréer dans le monde. On sait également que certains traitements du cancer, comme la chimiothérapie et la radiothérapie, peuvent avoir des effets néfastes sur la fertilité. Ainsi, les femmes en chimiothérapie peuvent se retrouver sans ovules dans leurs ovaires, tandis que les hommes peuvent se retrouver avec des spermatozoïdes de mauvaise qualité, voire inexistant, rendant plus difficile ou impossible la conception naturelle. À Maurice, le nombre croissant de jeunes souffrant de cancer est préoccupant », se désole le Dr Goswamy.

Des propos étayés par le 2023 Annual report of the Mauritius National Cancer Registry (MNCR). Rendu public par le Ministère de la Santé en janvier 2025, ce rapport soutient que le nombre de personnes souffrant de cancer augmente d'année en année. Il fait état qu'en 2023, 2 841 cas de cancer ont été recensés, dont 476 patients âgés de 15 à 49 ans. Un bilan préoccupant, car contrairement à d'autres pays, il n'existe pas encore de protocole universel pour informer ces jeunes patients quant aux options de préservation de la fertilité.

La vitrification des ovules, spermatozoïdes et embryons, une solution reconnue

À travers le monde, une des solutions les plus connues selon le Dr Goswamy est la vitrification des spermatozoïdes et des ovules, voire des embryons. « Cette technique consiste à congeler les spermatozoïdes ou les ovules avant le début de la chimiothérapie ou la radiothérapie. On peut aussi congeler les embryons. Ces options offrent la possibilité aux patients et aux couples souhaitant avoir un enfant de recourir à la fécondation in vitro (FIV), cinq ans après leur traitement.

Cette technique reste peu connue à Maurice en raison d'un manque d'information et de communication à l'échelle nationale. Un fait regrettable que souhaite rectifier le Fondateur et Directeur médical du HSFC à travers de multiples interventions à des conférences, et à travers ses échanges avec des oncologues et autres spécialistes pour mieux éduquer les patients quant à l'impact des traitements anti-cancéreux sur la fertilité.

Taux de succès de la FIV selon l'âge :

60%

Moins de
35 ans

40%

Plus de
35 ans

5%

Plus de
42 ans



We see
the fighter

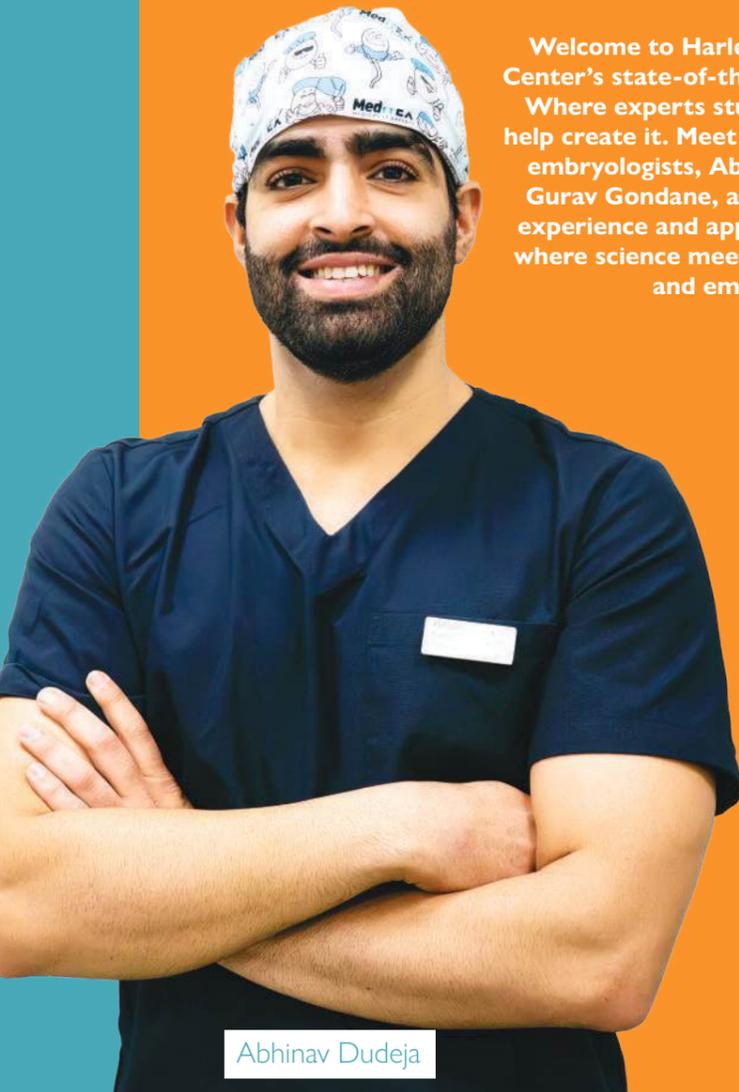
we also see

the mother

PRESERVE YOUR FERTILITY

#YourFertilityMatters

Embryology, from advanced science to real-life results



Abhinav Dudeja

Welcome to Harley Street Fertility Center's state-of-the-art lab in Floréal. Where experts study life, and often help create it. Meet the center's Senior embryologists, Abhinav Dudeja and Gurav Gondane, as they share their experience and approach of this field where science meets life-long dreams and emotions.



Gurav Gondane

Tell us about your expertise as a senior embryologist

G.G: With over ten years' experience in the IVF lab, my role brings together scientific precision, quality control, and patient-focused care. I work behind the scenes to turn complex lab processes into real-world results, improving live birth outcomes while upholding the highest ethical and professional standards.

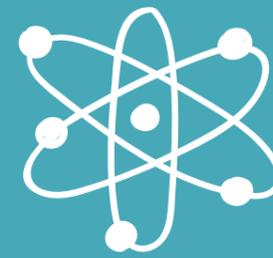
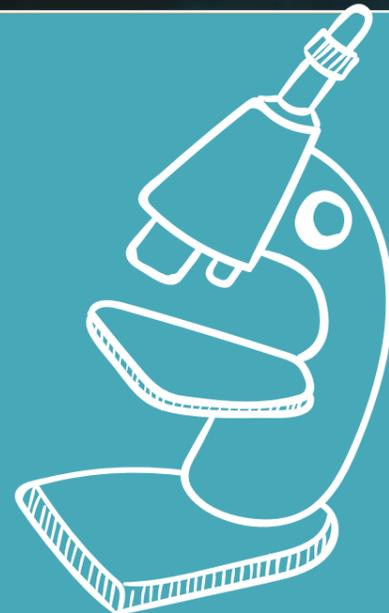
You have two interesting specialties: ICSI (Intracytoplasmic Sperm Injection) and PGD (Preimplantation Genetic Diagnosis). How do they help your patients?

A.D: ICSI is like giving sperm a helping hand. Instead of leaving the sperm to swim

to the egg as done in the traditional IVF procedure, we directly inject one healthy sperm into the egg using specialized pipettes to help achieve fertilization. It's especially useful when sperm quality is low in terms of motility or count.

PGD is similar to a mini health check on embryos before implantation. By biopsying 3-5 cells from the embryo, we test them for genetic problems, so only the healthy embryos are transferred, which helps increase the chances of a healthy, genetic disease-free baby.

Both these tools give patients more control, clarity and peace of mind in what is otherwise a very uncertain journey.



How do you ensure the patient's experience is as positive as possible?

G: In my experience, patient experience isn't just about success rates: it's about trust, transparency, and reducing anxiety in a process that often feels like a "black box." That's why my team and I try our best to humanize the journey as much as possible.

A: Indeed, fertility treatments can feel overwhelming, so, in simple terms, I use everyday language, visuals, and constant reassurance, whilst remaining emotionally available. Sometimes patients need science, and sometimes they just need to be heard.

Can you share a challenging case you worked on, only to obtain a positive outcome?

G: A couple came to us after three failed IVF cycles with a different healthcare provider. Their embryos had always stopped developing early on, and they had a very low number of eggs to work with. It was a tough case, but we adapted our approach. We used a gentler stimulation method to protect egg quality, prescribed pre-treatment supplements to support egg health, applied a special technique to improve fertilization, and followed up by closely monitoring embryo development using time-lapse imaging.

Only one embryo made it to the final stage, but it was healthy. We transferred it, and the couple welcomed a healthy baby months later. It was a powerful reminder that, sometimes, one good embryo is all it takes.

A: I remember a patient who went through 7 consecutive IVF failures with other healthcare providers. The sperm quality was very poor, and we retrieved only one mature egg. After adjusting their lifestyle and using ICSI with advanced sperm selection, they finally conceived. It was a reminder that small changes can create big hope. I like to call that one a "Golden Egg"

How do you support patients when things don't go as hoped?

G & A: When outcomes aren't positive, empathy comes first. We acknowledge the disappointment

and offer honest, clear explanations, without overwhelming patients with technical details.

We review what happened together, highlight anything that went well, and suggest possible changes for the next attempt. Whether adjusting medication, lab techniques, or exploring new options, we always focus on moving forward with care and compassion.

We also encourage patients to take the time they need and connect them with emotional support if needed. Within our team, we regularly reflect on challenging cases so we can keep learning and supporting one another.

Above all, we're always honest, but never hopeless, reminding them that IVF is a process, not a one-time event, and staying mentally strong is part of the treatment.

What advice would you give to someone contemplating IVF for the first time?

G: Choose the right clinic, ask about their success rates, and don't underestimate the power of healthy lifestyle habits (sleep, diet, and stress management).

Above all, manage your expectations: not every egg becomes an embryo, and not every embryo leads to pregnancy. Just trust that it's part of the process, and that you're supported by a team that wants to see you succeed.

A: Don't Google everything! Talk to your doctor and embryologists, trust your team, and take one step at a time. IVF is as emotional as it is medical, so be kind to yourself. Ask questions, stay informed, and don't forget to give yourself time and space to breathe.

Our state-of-the-art lab with modern equipment like time lapse technology and a well experienced team will always be by your side to help you know the joy of parenthood.



Don't Google everything! Talk to your doctor and embryologists, trust your team, and take one step at a time.

Travailler dans un groupe multisectoriel : des défis et des opportunités

Dans un monde en constante évolution, les entreprises qui réussissent sont souvent celles qui osent la diversité. Le Groupe APTIS, par son positionnement multi-sectoriel, incarne pleinement cette réalité : diversité des secteurs d'activité, diversité des expertises, et diversité des talents.

Être un groupe diversifié qui permette à ses entreprises de grandir, et d'être des leaders de leurs domaines respectifs. C'est ainsi que s'énonce la vision d'APTIS, qui est sans doute la clé de sa résilience.

Au-delà d'un avantage stratégique, elle représente surtout une formidable opportunité de développement pour les collaborateurs. Nombre d'entre eux ont vu leur parcours s'enrichir grâce à des expériences dans différentes entités du Groupe, découvrant ainsi de nouveaux métiers, de nouveaux environnements et de nouveaux défis.

Car qui dit diversification, dit aussi défis variés... et opportunités multiples.



5 Secteurs Activités



Distribution



Commerce



Services



Immobilier



Investissement

1. Culture et communication – comment parler la même langue ?

Avec des secteurs et des corps de métiers différents, les micro-cultures des entreprises du Groupe APTIS varient. Après tout, c'est ce même ADN qui leur a permis de grandir. Respectueuse des spécificités de chaque entreprise, APTIS a identifié des valeurs communes à tous, le but étant de rassembler une famille qui ne cesse de grandir... Et de l'amener encore plus loin.

Le magazine que vous tenez entre les mains est l'outil principal pour les véhiculer et, ce faisant, faciliter la cohésion à travers les différentes entreprises du groupe. D'autres pratiques au sein du groupe, telles que la « success bell » visent également à renforcer ce sens de l'appartenance.

2. Perspectives plurielles – entre collaboration et conflits.

À chaque équipe sa culture et son fonctionnement interne. Alors, au moment de collaborer entre entreprises, comment éviter les conflits et les malentendus – défi majeur de tout groupe multisectoriel ? En partageant des valeurs et un fonctionnement commun. C'est l'objectif principal des Behaviours que vous avez découverts dans le dernier numéro d'Up to It.

3. Évolutions des marchés et harmonisation des processus

En tant que groupe multi-sectoriel, APTIS doit s'adapter rapidement aux changements économiques et sectoriels. La vue d'ensemble de la Direction est là pour anticiper ces changements, redéployer les ressources et transformer les crises en opportunités. De plus, l'expertise d'APTIS Services permet de centraliser les processus essentiels tels que le recrutement et de consolider les pratiques (financières, RH, etc.) pour relever ensemble des défis techniques et organisationnels.

4. Des perspectives de croissance pour votre carrière

Ces multiples défis amènent toutefois une opportunité, possible seulement par la pluralité des perspectives d'un groupe polyvalent : les possibilités de grandir, au sein d'une même entreprise, ou d'en explorer d'autres... afin de déployer tout votre potentiel !

Tracy, Data Entry Assistant chez Racso se réjouit justement des perspectives de mobilité interne.

J'ai vécu mon transfert de l'équipe Insight, au sein du département Marketing, où j'étais Customer Satisfaction Agent, vers mon nouveau poste comme un véritable challenge. Je me suis dit que rien n'était impossible - et j'ai eu raison ! Ce changement de filière a été une belle opportunité pour élargir mes connaissances et sortir de ma zone de confort.

5. Une richesse humaine et culturelle au quotidien

Travailler dans un Groupe multisectoriel, c'est aussi avoir la chance de côtoyer des collègues aux profils variés, venus de secteurs parfois très différents. Cette pluralité favorise un enrichissement mutuel, stimule de nouvelles façons de penser, et entretient un esprit d'innovation constant. On apprend des autres, on s'inspire de pratiques d'ailleurs, et on progresse ensemble.

Patrick, Helper chez TNS Consumer est heureux d'échanger constamment avec de nouveaux collègues.

J'ai eu l'occasion de travailler chez Racso, TNS Tobacco, et maintenant chez TNS Consumer, tout en occupant le même poste. Chaque transfert m'a permis de rencontrer de nouvelles équipes et de m'adapter à des environnements différents. C'est une expérience humaine et professionnelle très enrichissante.

6. Un moteur de développement personnel et professionnel

La diversité des secteurs du Groupe permet aussi à chacun de repousser ses limites, de monter en compétences et de se réinventer en permanence.

Ved, 3D Animator au département Marketing profite de nouveaux défis pour affiner son expertise.

J'exerce toujours le même métier qu'à mes débuts chez Resiglas, mais le contexte a beaucoup évolué. Aujourd'hui, je dois sans cesse développer de nouvelles compétences pour relever des défis créatifs liés à la diversité des produits du Groupe. C'est justement cette variété qui me motive au quotidien.

Mais voilà ; sans une culture partagée, la pluralité des expériences ne serait pas forcément synonyme de richesse et de croissance. Ainsi, les valeurs Attitude. People. Trust. constituent une boussole commune qui guide les décisions et les comportements, à tous les niveaux du Groupe, et transforment les défis en opportunités pour tous.

Dans cet esprit, les programmes comme UP TO LEAD sont destinés à outiller les managers pour incarner cette culture, la transmettre à leurs équipes et l'adapter dans un monde en perpétuel mouvement.

C'est aussi l'objectif de l'UP Initiative, qui invite chacun à vivre pleinement les valeurs du Groupe, au-delà des frontières des entités.

Chez APTIS, chaque secteur a ses défis. Mais c'est ensemble que nous les relevons. Grâce à une culture forte et à une volonté de progression partagée, nous restons alignés dans la diversité. Explorer, apprendre, évoluer... c'est ce que nous faisons chaque jour, collectivement.



Un acteur clé dans la gestion intelligente du carburant

2015

- 8 employés incluant 2 chauffeurs
- 2 camions

2023

- Début du partenariat avec Corail Helicopter à Chamarel pour des livraisons spéciales de Jet A1, environ deux fois par semaine.

2024

- 18 employés incluant 9 chauffeurs
- 9 camions d'un total de 40,500 L
- 90,000 L de stock sur Riche Terre
- ± 400,000 Lts par mois livrés entre coupe
- ± 850,000 L par mois livrés pendant la coupe
- Total ± 50,000 livraisons pour l'année
- ± 3,500km par mois par camion

2025

- 28 employés incluant 15 chauffeurs
- 12 camions d'un total de 51,000 L
- 90,000 L de stock sur Riche Terre et 30,000 L de stock dans le Sud
- ± 500,000 L par mois livrés entre coupe
- ± 1,100,000 L par mois livrés pendant la coupe

Racso a pour cœur de métier la livraison de diesel dans divers secteurs d'activité, tout en proposant des solutions avancées de contrôle de carburant.

Créée en 2015 avec seulement 8 employés et 2 camions, l'entreprise a connu une belle progression. Aujourd'hui, Racso renforce sa présence à travers l'île avec une flotte portée à 12 camions et un effectif de 28 collaborateurs.

Cette croissance continue reflète la solidité de son positionnement sur le marché, mais surtout la valeur ajoutée reconnue par ses clients, qui soulignent une relation bien au-delà du simple lien fournisseur-prestataire. Racso incarne en effet une véritable stratégie d'optimisation logistique et opérationnelle.

TÉMOIGNAGES DE NOS PARTENAIRES

Racso x UBP : Un partenariat qui alimente toute une chaîne de valeur

Dans un environnement où chaque minute compte, le partenariat entre Racso et UBP s'est révélé être une véritable "winning formula" – non seulement pour UBP, mais également pour l'ensemble de son écosystème de partenaires (camions-taxis, sous-traitants, etc.).

Grâce à la livraison directe de diesel sur site, UBP et ses partenaires bénéficient d'un gain de temps significatif, tant au niveau des opérations sur le terrain que dans la gestion logistique globale. Cette efficacité se traduit par une meilleure disponibilité des équipements, grâce à la réduction des interruptions liées au ravitaillement. Ce modèle collaboratif illustre parfaitement comment Racso contribue à la performance collective de ses clients.

Xavier Toulet, Contracts & Quarry Manager – United Basalt Products

Racso : Un partenaire stratégique pour une gestion optimisée du carburant

Dans un contexte où performance opérationnelle et exigence de contrôle sont clés, la collaboration avec Racso représente un levier d'efficacité pour Transinvest.

« La collaboration avec les équipes de Racso nous apporte de nombreux avantages, à commencer par une meilleure fluidité des opérations. Grâce à leur système automatisé de contrôle, nous n'avons plus besoin d'affecter une ressource dédiée : le suivi est entièrement pris en charge par Racso, avec une fiabilité éprouvée. »

Un rapport mensuel détaillé permet de vérifier les données en toute transparence, renforçant ainsi la rigueur du processus. Par ailleurs, l'accès à la plateforme digitale offre une visibilité en temps réel sur la consommation et les performances des machines, garantissant un pilotage optimal de l'activité.

Ce témoignage illustre une collaboration efficace et durable, fondée sur la technologie, la confiance et la performance.

Anthony Motet, Assistant Equipment & Maintenance Manager – Transinvest

Racso s'affirme aujourd'hui comme bien plus qu'un simple fournisseur de carburant. Grâce à une approche intégrée mêlant livraison, contrôle et technologie, l'entreprise offre des solutions concrètes pour optimiser les opérations de ses clients. Fiabilité, transparence et gain de performance font de Racso un partenaire stratégique pour toute organisation souhaitant gérer son carburant de manière intelligente et durable.



SMART AND EFFICIENT SOLUTIONS FOR YOUR FLEET



Fuel Monitoring



GPS Tracking



Fuel Delivery



GPS Device



Creating a Culture of Insight at APTIS Group

How data, tools and people are reshaping the way we work



De gauche à droite : Jaiveen Taurah (Data Analyst), Sadhiska Bhoojedhur (Insight Lead) et Aurélie Balcome (Junior Insight Officer)

In today's business landscape, decisions can no longer rely on gut feeling alone. Markets evolve rapidly, customer expectations shift, and performance pressure is constant. What sets forward-thinking companies apart is not just access to data - but the ability to transform it into meaningful, actionable insight.

At APTIS Group, that transformation is being driven by a dedicated team affectionately known as the "Insightists".

Their mission isn't to overwhelm teams with dashboards, but to empower every Business Unit (BU) to see more clearly, act more decisively, and spend less time guessing. By combining the right tools, methodology, and mindset, they're helping shape a Group-wide shift toward insight-driven thinking.

A group-wide shift toward smarter decision-making

Last year marked a turning point with the launch of a major Business Intelligence (BI) initiative across the Group.

The aim: move away from fragmented data and build a centralised data warehouse connecting all BUs and business functions.

The results have been transformative. Data that once took hours or days to compile is now available in real time. Reports previously created manually each month are now automated. Dashboards track sales, operations, finance, inventory, and key business metrics with a single click.

The risk of human error has dropped, and leadership can make faster, better-informed decisions.

This isn't just about speed - it's about focus. Teams now spend less time building PowerPoints and more time discussing what the data reveals and how to act on it.

Automating the routine to focus on what counts

One of the most immediate wins from this centralised approach has been time savings. Monthly meetings that used to require days of preparation - gathering data, formatting charts, building slides - are now largely automated.

This shift allows teams to redirect their time toward interpretation, strategy, and planning. The Insight Team hasn't taken control - they've enabled autonomy by building tools that do the heavy lifting behind the scenes.

Measuring what matters: Brand Health

In parallel, the team launched the BrandFit Tracker - a tailor-made methodology to measure the health of each brand across multiple dimensions. Each BU benefits from a version adapted to its market, ensuring insights are not only accurate, but immediately actionable.

This gives leaders a consistent pulse on how their brands are performing, what's working, and where adjustments are needed. Instead of reacting to issues, they can now adapt proactively -backed by evidence.

AI for efficiency, People for insight

In addition to dashboards and trackers, the Insightists are making smart use of AI-powered tools to streamline repetitive tasks. Data cleaning - once a major bottleneck - now takes minutes instead of hours. Thematic analysis of open-ended feedback is also faster, with AI helping identify key patterns and trends. Quality checks remain essential, but the time saved allows more focus on interpretation and storytelling - the work that brings real value.

Meet the Insight Team

A small team with a big impact. At the heart of APTIS's transformation into an insight-driven Group is a dedicated trio: Sadhiska Bhoojedhur (Insight Lead), Jaiveen Taurah (Data Analyst), and Aurélie Balcome (Junior Insight Officer). Together, they form a dynamic and complementary team that brings structure, clarity, and purpose to data.

Sadhiska brings strategic vision and a talent for turning complexity into clear direction. Jaiveen dives deep into the numbers with analytical precision. Aurélie adds rigour, attention to detail, and a fresh perspective to every project. They're not just working with data - they're changing how we think, decide, and move forward at APTIS, all while embodying the spirit of collaboration, curiosity, and the Up To It mindset.

The most powerful tool: People
While tools and tech are important, the real engine behind this team is the people in the people behind them. The Insight Team is small, but united by a strong purpose: to build a culture of insight across the Group.

Each member brings unique strengths, but all share the same mindset: curiosity, precision, clarity, and purpose. They ask the right questions, challenge assumptions, and help teams see data not as a burden - but as an opportunity.

As the Insight Lead puts it, "No tool is more powerful than the people behind it. Without the mindset and dedication of my team, none of this would have been possible."

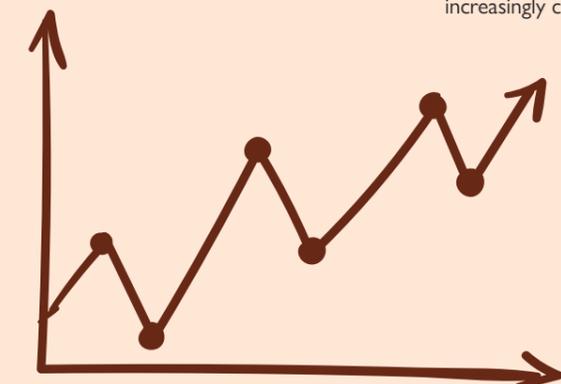
These Insightists show up each day not just to crunch numbers, but to make a difference. They embody the *Up To It* spirit: focused, thoughtful, and driven to turn data into decisions that count. Because data means nothing until it's understood - and has no impact until it's used.

Looking ahead

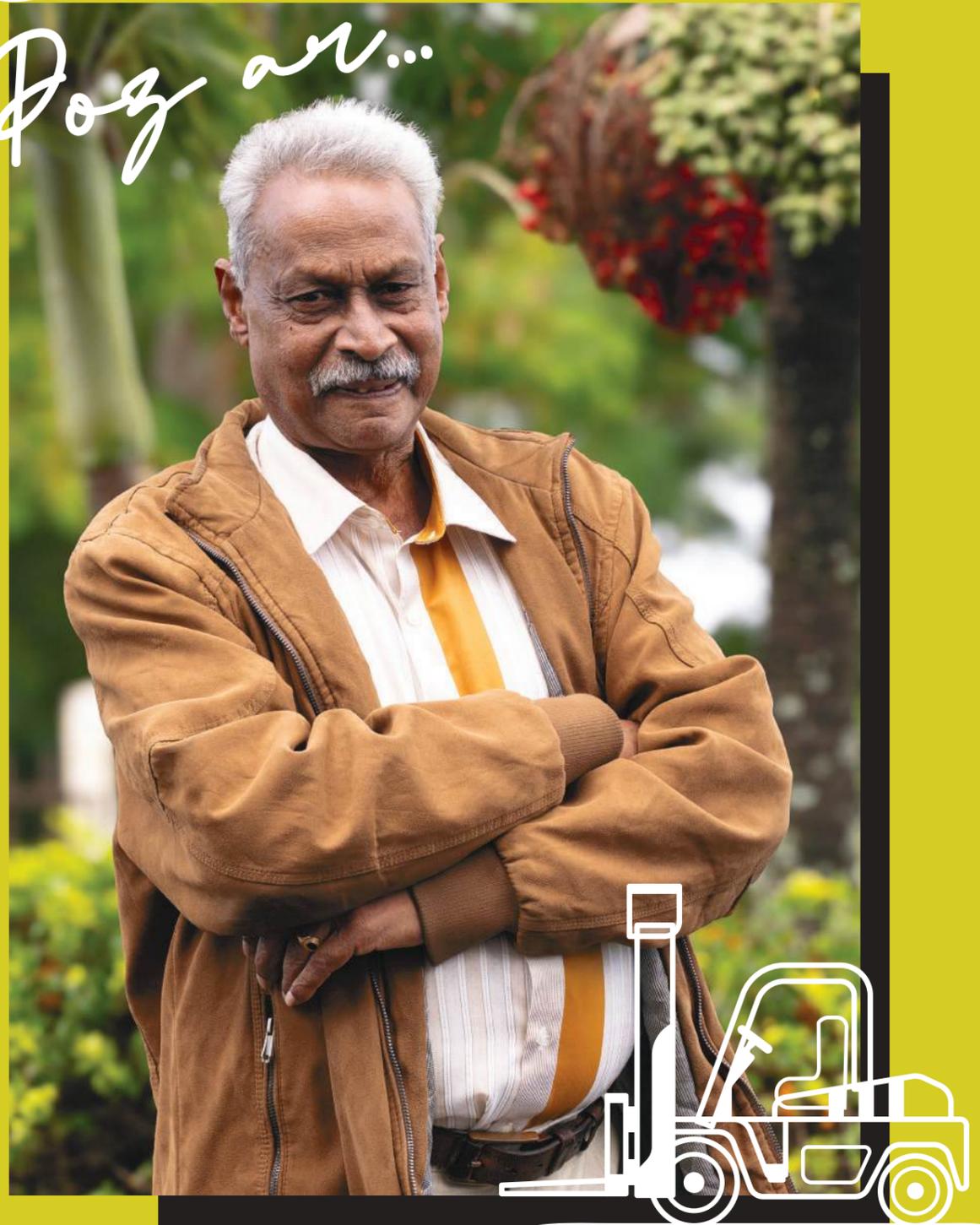
We're only halfway through the year, but the progress already made is visibly reshaping how decisions are taken across the Group. From real-time data access to brand health tracking and AI-powered efficiency, the foundations of a truly data-literate organisation are now in place. And this is only the beginning.

With strong systems and habits established, the next chapter - according to the Insight Lead - lies in predictive analytics and greater data democratization. The goal isn't just to understand what has happened, but to anticipate what could happen next. Insight-driven thinking must become second nature across all levels of the Group, empowering more people to ask the right questions, interpret data confidently, and act with clarity.

The aim? To unlock even more value for APTIS by helping teams and leaders make proactive, forward-looking decisions in an increasingly complex world.



Kas enn
Doy ar...



RAJEN MUTHUSAWMY
Store Supervisor, TNS Tobacco



Pa fer kitsoz ki kapav fer oumem ditor si dimounn ti fer sa ar ou

So prinsip se 'pa fer kitsoz ki kapav fer oumem ditor si dimounn ti fer sa ar ou'. Li touzour rekonesan anver so fami parski san zot li pa ti pou ariv sa staz linn arrive-la. Nounn ale kas enn poz avek misie Rajen Muthusawmy, Store Supervisor & Supply Chain kot TNS Tobacco. Nou invit zot dekouver so parkour...

Rakont nou inpe kisann-la Rajen ?

Monn koumans mo karyer an 1974 kouma Sub inspector dan MSPCA. Depi MSPCA, monn bouz lotel Continental kot monn fer reseption. Apre sa, monn vinn Clerk kot Amalgamated Tobacco. E ver bann lane 1980, kan laba inn ferme, monn rant BAT, kot monn fer enn parkour dan departman finans. Apre sa monn bouz dan kote Store Marketing, kot mo ti an sarz bond.

An 2007, mo ti pran enn moman repo. Enn zour monn zwenn avek bann direkter Jean-Pierre Mamet e Sabbi Appanna, zot demann mwa si mo interese pou rebran travay. Monn aksepte e mo pou touzour rekonesan anver bann-la, parski se sa peryod lamem kot monn gagn pli gran satisfaksion ek reisit dan mo karyer.

Monn okip kote MFD, kot mo ti pe tiek bann container, e laba monn met bann prosedir anplas pou rekadre partou pou ki travay-la mars bien. Depi sa mo an sarz Store isi kot TNS Tobacco.

Ounn ena long karyer, kinn permet ou ariv ziska-la ?

Partou kot monn ale, sak departman ki monn rantre – monn satisfé. Se an gran parti akoz monn gagn bann zouti ki bizin pou avanse. Get kan monn sanz departman pou al dan marketing, monn swiv enn formasion pandan enn semenn Rodrig. Sa se enn lexamp ki mo pe donn ou, me tou long mo karyer monn pran pasians apran travay-la bout par bout. E osi li inportan gard enn bon relasion avek tou bann stakeholders, koumsa mem ki fer travay-la marse.

Kouma sa pase dan travay ?

Alor nou koumans par reseption ek verifikasion container. E preske toule semenn nou fer transfer sigaret depi dan Bond warehouse ziska DutyPaid warehouse, lerla nou fer livrezon avek 6 distribiter dan Moris ek 1 dan Rodrig. Mo ena lasans travay avek enn lekkip ki bien soutenir mwa. Zot fer zot travay kouma bizin. Ou kone li enn zafer donan-donan sa ! Pa tro bon met presion lor enn dimoun, sinon sa pa pou amenn ou kot bit final ou anvi arive. Nou les zot travay e kan bizin fer enn ti overtime ou travay enn samdi, zot mem zot pa ezite pou fer li, mem avek fatig zot manz ar li. Apar sa mo kolabor direk avek Vishal Jeetah, *Supply Chain Manager*, e gras a so bann konsey ek so bann lide, ansam, nou pe amenn bato-la dan bon por.

Ki ou kontan fer dan ou letan lib ?

Mo konsakre mo letan avek mo madam Saurada e mo tifi Nirvana, parski dan lasemenn mo rant travay 6h30 dimatin. E li rar osi kot mo absan dan travay, fode malad ou pa pe kapav mem. Donk kouma nou gagn lokasion nou fer bann sorti parsi-parla. Mo esey profit maximum letan ar zot, parski ou kone, san zot lapwi ek zot kontribision, mo pa ti pou ariv sa staz kot mo ete zordi-la. Apar sa, mo bien kontan fer zardinaz ek enn tigid lakwizinn. Mo pa fer bann gran-gran pla selman, sa mo les sa pou madam (riye). Mo kontan fer bann ti omlet ouswa makaroni.



Ki konsey ou kapav donn bann zen ki fek pe rant dan lemond travay ?

Ounn gagn enn plas travay, pe pey ou enn saler...konn respekte bann konsign ki donn ou e pa ouver ou labous brit. Sirtou dan domenn ki mo été, kot informasion bien sansib ek tou detay konte, ou bizin kone kot ou poz ou lipie. Sa enn prinsip ki ou bizin garde. *E Do Good and Be Good !*



L'intelligence artificielle générative (IA) : au cœur de la transformation des entreprises

Depuis quelques temps, l'intelligence artificielle générative s'est imposée comme un levier stratégique majeur dans le monde de l'entreprise. Elle ne se limite plus aux laboratoires de recherche ou aux start-ups innovantes : elle s'invite désormais dans les salles de réunion, les outils collaboratifs, les services clients, ou encore les départements marketing. Derrière cette accélération, une promesse forte : gagner en efficacité, en créativité, et en agilité.

Mais de quoi parle-t-on exactement ? L'IA générative désigne des systèmes capables de créer du contenu de manière autonome à partir d'instructions simples : textes, images, vidéos, sons ou lignes de code. Des outils comme ChatGPT, DALL-E, Midjourney ou encore GitHub Copilot permettent aujourd'hui à n'importe quel collaborateur, même sans expertise technique, de produire rapidement un premier jet, une idée, une maquette. ChatGPT, par exemple, est spécialisé dans la génération de texte et l'assistance conversationnelle. DALL-E crée des images à partir de descriptions, tandis que GitHub Copilot aide les développeurs à coder plus rapidement. Ces technologies s'appuient sur des modèles d'apprentissage profond capables d'analyser d'immenses volumes de données.

Dans les entreprises, les cas d'usage se multiplient. En communication, l'IA peut rédiger des articles de blog, des descriptions produits ou des posts pour les réseaux sociaux. Dans les ressources humaines, elle assiste à la rédaction d'annonces d'emploi, de trames d'entretiens ou de supports de formation. Les équipes commerciales l'utilisent pour produire des argumentaires ou personnaliser leurs relances.

Les développeurs, eux, peuvent s'en servir pour générer du code, détecter des erreurs ou documenter plus efficacement leurs projets. Chez APTIS également, nous avons rapidement compris le potentiel de ces outils.



L'IA générative, principalement ChatGPT, est déjà utilisée dans plusieurs de nos départements : communication, RH, marketing digital, service client... Elle nous aide à mieux structurer nos idées et faire émerger de nouvelles propositions. Elle devient un appui concret pour nos équipes, qui l'intègrent progressivement à leurs méthodes de travail au quotidien.

Au-delà des fonctions métiers, c'est aussi toute l'organisation qui peut en bénéficier. L'IA générative facilite la collaboration, encourage la créativité et accélère les prises de décision. Elle offre un gain de temps considérable sur les tâches répétitives, permettant aux collaborateurs de se recentrer sur des missions à plus forte valeur ajoutée.

Cependant, cette révolution soulève aussi des questions. Peut-on faire confiance à une machine pour produire des contenus ? Comment éviter les biais ou les erreurs ? Quid de la protection des données sensibles ? L'IA générative n'est pas exempte de risques. Elle doit être utilisée avec discernement, comme un outil d'aide, et non comme un substitut total à l'humain. La supervision, la vérification et l'éthique doivent rester au centre des pratiques. Par ailleurs, son intégration ne se résume pas à un simple déploiement technologique. C'est un changement culturel qui s'opère. Les entreprises doivent accompagner leurs équipes, former aux bons usages et encourager une culture d'expérimentation. L'IA générative ne remplace pas l'humain - elle l'augmente, à condition d'être bien comprise et bien encadrée.

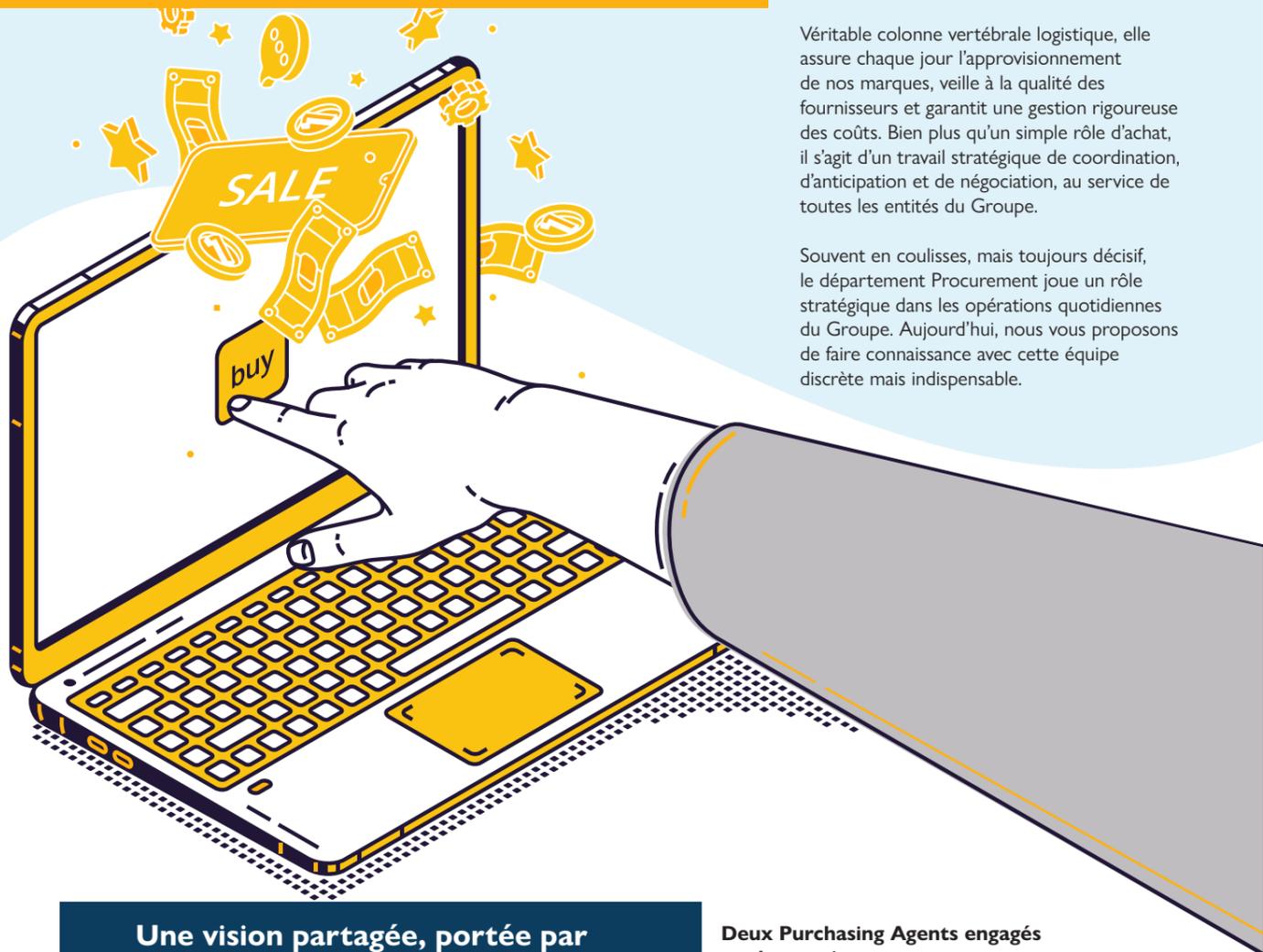
En résumé, l'intelligence artificielle générative est en train de redessiner les contours du travail en entreprise. Elle ne se contente pas d'optimiser - elle transforme. Pour les organisations qui sauront l'adopter avec intelligence, elle représente une formidable opportunité d'innover, de mieux servir leurs clients et de rester compétitives dans un environnement en constante évolution.

Dans les coulisses du Procurement

Derrière chaque projet bien mené, chaque produit livré dans les temps et chaque partenariat du Groupe, se cache un maillon essentiel de l'organisation : l'équipe Procurement.

Véritable colonne vertébrale logistique, elle assure chaque jour l'approvisionnement de nos marques, veille à la qualité des fournisseurs et garantit une gestion rigoureuse des coûts. Bien plus qu'un simple rôle d'achat, il s'agit d'un travail stratégique de coordination, d'anticipation et de négociation, au service de toutes les entités du Groupe.

Souvent en coulisses, mais toujours décisif, le département Procurement joue un rôle stratégique dans les opérations quotidiennes du Groupe. Aujourd'hui, nous vous proposons de faire connaissance avec cette équipe discrète mais indispensable.



Une vision partagée, portée par Tara Mamet

Sous la direction de Tara Mamet, notre Procurement Manager, l'équipe a su structurer un pôle achats transversal, agile et performant. Depuis son arrivée il y a presque quatre ans, Tara a mis en place des processus clairs et un accompagnement personnalisé des différents business units. « Acheter intelligemment, c'est bien plus que chercher le meilleur prix. C'est construire une relation de confiance avec nos partenaires, anticiper les besoins terrain, et faire les bons choix pour assurer qualité et durabilité. », explique Tara.

Elle est aujourd'hui accompagnée d'un binôme solide, capable de gérer à la fois les aspects techniques, logistiques et relationnels des achats du Groupe. Le département s'impose aujourd'hui comme un véritable point de connexion entre les fournisseurs et les besoins opérationnels croissants du Groupe.

Deux Purchasing Agents engagés sur le terrain

Sarvesh Issary et Kingsley Clerisseau incarnent la rigueur et la réactivité du département achats. En lien constant avec les fournisseurs et les équipes internes, ils assurent un suivi précis des commandes, des délais et des négociations.

Leur force ? Une excellente connaissance du terrain, un sens du service affirmé, et une capacité à jongler avec les imprévus du quotidien. Que ce soit pour identifier les meilleures offres, résoudre un blocage logistique ou anticiper les besoins des équipes, leur engagement fait toute la différence.

Ensemble, ils forment un duo complémentaire, efficace et toujours prêt à relever les défis d'un environnement en perpétuel évolution.

Comment êtes-vous arrivés dans le domaine des achats ? Une vocation ?

K.C : Je ne dirais pas que c'était une vocation à la base. J'ai eu l'opportunité de commencer ma carrière dans le secteur de l'hôtellerie, où j'ai découvert le métier d'acheteur. C'est un domaine qui m'a vite captivé, car il est à la croisée de plusieurs fonctions : gestion, relationnel, logistique. Après plusieurs années dans ce secteur, j'ai eu envie de relever un nouveau défi. C'est ainsi que j'ai rejoint APTIS, où j'évolue depuis maintenant quatre ans au sein du département achats.

S.I : J'ai fait des études en *Accounting with Finance* et effectué plusieurs stages en finance. En 2018, une opportunité s'est présentée dans le domaine des achats, dans le secteur de l'hôtellerie. J'étais complètement novice, sans aucune expérience dans ce domaine, mais j'ai décidé de relever le défi. Même si c'était un nouvel univers, j'ai vite compris qu'il y avait un lien logique entre les achats et la comptabilité. J'ai eu la chance d'apprendre aux côtés de mon ancien manager et de mes collègues, qui m'ont beaucoup transmis. Après quatre ans et demi, j'ai eu envie d'élargir mes connaissances et de découvrir une autre dimension des achats. C'est ce qui m'a poussé à rejoindre APTIS en 2022. Le fait que le Groupe soit présent dans plusieurs secteurs m'offre une vision plus globale des achats, d'être davantage exposé et de continuer à évoluer dans un environnement stimulant.

Comment décririez-vous le département ?

K.C & S.I : Un mot ? Un vrai casse-tête (rires)... mais c'est justement cette complexité qui rend le métier aussi passionnant ! Plus sérieusement, c'est un département à la fois challenging, dynamique et enrichissant. On ne s'ennuie jamais ! Il y a toujours un nouveau besoin, une nouvelle contrainte, un nouveau projet à gérer. On est constamment sollicités, ce qui demande une grande capacité d'adaptation. Et comme on collabore avec presque tous les services du Groupe, nos missions sont aussi variées que stratégiques.

À quoi ressemble une journée type ?

K.C & S.I : Il n'y a pas vraiment de journée type dans ce métier : chaque journée apporte son lot de priorités. Cela commence souvent par la lecture des e-mails, l'analyse des demandes internes et la vérification des plannings. Ensuite, on enchaîne avec le suivi des commandes, la mise à jour des bons de commande, les échanges avec les fournisseurs, la négociation des délais et des tarifs, ou encore des réunions pour résoudre un blocage logistique ou mener un audit de prix.

Le lien avec les équipes, notamment la finance et parfois même les clients est constant. Ce métier exige une forte capacité de coordination, d'anticipation et d'adaptation, car il faut souvent jongler entre des urgences et des tâches de fond. Mais c'est justement cette diversité qui rend les journées aussi passionnantes - et jamais monotones.

En trois mots, comment décririez-vous le service achats ?

K.C : Pour moi, les trois mots clés sont : organisation, négociation et communication. L'organisation, parce que c'est un métier qui demande une rigueur constante et une gestion minutieuse des priorités. La négociation, car c'est au cœur de notre valeur ajoutée - il ne s'agit pas seulement de prix, mais aussi de conditions, de délais, de qualité. Et enfin, la communication, parce qu'on est en lien permanent avec les équipes internes comme avec les fournisseurs, et que la qualité des échanges fait souvent la différence.

S.I : Je dirais : stratégie, anticipation et collaboration. C'est un métier qui demande de toujours planifier en avance, de négocier avec intelligence, et surtout de travailler main dans la main avec différents départements et de nouveaux fournisseurs.

Qu'est-ce qui vous rend fiers de faire ce métier ?

K.C : Je suis fier de jouer un rôle central dans le fonctionnement de l'entreprise. Réussir une bonne négociation, livrer

à temps, optimiser les coûts... ce sont des choses concrètes qui ont un vrai impact.

Et c'est aussi un métier humain : on échange, on comprend les besoins, on construit des relations de confiance avec nos fournisseurs. Ça donne beaucoup de sens au quotidien.

S.I : Ce que j'aime, c'est qu'on apprend tous les jours. Le métier évolue en permanence : il faut s'adapter aux nouveaux process, suivre les changements logistiques, rester à jour sur les tendances... C'est un environnement où l'on innove. Ce qui me tient aussi à cœur, ce sont les relations humaines. Avec les fournisseurs, ce n'est pas juste une relation acheteur-vendeur - on construit de vrais partenariats sur le long terme.

Et pour conclure : un conseil pour celles et ceux qui aimeraient rejoindre ce métier ?

K.C & S.I : Le procurement, ce n'est pas simplement "faire des achats". C'est un métier stratégique, exigeant, où il faut savoir naviguer entre les process, les outils, la négociation et la communication avec de nombreux interlocuteurs. Il faut être curieux, réactif, à l'écoute du marché, et prêt à s'adapter en permanence - surtout dans un monde où la digitalisation transforme nos méthodes de travail.

C'est aussi une fonction où l'anticipation est clé, tout comme la capacité à gérer des imprévus, à relever des défis et à trouver des solutions au croisement de plusieurs enjeux. Développer son sens de la négociation, comprendre les besoins du terrain et construire des relations de confiance sont essentiels.

Notre devise ? « Help us to help you ». Car au quotidien, c'est justement ce mélange d'exigence, de relationnel et de résilience qui rend ce métier aussi vivant... et passionnant.

Sarvesh Issary
Purchasing Agent

Kingsley Clerisseau
Purchasing Agent





Et si j'étais...

- Si tu étais un réseau social :**
N'importe lequel... tant qu'il me connecte aux autres, me tient informée et m'enrichit !
- Un hashtag :**
#PositiveVibesOnly
- Une émotion :**
La joie, évidemment!
- Ton super pouvoir :**
La communication
- Ton style musical :**
Un mix de tout, selon l'humeur du moment.
- Un animal :**
Un oiseau migrateur - libre, curieux, grand voyageur.
- Un plat mauricien :**
La rougaille saucisse... qui me connecte aussi à la Réunion (mon île de coeur)
- Un moment de la journée :**
Le coucher du soleil : ressourçant et inspirant. Je le cale dans mon agenda aussi souvent que possible !
- Une marque mauricienne :**
Forty's (voir article)
- Un objet du quotidien :**
Le soleil. (Oui, oui, je l'emmène partout avec moi. Je suis une fille des îles, avant tout !)

Nouvelle direction marketing chez APTIS

C'est une page qui se tourne... et une autre qui s'écrit avec détermination et ambition. Nous sommes heureux d'annoncer la nomination de Karen Sarah au poste de Group Marketing & Communication Manager d'APTIS. Elle succède à François Colin, récemment promu General Manager de Barnes Maurice.

Forte de 25 ans d'expérience, Karen apporte à ce poste stratégique une expertise solide, nourrie par un parcours aussi riche que diversifié. Diplômée en Communication des Entreprises à Toulouse (France), elle a évolué pendant plus de 18 ans en agence de communication et marketing, où elle a accompagné des clients sur des enjeux multiples : communication commerciale et institutionnelle, communication digitale, positionnement de marque territoriale, communication de de crise, communication financière, relations publiques, événementiel, entre autres.

Son portefeuille de projets est constitué de secteurs variés : bancaire, grande distribution, agroalimentaire, boissons, immobilier, marque territoriale, corporate, finance, télécommunications, assurance, aviation, textile et plus encore.

Sa capacité à conjuguer vision stratégique et l'excellence opérationnelle fait d'elle un véritable atout pour structurer et faire rayonner l'image du Groupe APTIS.

« Mon objectif est de contribuer à la croissance du portefeuille diversifié du Groupe, soutenue par l'énergie d'une équipe marketing talentueuse et la vision inspirante d'un Conseil d'administration éclairé. Je ne pouvais pas mieux tomber car les valeurs fortes du Groupe me parlent personnellement : ATTITUDE. PEOPLE. TRUST. Je suis fière et honorée de construire des stratégies génératrices de valeur et de sens tout en participant à la performance du Groupe. Je suis certaine que cette nouvelle aventure va me permettre de déployer mon réel potentiel comme le promet si bien la mission d'APTIS. », partage Karen.

En parallèle de son parcours professionnel, Karen s'investit dans plusieurs projets qui lui tiennent à cœur. Engagée, elle est membre de l'initiative citoyenne Board of Good qui valorise le leadership éthique des femmes à Maurice. Elle a également encadré des étudiants en BTS Communication et souhaite continuer à transmettre sa connaissance aux talents de demain.

Côté perso, elle a cofondé Forty's, une marque artisanale d'accessoires féminins, avec sa meilleure amie - un projet mêlant complicité, créativité et engagement écologique.

Et parce qu'on ne change pas une passion de famille, Karen nourrit un amour profond pour le football, hérité de son père et de son grand-père. Elle s'est lancée un défi : faire le tour des stades mythiques d'Europe - Santiago Bernabéu, San Siro Stadium, Stade de France, Velodrome, Groupama Stadium, Allianz Arena, Emirates Stadium... Et le prochain ? Suspense !

Avec son approche stratégique et créative, Karen répondra efficacement aux besoins spécifiques de chaque client interne, tout en assurant une gestion fluide et performante des projets.

Aucun doute : elle relèvera ce nouveau défi avec brio et comme elle aime le dire avec des vibes positives !

Nous lui souhaitons plein succès dans cette nouvelle aventure !

APTIS

up to it

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

+230 249 2409 | info@aptis.mu

Our Companies

tobacco
tns

 **Racso**
Fuel and fleet management

EST. 1958
RESIGLAS
LA QUALITÉ DE VIE

consumer
tns

Harley Street
Fertility Centre
Mauritius 

L'artigiano


NAVITAS

BARNES
INTERNATIONAL REALTY

| Maurice