

# my BEACHCOMBER NEWS

N°5



## FACES OF HAPPINESS

Derrière la scène d'une campagne d'émotion

*feel  
the happiness  
you give*

**INTERVIEW**  
Gilbert Espitalier-Noël

**PORTRAIT**  
Stéphane Poupinel de Valencé

**EN LARGE**  
Promesse employeur

# # Sommaire

**My Beachcomber News**

**Une publication de**  
**Beachcomber Resorts & Hotels**  
[www.beachcomber.com](http://www.beachcomber.com)

**Directrice de la publication**  
 Karine Perrier Curé

**Responsable de la publication**  
 Sheila Ramsamy

**Comité de rédaction**  
 Beachcomber Resorts & Hotels

**Juin 2023**  
 République de Maurice

Toute reproduction d'article ou de photo  
 doit avoir été autorisée au préalable par  
 Beachcomber Resorts & Hotels.

- 3 # Edito  
*Karine Perrier Curé*
- 4 # Mot du CEO  
*Gilbert Espitalier-Noël*
- 6 # Interview
- 10 # Portrait
- 14 # Meet the team
- 15 # L'heuroscope
- 20 # 100 jours chez nous
- 24 # En large
- 36 # Go green
- 38 # Vis mon job
- 39 # Vous la connaissez ?
- 42 # J'y étais
- 43 # United

## Merci Gilbert, bienvenue Stéphane !

**Beachcomber Resorts & Hotels s'apprête à écrire un nouveau chapitre de son histoire. Dans quelques jours, après une transition en douceur, Gilbert Espitalier-Noël remettra officiellement les commandes du Groupe à Stéphane Poupinel de Valencé.**

Ce numéro de My BeachcomberNews est l'occasion pour nous de remercier chaleureusement Gilbert pour ces huit dernières années. Sous son leadership, Beachcomber a connu d'importantes transformations grâce à des décisions stratégiques majeures. Il a réussi à restructurer le Groupe tout en préservant les valeurs et l'histoire de la marque. Ces mesures courageuses portent aujourd'hui leurs fruits et permettent d'envisager l'avenir avec sérénité.

Depuis 2015, de nombreux projets ont été entrepris chez Beachcomber. Je pense notamment au lancement de la nouvelle identité, qui a renforcé le positionnement et la cohérence de la marque. La raison d'être de la marque a été définie et mise en avant. Aussi, il y a eu une restructuration financière pour redresser certaines filiales en difficulté et augmenter considérablement la profitabilité du Groupe, malgré la crise Covid-19.

Au cours de ces huit années, notre engagement environnemental n'a cessé de se renforcer, ce qui a abouti cette année à la certification EarthCheck Gold pour trois de nos établissements. Je tiens également à souligner le dévoilement de notre promesse de marque et le lancement de notre Artisan Value Proposition (AVP), deux étapes essentielles pour la croissance future du Groupe.

Dans son portrait, à découvrir dans cette édition, Stéphane confie que son approche

s'inscrit dans la continuité de ces actions pour pérenniser les progrès accomplis. Il expose ses principales priorités et définit son style de leadership. Ayant côtoyé Stéphane depuis mon arrivée chez Beachcomber en 2019, je n'ai aucun doute sur ses qualités pour guider le Groupe vers de nouveaux sommets.

Enfin, je vous invite à découvrir notre campagne de marque employeur ainsi que les 28 projets identifiés pour améliorer l'Expérience Artisans.

Bonne lecture.

**Karine Perrier Curé**

*Chief Brand &  
 Communication Officer*







La vidéo d'au revoir de Gilbert Espitalier-Noël aux équipes de Beachcomber

Scannez le QR Code pour visionner la vidéo

Chers

*Artisans,*

C'est non sans émotion que je vous écris ce message, le dernier que je vous adresse en tant que Chief Executive Officer de Beachcomber Resorts & Hotels. Il y a de la tristesse, mais aussi de la gratitude et une grande fierté d'avoir dirigé un si beau Groupe pendant huit ans. Cela a été une expérience professionnelle et humaine très forte.

Je vous remercie de votre confiance et de votre engagement à mes côtés. J'ai énormément appris en vous côtoyant. Vous êtes celles et ceux qui façonnent au quotidien la marque Beachcomber et qui font sa renommée à travers le monde. Vous êtes plus que jamais les piliers de notre réussite.

Ensemble, nous avons connu des moments fabuleux, mais aussi traversé des périodes difficiles. Cependant nous avons toujours su rebondir pour être aujourd'hui plus résilients et agiles. Nos résultats exceptionnels pour l'année financière en cours en sont la preuve. Pour le Groupe, l'avenir s'annonce prometteur, même si nous devons être prudents étant donné le contexte économique et politique mondial encore volatile.

Je remercie également les membres du ComEx pour leur soutien. C'est en toute sérénité que je m'apprete à passer le relais à Stéphane. Ses qualités humaines, sa capacité à fédérer, sa connaissance de l'entreprise et son parcours sont des atouts indéniables. Je suis sûr que vous continuerez, ensemble, à écrire cette belle histoire qu'est Beachcomber.

**Gilbert Espitalier-Noël**

## Certification Earth Check Gold : une première à Maurice !



### Des initiatives en chiffres

**0** plastique à usage unique

**1** programme de récupération d'eau de pluie au siège et dans 3 hôtels

**2** hôtels entièrement alimentés en eau provenant des stations de dessalement

**7%** d'énergie verte produite par les panneaux photovoltaïques de 4 hôtels

**+40%** de déchets recyclés

**45** ruches installées dans le cadre du projet « Honey from our Gardens »

**100%** d'eau recyclée pour l'arrosage des jardins

Fruit de cinq années consécutives d'efforts et d'audits, Beachcomber Resorts & Hotels obtient la prestigieuse certification environnementale EarthCheck Gold. Cette accréditation est une reconnaissance efforts du groupe à s'épanouir dans le respect de la planète et de ses citoyens.

Ils sont trois à ouvrir la voie. Les hôtels Paradis Beachcomber Golf Resort & Spa ; Dinarobin Beachcomber Golf Resort & Spa et Beachcomber House (siège du Groupe) se distinguent en faisant du groupe hôtelier le premier à Maurice à obtenir cette certification, parmi les plus élevées du label international EarthCheck.

Ce programme d'accréditation environnementale et sociétale, reconnu mondialement, s'appuie sur quelque 260 critères pour évaluer la démarche des établissements hôteliers en matière d'environnement et d'inclusion communautaire et culturelle, grâce à des audits indépendants annuels. Un honneur que le CEO du Groupe Beachcomber,

Gilbert Espitalier-Noël, attribue au « Formidable travail mené par les Green Teams et l'ensemble des Artisans dans chacun de nos établissements ».

Et bien d'autres initiatives durables, allant du compostage des déchets organiques à la sensibilisation régulière des Artisans aux enjeux environnementaux, en passant par l'inépuisable engagement communautaire du groupe à travers la FED, et l'implication des fournisseurs pour réduire l'impact environnemental de la chaîne d'approvisionnement.

Des efforts applaudis par Stewart Moore, CEO d'EarthCheck, qui, selon lui, « démontrent la forte implication de la direction du Groupe et mettent en évidence la passion et l'engagement ».

Une source de motivation pour le groupe qui vise l'obtention du label EarthCheck Gold pour toute sa collection d'hôtels à Maurice d'ici 2024.





## Gilbert Espitalier-Noël :

*Ne baissez jamais les bras !*

**Gilbert Espitalier-Noël quitte son poste de Chief Executive Officer fin juin après huit ans. Dans cet entretien, il dresse son bilan et jette un regard lucide sur les perspectives d'avenir de Beachcomber Resorts & Hotels et de l'industrie.**

**Quels sentiments vous animent à quelques jours de laisser les commandes de Beachcomber à Stéphane Poupinel de Valencé ?**

Il y a de la tristesse certes, mais aussi une certaine satisfaction et un sentiment du devoir accompli. Ces huit dernières années ont été belles, sans pour autant être faciles. Mais j'ai eu la chance d'avoir à mes côtés des collaborateurs et des équipes formidables et passionnés qui m'ont toujours soutenu, et c'est collectivement que nous avons pu relever les défis qui se sont présentés.

Je quitte cette fabuleuse entreprise qu'est Beachcomber en étant plus que jamais confiant quant à son avenir. Avec son savoir-faire et son savoir-être, je n'ai aucun doute que Stéphane saura écrire, avec les équipes, de belles pages de l'histoire de ce fleuron de l'industrie touristique mauricienne.

**Quels étaient vos objectifs lors de votre prise de fonction il y a huit ans ?**

Quand je suis arrivé en 2015, le groupe était dans une situation financière difficile, avec notamment un niveau d'endettement élevé. Nos opérations au Maroc et aux Seychelles étaient déficitaires en raison de difficultés

internes et de la conjoncture économique d'alors. Mes premières années à la tête de l'entreprise n'ont pas été de tout repos, puisque cette situation a nécessité des mesures structurelles fortes et rapides.

Pour ne citer que ces deux exemples, nous avons confié la gestion de notre établissement à Marrakech à Fairmont, alors qu'aux Seychelles, nous avons considérablement agrandi notre resort et l'avons loué au Club Med. Grâce à ces décisions, ces opérations sont désormais profitables et contribuent positivement à la performance financière globale du groupe, alors qu'en 2015 elles étaient déficitaires. En plus de ces réorganisations, nous avons accompli un travail important pour redéfinir la marque Beachcomber et mettre en place des normes de qualité et de satisfaction client. En parallèle, les équipes au niveau du siège social ont été renforcées afin de mieux soutenir les opérations dans tous les domaines.

Aujourd'hui, force est de constater que la transformation en profondeur de l'entreprise que nous avons engagée produit des résultats probants. Et ceux-ci confirment la résilience et la solidité retrouvées de Beachcomber, qui a su se relever après les sévères répercussions de la crise sanitaire.



**Dans quelle mesure ces réformes ont-elles permis au groupe de bénéficier de la reprise post-Covid ?**

La reprise de l'industrie touristique locale a été spectaculaire, c'est le moins que l'on puisse dire. Et Beachcomber en a pleinement bénéficié. J'en veux pour preuve nos résultats pour les neuf premiers mois de l'année financière 2022-2023. Notre chiffre d'affaires a atteint Rs 10,9 milliards, alors que les revenus bruts et les profits nets s'élèvent à Rs 3,6 milliards et Rs 1,8 milliard, respectivement.

Cette performance exceptionnelle est le résultat direct et tangible des restructurations entreprises depuis 2015. Les bonnes performances opérationnelles à venir et d'autres initiatives fortes devraient accélérer la réduction de cette dette et accroître davantage notre profitabilité au cours des années à venir.

**Notre industrie touristique a connu de nombreuses crises depuis sa création, mais la pandémie de Covid-19 est de loin la pire de son histoire. Comment l'avez-vous vécue en tant que CEO ?**

Diriger une entreprise requiert la capacité de s'adapter en permanence pour relever les défis lorsqu'ils surgissent. Cependant, si certaines situations peuvent être anticipées – ce qui permet dans une certaine mesure de s'y préparer – d'autres sont totalement imprévisibles. Et la pandémie de Covid-19 est de celles-là. Lorsque la crise sanitaire est survenue, elle a pris tout le monde de court.

Le plus dur, je pense, a été le manque de visibilité quant à la réouverture des frontières et la reprise de nos activités. Avoir autant d'inconnus rendait impossible toute tentative de planification. Pour un chef d'entreprise, il n'y a rien de plus difficile que de se retrouver dans cette situation. Mon plus gros défi a été de veiller à ce que nos 5 000 collaborateurs gardent espoir, alors qu'un grand nombre d'entre eux n'étaient pas au travail. Je suis très heureux et satisfait que nous soyons parvenus, au cours de ces longs mois, à maintenir la cohésion au sein de nos équipes. Nous avons peut-être eu des moments de doute, mais jamais de découragement.

On peut également se féliciter de la solidarité entre les acteurs et partenaires du tourisme, ainsi qu'entre les secteurs public et privé. Cette crise a certes été très dure, mais il ne fait aucun doute que nous en sortons tous grandis et certainement mieux équipés pour surmonter d'autres obstacles à l'avenir.

**Quels enseignements tirez-vous de ces longs mois d'incertitude ?**

Il y en a deux. Le premier, c'est que l'impossible est possible. Qui aurait pu prédire qu'une crise sanitaire allait mettre le monde à l'arrêt pendant plusieurs mois ? Personne, et pourtant ! Le second enseignement, c'est qu'il y a toujours une solution. Tout défi peut être relevé, à condition de s'entourer d'une équipe solide, soudée et motivée à atteindre des objectifs à long terme. Peu importe le problème, ne baissez jamais les bras !

**Tous les principaux indicateurs sont au vert pour Beachcomber. Comment s'annoncent les mois à venir pour le groupe, et l'industrie de manière générale ?**

Les perspectives à court terme sont bonnes. Si la dynamique se maintient, Beachcomber connaîtra une année record en termes de revenus et de profits bruts pour les 12 mois se terminant au 30 juin 2023. Cela dit, nous devons tout de même être prudents puisque la situation internationale reste volatile, aussi bien sur le plan politique qu'économique. L'industrie touristique reste très fragile, de surcroît sur une île comme la nôtre, éloignée des principaux marchés émetteurs. Nous devons donc continuer à parfaire notre offre et à consolider notre résilience.

Maurice est une destination sûre et durable, qui possède non seulement de magnifiques plages, mais aussi des parcs marins protégés, une biodiversité unique et une grande richesse culturelle. Il faut ajouter à cela notre hospitalité légendaire et notre savoir-faire, qui nous démarquent de nos concurrents. Nous devons cependant poursuivre nos efforts pour améliorer notre attractivité en valorisant davantage nos atouts culturels et en promouvant le tourisme vert.



JE DIRAIS QUE C'EST  
TOUT D'ABORD  
**LA BEAUTÉ DES  
MÉTIERIS QUI EXISTENT  
DANS L'HÔTELLERIE.**  
ILS ONT CHACUN  
LEURS CONTRAINTES,  
MAIS ILS EXIGENT  
TOUS DE **GRANDES  
QUALITÉS HUMAINES  
ET ÉNORMÉMENT  
DE PASSION.**

**Après huit ans, qu'allez-vous retenir de votre passage dans le secteur de l'hôtellerie ?**

Je dirais que c'est tout d'abord la beauté des métiers qui existent dans l'hôtellerie. Ils ont chacun leurs contraintes, mais ils exigent tous de grandes qualités humaines et énormément de passion.

Ce secteur est aussi un formidable ascenseur social. Durant ces huit dernières années, j'ai eu la chance de côtoyer de nombreux professionnels qui ont débuté leur carrière au bas de l'échelle pour gravir graduellement les échelons et occuper aujourd'hui des postes à responsabilités au sein du groupe. Preuve, s'il en est, que l'hôtellerie est un secteur qui offre de magnifiques débouchés professionnels à toutes celles et ceux qui veulent donner le meilleur d'eux-mêmes.

Le grand défi de notre industrie sera de susciter des vocations en attirant de nouveaux talents. Je quitte mon poste de CEO mais je resterai sur le conseil d'administration du Groupe. Je m'éloigne, sans toutefois disparaître !





**Il deviendra, à partir du 1<sup>er</sup> juillet, le Chief Executive Officer de Beachcomber. Stéphane Poupinel de Valencé, 44 ans, succède ainsi à Gilbert Espitalier-Noël.**

**Dans ce portrait, on vous invite à découvrir son parcours, ses passions, ainsi que ses priorités et son idée du leadership.**





## Sa famille

Stéphane est un mari et un père comblé : « *Ma famille est ma priorité absolue. J'ai la chance d'avoir une épouse qui m'épaula au quotidien. J'ai deux fils, âgés de 22 et 18 ans, avec qui j'apprécie de passer du temps de qualité, et surtout de les soutenir dans leurs projets.* »

Pour lui, l'équilibre de vie est essentiel. Ainsi, malgré son emploi du temps, il se réserve du temps pour ses loisirs. Stéphane a un faible pour les sports de raquette : squash et padel, principalement. Puis il y a les sorties en famille et entre amis, la lecture sur le développement personnel et les voyages. Ses centres d'intérêt : les voitures, la gastronomie, le vin, la musique et le cinéma.

## Son parcours professionnel

C'est au sein du groupe Eclasia que Stéphane commence sa carrière en 2001. « *J'ai pu y développer mes compétences en marketing. Cette matière, que j'avais étudiée en Australie, reste un pilier essentiel de la stratégie d'entreprise. La définition du produit, son positionnement, son prix, le marché dans lequel il évolue et les canaux de distribution sont des éléments prioritaires dans la gestion d'une entreprise* », explique-t-il.

Il y restera huit ans, avant de rejoindre Medine en 2009, au moment où le groupe lançait un important projet immobilier dans l'Ouest. « *L'immobilier était un domaine nouveau pour moi. J'ai commencé en tant que responsable des ventes et du marketing, avant d'être promu directeur général du*

*pôle immobilier quelques années après.* »

## Son arrivée chez NMH

En 2018, il intègre NMH avec une mission : créer Semaris, une entité spécialisée dans le développement immobilier. L'année suivante, l'entreprise est introduite en Bourse et lance avec succès d'ambitieux projets sous l'impulsion de son conseil d'administration indépendant. Les opérations immobilières au Maroc ou encore le lancement du projet Harmonie Golf & Beach Estate aux Salines, à Rivière Noire, témoignent de cette réussite. Il est également chargé de mener à bien les projets de rénovation et de construction des hôtels et des filiales de NMH.

## Sa nomination

C'est lors d'une conversation avec Gilbert Espitalier-Noël qu'il apprend sa nomination. « *J'ai été agréablement surpris et extrêmement honoré de cette marque de confiance de la direction.* » Cette nouvelle étape professionnelle est pour lui un accomplissement. « *J'ai toujours eu pour objectif de diriger une entreprise de grande envergure. Cela dit, j'ai également ressenti une certaine appréhension en raison de l'ampleur de ce poste et des responsabilités qui l'accompagnent.* »

## La transition

Avec dynamisme et positivité. C'est ainsi que Stéphane aborde ses nouvelles responsabilités. « *Siégeant au ComEx de NMH depuis sa création, j'ai été activement impliqué dans l'élaboration du plan à trois ans, ce qui facilitera la transition vers*

*mon nouveau rôle. Ce qui me motive avant tout, c'est mon désir de bien faire, de rassembler et de travailler en étroite collaboration avec mes équipes pour rendre le groupe encore plus performant et inspirant, en nous inscrivant dans la continuité des initiatives engagées depuis 2015.* »

Depuis l'arrivée de son successeur à la direction de Semaris le 1<sup>er</sup> avril, Stéphane est à l'écoute des équipes sur le terrain et visite les différents établissements. Il travaille également en étroite collaboration avec les membres du ComEx. Son objectif, dit-il, est de « *créer une équipe soudée, fondée sur la confiance mutuelle. Une équipe qui vise constamment l'excellence et qui trouve du plaisir à collaborer dans une atmosphère bienveillante.* »

En juin 2022, dans le cadre de sa préparation à ses nouvelles responsabilités, il a participé, à l'université de Cornell, aux États-Unis, à un programme de développement professionnel axé sur la création et la gestion de l'expérience client, et le leadership en hospitalité transformative dans un monde post-pandémique.

## Son leadership

Lorsqu'on parle de Stéphane, une chose revient souvent : son relationnel. L'homme est affable, souriant et pas avare de petites attentions à l'égard de ceux qu'il rencontre. « *Mes parents m'ont toujours encouragé à être serviable, à l'écoute et bienveillant envers les autres. Cela est ancré en moi de manière naturelle. Malgré les pressions du quotidien, j'essaie de rester fidèle à moi-même et de cultiver de bonnes relations avec mon entourage.* »

Pour lui, un véritable leader doit d'abord être capable de gérer ses collaborateurs. « *Cela implique de les écouter, de les motiver et de les aider à travailler ensemble vers un objectif commun. Il est essentiel de vivre les valeurs de l'entreprise et de donner l'exemple.* »

## Ses défis professionnels et personnels

Il s'agira, tout d'abord, de toujours rester informé des tendances qui se dessinent sur le marché mondial. Sensibilisé aux enjeux climatiques et environnementaux, Stéphane compte bien y consacrer du temps. « *Compte tenu de la vulnérabilité de Maurice, il sera nécessaire de travailler avec les autorités et nos collègues de l'industrie sur ces sujets fondamentaux, car il y va de notre avenir commun.* »

Sur le plan personnel, le challenge sera de prendre du recul, d'être disponible et à l'écoute pour motiver et inspirer les équipes. « *Je suis chanceux de travailler avec une équipe d'experts passionnés par leur métier et par la marque Beachcomber. Mon principal défi sera de favoriser une harmonie de travail, et je suis confiant que nous y parviendrons ensemble.* »

## Ses priorités

Améliorer continuellement l'expérience client. « *La qualité des services doit être omniprésente à chaque étape, de la réservation jusqu'à la fin du séjour. Nous miserons sur l'innovation et la digitalisation, notamment à travers de nouveaux concepts de restauration, une rénovation*

*continue de nos établissements, de nouvelles activités et un service personnalisé.* »

Recruter et fidéliser les talents. « *Notre raison d'être est de créer du bonheur en incarnant l'hospitalité mauricienne avec simplicité et générosité.* » Nous devons veiller à ce que cela se manifeste chez nos Artisans en consolidant notre culture d'entreprise axée sur le "People First". D'où l'importance de l'Artisan Value Proposition - Feel the happiness you give - et d'autres initiatives, telles que le Projet Employabilité Jeunes (PEJ).

Maintenir un bilan financier solide. « *Nous optimiserons nos taux d'occupation, explorerons de nouveaux marchés notamment à travers Beachcomber Holidays et augmenterons nos ventes d'« extras » durant les séjours. Nous nous concentrerons sur l'efficacité opérationnelle, la maîtrise des coûts et la qualité des prestations. Nous avons aussi comme projet de construire un nouvel hôtel de 200 chambres et un parcours de golf de 18 trous aux Salines de Rivière Noire, ce qui augmentera de 10% notre portefeuille de chambres à Maurice dans environ trois ans.* »

Réduire la dette. « *Nous mettrons en œuvre plusieurs initiatives pour honorer nos engagements envers nos partenaires bancaires, tout en investissant régulièrement dans la rénovation de nos établissements.* »

Gérer la marque Beachcomber. « *Nous capitaliserons sur notre réputation et renforcerons notre positionnement grâce à notre engagement en matière de durabilité, notre orientation familiale, notre action sociale à travers la Fondation Espoir*

Avec dynamisme et positivité

Développement (FED), et notre marque employeur. »

Et enfin, gérer les filiales et clusters de NMH. « *Je serai en permanence disponible pour toutes les entités qui composent le groupe, incluant les Beachcomber Tours et nos bureaux en Europe et en Afrique du Sud, nos filiales à Marrakech et aux Seychelles, de même que Beachcomber Catering et Beachcomber Boutiques à Maurice.* »



# Notre ComEx Team

Ils font partie du comité de direction de Beachcomber.  
Voici les membres du ComEx, sous le leadership de  
Stéphane Poupinel de Valencé :



De g à d : Hubert de Ravel, Chief Digital Officer, Jean-Louis Pismont, Chief Operations, Officer, Karine Perrier Curé, Chief Brand & Communication Officer, Sebastian La Hausse de Lalouvière, Chief People Officer & Group Legal Counsel, Stéphane Poupinel de Valencé, Chief Executive Officer (1<sup>er</sup> juillet 2023), Pauline Seeyave, Chief Financial Officer, et Nicolas Staub, Chief Commercial Officer

Absente de la photo : Geraldine Koenig, Chief Risk & Compliance Officer



## Beachcomber, chaîne préférée des Français

**Beachcomber Resorts & Hotels se distingue en France et décroche le titre de « Chaîne d'hôtel préférée des Français » à la cérémonie des « Travel d'Or » tenue au Pavillon Gabriel à Paris, le 6 avril dernier.**

Une consécration qui confirme et rend hommage à l'hospitalité, l'excellence du service et à la promesse de Beachcomber d'être créateur de bonheur pour ses hôtes.

*« Nous accueillons avec bonheur et humilité cette récompense qui confirme le rayonnement des hôtels Beachcomber sur le marché français. C'est aussi une belle reconnaissance du dévouement et de l'engagement de nos Artisans pour faire vivre des moments uniques à chacun de nos hôtes. Félicitations et merci à toutes nos équipes », déclare Geraldine Koenig, Chief Risk & Compliance Officer du Groupe Beachcomber.*

La soirée des Travel d'Or est le rendez-vous incontournable de l'industrie du tourisme en France. Créés en 2009, ils récompensent, chaque année, les professionnels du voyage et les entreprises du secteur, en mettant à l'honneur leurs compétences ainsi que leur créativité dans leur domaine d'expertise.





## Profit Sharing Scheme : une enveloppe de Rs 200 millions



Beachcomber alloue une enveloppe de Rs 200 millions au Profit Sharing Scheme, pour le versement d'un bonus à ses Artisans. Cette prime fait suite à la performance record du Groupe pour l'année financière 2022-2023 (voir ci-dessous). Un succès que Beachcomber partage avec ses équipes.

## Résultats financiers records

Performance financière record pour Beachcomber Resorts & Hotels au terme des neuf premiers mois de l'année financière 2022-2023.

### Chiffres clés :



Chiffre d'affaires :  
Rs **10,9**  
milliards



Profits après-taxe :  
Rs **1,8**  
milliards



EBITDA  
Rs **3,6**  
milliards

## Beachcomber Trail est de retour

Le Sud de l'île vibrera au rythme du Beachcomber Trail, le 30 juillet prochain. Après trois ans de pause en raison de la COVID-19, ce trail réputé pour son cachet unique fait son grand retour, avec trois grandes courses : le Trail du Sud Sauvage (60 km) ; le Trail du Nautile (25 km) ; et le Trail du Souffleur (10 km). Les trailers pourront se mesurer à des coureurs d'exception de Maurice et d'ailleurs, dont les Réunionnais Christopher Camachetty, Judicaël Sautron, la Française Sylvaine Cussot et la Mauricienne Marie Perrier marraine de cette édition 2023.



### Les parcours

1300 participants sont attendus sur les trois courses. Le coup d'envoi sera donné à 4h30 le dimanche 30 juillet avec l'épreuve reine de l'évènement, le Trail du Sud Sauvage. Cette course, la plus technique du Beachcomber Trail, invite les coureurs à entrer pleinement au contact des éléments... et à faire appel à toutes leurs ressources, avec pas moins de 2 200 mètres de dénivelé !

Le départ du Trail du Nautile se fera à 7h30 à l'usine d'Omicane. Ce circuit s'adresse aux amateurs en quête d'un challenge vivifiant et les invite à découvrir la face rustique de l'île en traversant de pittoresques champs de cannes à sucre bordés d'allées de cocotiers.

Le Trail du Souffleur débutera à 9h30 aux Ruines de Savinia. Ce tracé idéal pour tous les passionnés de courses en plein air, emmènera les participants à la découverte des falaises du Sud de l'île. Convivial et fun, avec ses dénivelés légers et ses sentiers roulants, ce parcours a cette année encore un nombre record d'inscrits.

### Village de course

Le Shandrani Beachcomber Resort & Spa sera le village de course et le point d'arrivée des trois épreuves. Comme pour les éditions précédentes, une belle animation est prévue, pour faire de ce rendez-vous sportif une vraie fête. La restauration sera assurée par les chefs des hôtels Beachcomber.





## Let's Be Food Allergy Smart

**Créer un plat et un mocktail sans aucun des 14 allergènes alimentaires les plus courants... Voilà le défi relevé haut la main par les 28 chefs et barmen qui ont participé à la compétition culinaire inter-hôtels, «Let's Be Food Allergy Smart», qui s'est tenue au Trou aux Biches Beachcomber.**

Au terme d'une longue journée riche en créativité, tout en adhérant aux Standard du Food Safety, notamment le contrôle des Allergènes, c'est le Dinarobin Beachcomber, composé des chefs Laurent Olivier et Poran Deelipchand, qui a remporté le concours (Catégorie Plat), alors que le tandem Jeannot Savricouty et Dishal Mohungoo est le vainqueur, côté Mocktail.

Organisée par le département Risk & Compliance - Safety, cette compétition s'inscrit dans une démarche de sensibilisation aux allergies et intolérances alimentaires. « Le but est de sensibiliser les Artisans à la présence d'allergènes dans les matières premières tout en mettant en valeur les créations des chefs et barmen de Beachcomber », déclare Isabelle Pellegrin, Head of Safety.

Durant la remise des prix, l'équipe Safety en a profité pour annoncer et récompenser les hôtels champions du quiz sur les Allergènes ; le Dinarobin Beachcomber remporte la compétition pour le meilleur score pour la participation et le Royal Palm obtient le meilleur score de réussite sur la connaissance des allergènes.

*Félicitations  
aux vainqueurs*



## Salle de gym pour les Artisans

**au Shandrani Beachcomber**

Les Artisans du Shandrani Beachcomber Resort & Spa ont désormais leur salle de sport. L'inauguration de la gym a eu lieu le 19 avril au Staff Village, en présence de deux invités de marque, le ministre de l'Autonomisation des Jeunes, des Sports et des Activités récréatives, Stéphane Toussaint et la championne du monde de Kun Khmer Boxe, Ranini Cundasawmy.

Plusieurs activités de fitness sont disponibles, adaptées à différents profils : les adeptes de sports, comme les débutants. Vélo, steps, musculations, cardio... il y en a pour tous les goûts. Au cours du mois de juin, des séances de yoga, zumba, sophrologie, animés par des coaches professionnels, seront aussi offerts.

« L'idée de cette salle de sports est d'aider au bien-être des Artisans et d'encourager la pratique d'un sport », dit Hansley Kona Herkanaidoo, P&C Manager du Shandrani Beachcomber et de Beachcomber Catering. La gym est ouverte tous les jours de 8h à 20h. Plus d'excuses pour ne pas faire de sport !



## Excellente année pour Beachcomber Boutiques

La Team Beachcomber Boutiques a de quoi être fière ! L'enseigne clôturera l'année financière 2023 (juillet 2022 - juin 2023), avec un chiffre de ventes en forte progression.

À cela s'ajoute une autre bonne nouvelle. L'engagement, la culture d'excellence de Beachcomber Boutiques et la passion des Artisans ont été salués par une étude du cabinet Kantar menée en avril auprès des clients des hôtels Paradis Beachcomber et Mauricia Beachcomber. De l'expérience offerte par les Artisanas en boutiques, qui véhicule si bien *The Art of Courtesy*, aux produits reflétant *The Art of Elegance*



et *The Art of Memories*, la promesse de marque de Beachcomber Boutiques est mise en valeur dans chaque étape du parcours client.

«Les 80 Artisans de Beachcomber Boutiques peuvent être fiers des résultats exceptionnels qu'ils ont réalisés durant ces 10 derniers

mois. Nous sommes sur la bonne voie pour faire une année record & inédite ! Bravo et merci à toute la BB Team», déclare Annabelle Dupont, General Manager de Beachcomber Boutiques.



## Lothar Gross, nommé dans le Top 50 des hôteliers allemands à l'étranger



Lothar Gross, General Manager des hôtels Canonnier Beachcomber Golf Resort & Spa et Mauricia Beachcomber Resort & Spa a été élu dans le classement du Top 50 des hôteliers allemands évoluant à l'étranger par le "Schlummer Atlas", publication de référence dans le monde tourisme germanophone. Une distinction qui récompense son sens de l'excellence, mais aussi son attachement au travail d'équipe et ses qualités humaines.

Riche d'une carrière de 40 ans dans l'hôtellerie en Europe, aux Maldives et à Maurice, Lothar a débuté comme apprenti au sein du groupe Intercontinental à Berlin en 1983. Steward, Restaurant Manager, F&B Manager, Resident Manager..., il gravit marche par marche les échelons, avant de prendre pour la première fois la direction d'un établissement hôtelier en 2002. En 2009, il rejoint le Groupe Beachcomber pour assurer la direction du Victoria Beachcomber Resort & Spa, puis celle du Shandrani

Beachcomber Resort & Spa. Depuis 2019, Lothar est le directeur général du Canonnier Beachcomber et du Mauricia Beachcomber.

« Recevoir cette distinction du magazine Schlummer Atlas est un immense honneur. J'ai une pensée pour mes équipes qui m'épaulent au quotidien et leur dis Merci. J'ai eu la chance de diriger plusieurs établissements au cours de mon parcours professionnel. À ce poste, j'ai toujours été guidé par l'envie d'apprendre, de transmettre, et d'offrir une qualité de service irréprochable aux hôtes », dit-il.

Ce classement du Top 50 des hôteliers allemands est établi, suite aux votes des lecteurs de Schlummer Atlas et aux commentaires des clients allemands sur les réseaux sociaux. La grande soirée des Awards se déroulera à Francfort en mai prochain.

## Le Chef Denny Imbroisi signe la carte du restaurant Il Corallo

Le Chef Denny Imbroisi signe depuis le 3 avril la carte du restaurant italien Il Corallo du Trou aux Biches Beachcomber Golf Resort & Spa, avec Guillaume Brégeat, Chef Exécutif du 5-étoiles. Une collaboration imaginée autour du partage, de la mixité et de la transmission.

Au menu, on y retrouve une cuisine typiquement italienne réinterprétée par le Chef Denny Imbroisi tels que la *Cacio e Pepe à la truffe* ou le *Tiramisù servizio al tavolo*. Une ode aux plus belles recettes italiennes. La carte évoluera au fil des saisons avec de nouveaux mets, toujours en faisant la part belle aux produits locaux. Pour commencer, 4 plats signatures : *spaghetti à la tomate confite, stracciatella e basilico ; artichaut frit à la juive façon Denny,*

*carciofo alla giudia ; gnocchi di patata, ragù de crabe mauricien et bottarga ; meringue italienne mangue ananas et passion glace vanille.*

Pour Denny Imbroisi, la cuisine est une histoire de famille. À 14 ans, son père l'initie aux recettes traditionnelles. Passionné, c'est auprès des meilleurs qu'il se perfectionne : Mauro Colagreco, William Ledeuil et Alain Ducasse. Le Chef Imbroisi est aujourd'hui à la tête de plusieurs restaurants à l'identité singulière et propose une cuisine authentique, généreuse, aux saveurs uniques et rassurantes.



## Le Royal Palm Beachcomber Luxury dévoile

# Le Comptoir



Le Royal Palm Beachcomber Luxury dévoile son tout nouvel écrin, Le Comptoir. Un lieu chaleureux, convivial et élégant, à mi-chemin entre rendez-vous de haute gourmandise, concept store, et boutique traditionnelle. Du mardi au dimanche, il est ouvert à tous pour un voyage gourmand ou une expérience shopping unique.

Tarte citron meringuée, tarte chocolat caramel, tarte coco, cheese cake aux fruits rouges, une sélection de macarons, des cookies qui se déclinent versions chocolat, pistache et vanille..., le Chef Pâtissier Exécutif du Royal Palm, Stéphan Baptiste a imaginé tout un choix de délicieuses pâtisseries.

Aux classiques et aux incontournables, s'ajoutent des créations exclusives du Chef. On trouve ainsi la Noix de Coco, une pâtisserie onctueuse et gourmande avec son crémeux coco, sa pointe de Malibu, son délicieux biscuit aux amandes, relevé d'un fondant à la mangue. Autre création, la Noisette, avec son crémeux praliné sur un biscuit avec un croustillant qui lui donne ce quelque chose en plus. Les amateurs de pâtisserie acidulée craqueront aussi pour Le Citron relevé d'un parfait à la vanille, sur un biscuit avec un cœur de confit de citron. Toutes ces viennoiseries sont à déguster sur place ou à emporter.

Le Comptoir, c'est aussi une expérience shopping dans une boutique qui met à l'honneur le savoir-faire des Artisans mauriciens. Maquettes de pirogues créées par Historic Marine, une sélection de bouquets composés avec des fleurs de saison par les fleuristes du Royal Palm, et des souvenirs du port-drapeau de l'hôtellerie mauricienne : peignoirs, serviettes...

Pour les occasions spéciales, Le Comptoir dévoilera des créations inédites. Aussi, pour la fête des Mères, les mamans ont été célébrées avec l'entremets Le Valentin de Cyril Lignac, qui a pris ses quartiers depuis octobre dernier au Royal Palm avec son restaurant Ischia.



## Savoir

### Infos pratiques

- Ouverture de 11h à 19h30 du mardi au dimanche
- Livraison offerte dans un périmètre de 5 km pour certaines commandes





## Stephan Lagesse, nommé GM du Paradis Beachcomber et du Dinarobin Beachcomber

Stephan Lagesse a été nommé General Manager du Paradis Beachcomber Golf Resort & Spa et du Dinarobin Beachcomber Golf Resort & Spa. Il prendra ses nouvelles fonctions le 1<sup>er</sup> septembre prochain.

Stephan possède 20 ans de carrière dans l'hôtellerie et a dirigé plusieurs enseignes à Maurice et dans la région océan Indien. En 2019, il rejoint Trou aux Biches Beachcomber Golf Resort & Spa en tant que Hotel Manager et est promu General Manager en octobre 2021.

« C'est un honneur et un privilège de prendre la direction de deux hôtels iconiques que sont Paradis Beachcomber et Dinarobin Beachcomber. Je remercie la direction du Groupe pour sa confiance. C'est un beau défi que je relèverai, entouré de Patricia Auffray au Dinarobin Beachcomber et Eddy Kwan Tat au Paradis Beachcomber ainsi que des équipes fabuleuses qui sont en place. Tous ensemble, nous œuvrerons à perpétuer le rayonnement de ces 5-étoiles », dit-il.

## Théodose Fleurié, nommé GM du Trou aux Biches Beachcomber

Théodose Fleurié, actuellement Hotel Manager du Trou aux Biches Beachcomber Golf Resort & Spa, a été promu General Manager du 5-étoiles. Il prendra ses nouvelles responsabilités, le 1<sup>er</sup> septembre prochain.

Diplômé dans la gestion de l'hôtellerie de luxe, il a débuté sa carrière chez Beachcomber en 2006, occupant successivement les fonctions d'Assistant F & B Manager au Paradis Beachcomber et de F&B Manager à Ste Anne Resort & Spa. En 2010, il poursuit son parcours professionnel en Europe.

Fort de l'expérience acquise dans l'hôtellerie de luxe européenne, il rentre à Maurice en 2021 et rejoint le Trou aux Biches Beachcomber au poste de Hotel Manager, alors que la destination mauricienne rouvre tout juste ses frontières, après deux ans de crise sanitaire.

« Je suis heureux de cette opportunité qui m'est donnée de diriger l'un des plus beaux hôtels de l'île. C'est avec beaucoup d'humilité que j'accueille cette nomination. Un grand merci à la direction de Beachcomber. Je suis impatient de relever ce nouveau challenge avec tous les Artisans de Trou aux Biches Beachcomber », dit-il.



## Audrey Cunat, nommée EAM du Dinarobin Beachcomber

Audrey Cunat a pris ses nouvelles fonctions en tant qu'Executive Assistant Manager (EAM) du Dinarobin Beachcomber Golf Resort & Spa, le 1<sup>er</sup> janvier dernier. Elle possède 25 ans de carrière au sein du Groupe Beachcomber. Elle a fait ses débuts en février 1998 au Paradis Beachcomber en tant que Guest Relations Officer avant d'être nommée Guest Relations Manager à l'ouverture du Dinarobin Beachcomber en juin 2001. Elle occupera ce poste jusqu'en mars 2017, date à laquelle elle sera promue Commercial Executive.

« Je suis très reconnaissante de cette mission qui m'est confiée et remercie la direction du Groupe de sa confiance. Mes remerciements vont aussi à Patricia Auffray, Hotel Manager du Dinarobin Beachcomber et toute l'équipe pour leurs supports et encouragements », déclare-t-elle. Audrey est titulaire d'une licence en Marketing Management.



## Sustainable Tourism Mauritius Awards 2023

Canonier Beachcomber Golf Resort & Spa décroche la distinction Bronze (catégorie Hôtels) aux Sustainable Tourism Mauritius Awards 2023. Ce trophée est une reconnaissance des actions respectueuses des pratiques du développement durable menées par l'hôtel.

Toutes nos félicitations au Canonier Beachcomber et à sa Green Team ! Bravo !

## Beachcomber x Jonak

Beachcomber Resorts & Hotels s'associe avec la célèbre marque française Jonak pour créer une collection en édition limitée de chaussures de vacances. Les pièces de la collection reflètent à la perfection l'élégance intemporelle, le confort et l'attention aux détails qui font la réputation des hôtels Beachcomber. Le lancement officiel de cette association de marque a eu lieu au Paradis Beachcomber Golf Resort & Spa, le 28 avril.

À la fois épurée, moderne et féminine, tout en distillant une aura de simplicité, cette capsule a été tout spécialement créée pour célébrer les vacances chez Beachcomber. Le choix des matières, comme la déclinaison des modèles traduisent légèreté, liberté et authenticité. « Jonak présente plusieurs points communs avec Beachcomber, ce qui explique notre association de marque, pour créer plus que de simples sandales : des chaussures travaillées avec passion et exigence pour accompagner les plus belles vacances de nos clients. La philosophie et les valeurs de cette Maison rejoignent notre promesse de marque, qui est d'être créateur de bonheur pour nos hôtes », déclare Karine Perrier Curé, Chief Brand & Communication Officer du Groupe Beachcomber.

Pour cette collaboration, Beachcomber et Jonak proposent des modèles légers, élégants et solaires. Une seule obsession : que ceux-ci puissent accompagner tous les plus beaux moments de celles qui les portent, du matin au soir. Côté formes, une sandale plate, une mule et une sandale à talons composent l'offre, ou comment conjuguer confort et style, sans concessions. Côté coloris, la chaleur d'un inoubliable coucher de soleil sur l'océan, ses teintes scintillantes et ses mille et un reflets ont inspiré le mordoré brun chaud et le camel subtil.

La collection est disponible en exclusivité dans les Beachcomber Boutiques, sur la plateforme d'achat en ligne de Jonak, et dans une sélection de boutiques Jonak à Paris.







# FACES OF HAPPINESS

En amont du lancement prochain de sa campagne de marque employeur *Feel the Happiness You Give*, Beachcomber Resorts & Hotels est allé à la rencontre de ses Artisans, lors des cinq jours de casting. Partager un moment d'intimité avec eux pour mettre en lumière leur fort sentiment d'appartenance, leur dévouement et leur passion pour Beachcomber à travers leurs métiers respectifs. Nous vous invitons à vous plonger dans les coulisses de cette formidable aventure humaine. Des expériences, particulièrement touchantes et inspirantes.

*feel  
the happiness  
you give*





**Célébrer ceux qui, jour après jour, rendent le séjour Beachcomber inoubliable, est un privilège rare. Notre nouvelle campagne de promesse employeur, « *Feel the Happiness You Give* », est un vibrant hommage à nos Artisans. Ces hommes et ces femmes, passionnés et dévoués, incarnent les valeurs fondamentales de la marque Beachcomber.**

**« Feel the Happiness You Give »**

La promesse de Beachcomber est d'être créateur de bonheur pour ses hôtes. C'est un engagement que nous tenons grâce à la passion, le dévouement et la joie sincère de nos Artisans. Notre promesse employeur « *Feel the Happiness You Give* » est née de cette réalité. Elle souligne que le bonheur que nos Artisans offrent à nos clients est intrinsèquement lié au bonheur qu'ils ressentent dans leur travail. Cette relation réciproque, profondément enracinée dans la nature humaine, suggère qu'en donnant sans réserve aux autres, nous attirons des expériences positives qui contribuent à notre croissance personnelle, à notre épanouissement émotionnel et à une société plus harmonieuse. C'est une véritable célébration de la symbiose de la joie.



**Les castings**

Pour garantir l'authenticité de cette campagne, nous avons choisi d'organiser des castings. Cela nous a permis d'aller à la rencontre de nos Artisans, non pas pour chercher des modèles, mais pour découvrir les véritables « Faces of Happiness ». Ces Artisans qui vivent pleinement les valeurs de Beachcomber. Ceux qui affichent fièrement un sourire chaleureux et accueillant, avec une confiance en soi et un charisme naturel.



Le casting a dépassé toutes nos attentes. Les Artisans, venant de tous horizons et de tous les métiers, se sont montrés d'une générosité exceptionnelle. Du premier appel à la sélection finale, chaque étape a été marquée par une grande émotion et spontanéité. Voir nos Artisans se présenter avec une telle authenticité et un tel enthousiasme a été un véritable privilège. Les histoires personnelles de bonheur, d'amour pour leur travail et de satisfaction à rendre les clients heureux ont touché le jury, composé de représentants des départements People & Culture et Brand & Communication, au plus profond de leur cœur. Cette aventure humaine était remplie de moments touchants et de découvertes inspirantes.







Au cours de ces cinq jours, dans six hôtels Beachcomber, nous avons rencontré de nombreux Artisans, chacun d'eux représentant la diversité et la richesse de Beachcomber, un mélange de talents, de cultures et de passions. Parmi eux, des chefs passionnés, des techniciens attentionnés, des femmes de ménage minutieuses, des valets soucieux du détail, des barmen conviviaux, des agents de sécurité accueillants, des serveurs prévenants, des managers dévoués, mais aussi des professions moins visibles comme des créateurs de contenu web dynamiques, des administrateurs méticuleux, des responsables financiers consciencieux, ou encore des gestionnaires de stock organisés, pour n'en nommer que quelques-uns. Chaque Artisan a apporté sa touche unique à ce casting, ajoutant une nouvelle nuance à notre palette de bonheur.





### Ils ont écrit

En commençant les castings, nous avons invité chaque participant à nous écrire 200 mots sur ce que « *Feel the Happiness You Give* » signifie pour eux. Par un heureux hasard, les deux seuls qui ont répondu à cette invitation s'appellent tous deux Brian. Ces deux jeunes hommes, l'un travaillant à la maintenance du Mauricia Beachcomber et l'autre au département People & Culture au siège central de Beachcomber, ont partagé leurs mots avec nous, et nous tenons à honorer leur effort en partageant leurs pensées ici :



*« Mon lien avec Beachcomber, mon travail, le lieu où je passe la plupart de mon temps, est l'endroit le plus important pour moi. Mes collègues de travail m'apportent beaucoup de joie et nous sommes tous très soudés, comme une grande famille. J'ai un environnement de travail très sain et favorable à l'apprentissage.*

*Cela fait 9 mois que je travaille ici au Mauricia Beachcomber et l'apprentissage ne se termine jamais, nous partageons toutes nos expériences communes avec les autres. Je peux toujours compter sur mes collègues dans les moments de difficulté.*

*Mon travail est très stimulant, le temps passe à une vitesse surprenante quand on se sent bien et à l'aise dans ce que l'on fait. Mes compétences et connaissances ont beaucoup évolué lors de ces derniers mois passés avec la compagnie.*

*Mes supérieurs m'ont toujours encouragé à me dépasser dans ce que je faisais. Ils m'ont toujours poussé à apprendre de nouvelles choses. Je peux leur demander conseil car ils sont très compréhensifs et attentifs. Ils répondent toujours présents pour nous, les Artisans.*

*Je remercierai toujours le Seigneur et l'hôtel qui m'a permis d'intégrer cette équipe formidable. »*

**Brian Bardin, Tradesman, Maintenance**



*« En tant que membre de la famille Beachcomber, je suis convaincu que le secret de notre réussite repose sur un environnement de travail sain pour nos employés, qui leur permet de transmettre leur joie à nos clients. Notre équipe People & Culture est alignée sur l'objectif commun de notre entreprise : offrir du bonheur à tous ceux qui franchissent nos portes.*

*Nous avons la possibilité au département People & Culture de faire vivre cet état d'esprit à travers les nombreux événements d'entreprise que nous organisons. Les activités détente, sportive et sociale sont des opportunités régulières pour nous de renforcer la cohésion et l'engagement des collaborateurs. Je suis conscient que le but principal de notre fonction d'ailleurs est de rendre l'Artisan heureux, que nous faisons tout en gardant humilité, simplicité et proximité.*

*Aujourd'hui, notre équipe dont je suis un des représentants reflète le parfait équilibre entre les valeurs fortes de notre groupe et un dynamisme qui vient renforcer notre positionnement. Je serais fier de représenter la fonction "PEOPLE & CULTURE" dans cette campagne d'employer branding.*

*Pour moi, « Feel the Happiness You Give » est/sera un des principaux avantages compétitifs de Beachcomber. Grace a cela, nous allons « set » un nouveau standard et mettre la barre très haute pour une meilleure l'Industrie hôtelière à l'île Maurice ! »*

**Brian Chang, People & Culture Executive**



### La sélection

La sélection finale a été l'une des tâches les plus difficiles, non pas en raison du manque de talent, mais à cause de l'abondance d'émotion que nous avons ressentie à travers nos échanges. Parmi plus de 90 Artisans rencontrés, nous en avons choisi une vingtaine pour représenter Beachcomber. Pour tous les autres Artisans, leur contribution sera également valorisée à travers différentes histoires et contenus sur nos réseaux sociaux et autres supports de communication.



### La campagne à venir

Nous commençons maintenant le shooting photo et vidéo avec une grande excitation et anticipation. Chaque image, chaque clip vidéo servira à raconter l'histoire de nos Artisans. La campagne qui se profile sera plus qu'une simple série de publicités ou de publications sur les réseaux sociaux. À travers des images authentiques et des histoires émouvantes, nous espérons non seulement attirer de nouveaux talents à Beachcomber, mais aussi inspirer chacun d'entre nous à chercher et à donner plus de bonheur dans notre quotidien.







### Au-delà des images

*"Feel the Happiness You Give"* est plus qu'une campagne de communication. C'est un mouvement de reconnaissance, un voyage vers une meilleure compréhension de la valeur et de l'impact de nos Artisans. À travers cette démarche, nous voulons que chacun prenne conscience de l'importance de chaque sourire, chaque geste attentionné, chaque effort pour surpasser les attentes, dans la création du bonheur de nos clients.

**Pour conclure, nous voulons exprimer notre plus profonde gratitude à tous nos Artisans pour leur dévouement et leur passion. Vous êtes le cœur de Beachcomber, la source de notre bonheur et l'inspiration de cette campagne. Nous sommes impatients de partager avec vous cette célébration de la joie et du bonheur.**

**#FeelTheHappinessYouGive!**



# 28 projets pour améliorer l'expérience Artisans



**28 Project Groups avaient pour mission de réfléchir à l'amélioration de l'expérience quotidienne de l'ensemble de leurs collègues. Ils ont présenté leurs projets au ComEx. Incursion au cœur de cette dynamique de changement positif.**

Créer une culture qui permette aux Artisans de s'épanouir pleinement au travail comme dans leur vie personnelle. Tel est le but de cette initiative menée par le département People & Culture, améliorer le cadre de vie de tous les Artisans du Groupe. La démarche a débuté par un sondage (Beachcomber Artisan Expérience), menée l'année dernière par le département People & Culture, qui a relevé 18 pistes d'amélioration.

Certains de ces domaines ont trait au développement personnel et professionnel, à l'équilibre de vie, la santé et le bien-être ; et la solidarité face aux pressions économiques. D'autres sont axés sur le milieu professionnel et la dynamique d'équipe, l'innovation, la valorisation du travail, le sens d'appartenance « *Once an Artisan, always an Artisan* », les activités récréatives, l'ambiance et l'environnement de travail, la montée en compétences, le soutien aux chefs d'équipe ; ou encore la pérennisation de l'apprentissage grâce à des mentors.

Enfin, sont aussi abordés, la synergie entre le Head-Office et les opérations, plus particulièrement la collaboration entre le siège et les hôtels ; la planification des effectifs de manière proactive ; la mise à jour des postes au service de l'efficacité ; la révision du parcours d'onboarding pour optimiser l'expérience de l'Artisan et la valorisation des métiers de l'hôtellerie en général.

Pour concevoir et déployer des programmes répondant à ces attentes, le Groupe a sollicité les idées de ses équipes. Aussi, 150 Artisans, répartis en 28 groupes se sont rencontrés de manière régulière depuis le début de l'année pour définir ensemble des actions qui contribueraient à améliorer la qualité de vie au travail. Chaque groupe est composé d'un Project Lead, d'un facilitateur et des membres. À chaque Project Group, sa thématique propre. Formés au montage de projet et équipés de tous les outils nécessaires pour présenter leurs projets respectifs, ces Artisans ont donné le meilleur d'eux-mêmes pour trouver des solutions tantôt productives, tantôt créatives, qui ont été présentées à la direction du Groupe, fin mai/début juin. Ils nous partagent leur vécu :

## Ils nous partagent leur vécu.



*Gertrude Laurent*

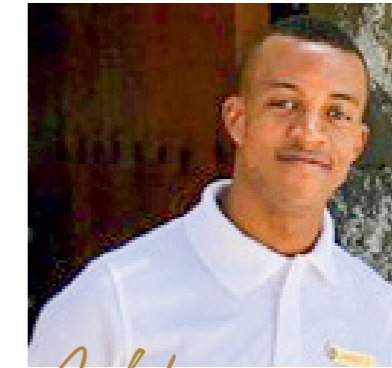
**Sports Manager au Victoria Beachcomber et Team Leader du groupe « Santé et Bien-être »**

« C'est une belle aventure humaine et une expérience formidable. Je suis heureuse d'avoir été sélectionnée pour faire partie des Project Groups.

D'autant plus que le projet confié à mon équipe touche un sujet qui me tient à cœur – le bien-être et la santé des Artisans. J'ai adoré ce travail collaboratif, qui nous a permis de proposer des initiatives innovantes.

Pour être honnête, les contraintes étaient nombreuses, surtout pour réunir les membres de l'équipe. La plupart sont dans les opérations et avaient souvent des difficultés à jongler entre le projet et leurs responsabilités professionnelles. De ce fait, pour avancer, il a fallu s'adapter et apporter des ajustements pour mener à bien notre projet.

Il est clair que malgré ces obstacles, il était absolument hors de question pour nous d'abandonner cette magnifique aventure qu'est l'AVP. »



*Ashley Perrine*

**Supervisor - Sports & Guest Entertainment au Canonier Beachcomber et Team Leader du groupe chargé du projet « Happy Workplace »**

« J'ai été honoré de me voir confier cette mission. Chaque membre de notre équipe tient cette responsabilité à cœur, car on porte sur nos épaules les attentes de l'ensemble de nos collègues, et nous voulons leur faire honneur à travers nos initiatives.

Pour notre part, le sondage a révélé trois principaux domaines d'amélioration, notamment l'environnement de travail, la valorisation du travail et l'ambiance de travail. Notre mesure phare se concentre sur la valorisation du travail accompli en mettant en place un système de récompense qui vient valoriser le travail bien fait. »



*Anousha Ram*

**People Projects & Administrative Manager**

« L'aboutissement de ce travail de longue haleine accompli par les AVP Project Groups est un moment de grande fierté et d'émotions. Cette belle aventure humaine a mis en avant la détermination et la motivation de nos Artisans à s'engager pour leur entreprise.

En dépit de leurs journées très remplies, ils ont persévéré, ont trouvé le temps de se rencontrer, de faire des surveys, des focus groups, de préparer leur présentation, pour faire leurs recommandations au ComEx. Ils ont vécu un 'learning curve' sur plusieurs volets et on peut aujourd'hui leur dire un grand BRAVO pour leur passion et dévouement. MISSION RÉUSSIE !

Cette démarche reflète également l'engagement de Beachcomber à offrir l'opportunité à ses équipes de contribuer à l'amélioration de l'Expérience Artisan, d'être innovants, d'être des Leaders, et Have Fun, Set the Trend ! »

### L'équation d'un épanouissement pérenne :

Antoine de St Exupéry disait : « Être un homme, c'est sentir, en posant une pierre, qu'on contribue à bâtir le monde ». Cette initiative vise donc à poser les pierres fondatrices d'une culture collaborative, bienveillante, inclusive et solidaire au sein du groupe.

150 Artisans sans à travers tous les Businessnits répartis en 28 Project Groups, pour faire avancer 18 Domaines d'amélioration basés sur les 5 piliers de la Beachcomber Artisan Value Proposition

*We grow together*

*We share and care*

*We are proud to serve*

*We have fun*

*We set the trend*



# Le Recyclage des déchets : une démarche adoptée par l'ensemble des hôtels Beachcomber.

**Le Groupe poursuit sa démarche de développement durable et a réalisé des progrès encourageants en termes de valorisation des déchets et de réduction du gaspillage alimentaire. Focus sur ces initiatives vertes.**

En ligne avec sa Charte des 52 Engagements Environnementaux & Sociétaux, le programme de gestion de déchets mis en œuvre dans les hôtels Beachcomber a notamment permis d'atteindre 43% de déchets recyclés, le rapprochant davantage de son objectif de 60% de déchets recyclés à l'horizon 2025.

L'initiative s'articule autour de quatre axes principaux : le tri sélectif, la valorisation des déchets, le compostage, et la sensibilisation..., avec pour but de protéger l'environnement en donnant une seconde vie aux déchets.

## 12 catégories de déchets recyclés

Aussi, le programme de recyclage couvre aujourd'hui de nombreuses matières. Plastique, papier, verre, capsules de café, huile de friture, déchets de bois, déchets alimentaires et bougies, sans oublier les déchets dangereux tels que l'huile de moteur, les piles, batteries provenant des voitures, et conteneurs vides de produits chimiques, sont tous traités comme il se doit.

## Les chefs du recyclage

Le Shandrani Beachcomber, a, depuis mai 2022, récupéré et recyclé 57 kg de bouchons en plastique envoyés à l'ONG Precious Plastics. La collaboration de l'hôtel avec Plankton Recycling a également donné une nouvelle vie à quelque 91 400 bouteilles en verre depuis novembre 2021.

Le Royal Palm Beachcomber Luxury, le Dinarobin Beachcomber, le Paradis Beachcomber et le Trou aux Biches Beachcomber, renvoient, pour leur part, les capsules Nespresso vides au fournisseur qui les recycle, faisant de même pour les piles usagées. Les performances particulièrement remarquables sont celles du Victoria Beachcomber, du Trou aux Biches Beachcomber et du Shandrani Beachcomber, qui recyclent aujourd'hui 100% de leurs piles.

Le Paradis Beachcomber utilise les déchets compostés dans son espace de compostage dédié Baz Levert, comme engrais pour le parcours de golf, alors que le Canonier Beachcomber et le Mauricia Beachcomber, transforment leurs déchets en fertilisants.

Ce programme contre le gaspillage prend également une dimension sociale, car les surplus des buffets sont remis à l'entreprise sociale Food Wise. Cette initiative aura permis, de 2021 à 2022, d'offrir des repas à 1 282 écoliers.

Au-delà d'atteindre un objectif chiffré, les efforts concrets des équipes à travers le groupe sont la preuve que nos activités hôtelières contribuent au développement durable et à l'économie circulaire.

Les efforts concrets des équipes à travers le groupe







Jean Patrick  
Michael Chowree

Jean Patrick Michael Chowree - tout simplement « Patrick » pour ses collègues et ses amis - est un extraordinaire autodidacte. C'est en 1999 qu'il se voit proposer ses premières missions de maintenance à Beachcomber Catering, avant d'y obtenir un emploi à temps plein en 2005. Il maîtrise alors la soudure, mais son nouveau job se montre plus exigeant car il doit assurer l'entretien et les réparations de différents appareils. L'exécution d'assemblages divers en matériaux galvanisés, inoxydables ainsi qu'en panneaux isothermes fait partie de son quotidien. « J'ai tout appris par moi-même ! », dit-il non sans fierté.

Tous les matins, il rejoint son équipe de quatre aux locaux de Beachcomber Catering, à Plaine Magnien. Fort heureusement, il habite à seulement 15 minutes de son travail ! Première étape : « checker le planning », car ici, aucun jour ne se ressemble. Avec

une multitude d'équipements de cuisine répartis sur une surface de 5500 m<sup>2</sup>, il y a presque tous les jours quelque chose à réparer. De plus, les équipements nécessitent un entretien régulier pour assurer leur bon fonctionnement. « Nous travaillons aussi avec les équipes de techniciens et d'électriciens, souligne Patrick. Tout le monde met la main à la pâte ! ».

Quand on l'interroge sur les défis que présente son métier, Patrick répond avec assurance : rien n'est difficile pour lui, car il maîtrise maintenant parfaitement son sujet. Ce père de deux enfants décrit une bonne ambiance au sein de l'équipe, et lui et ses collègues se retrouvent parfois en dehors du travail. Merci à Patrick pour ses 18 ans de loyaux services à Beachcomber Catering !



Emilia  
Adelaide

Serveuse au  
Paradis Beachcomber  
Golf Resort & Spa

Chaleureuse, bavarde et avenante, Emilia aime par-dessus tout le contact client. Sa plus grande qualité ? La communication ! Un atout qu'il faut cultiver dans son métier, qui demande un échange constant avec la clientèle. « Nos clients sont curieux et veulent découvrir l'île Maurice, dit-elle. Ils s'intéressent au pays, à sa culture. Ils veulent savoir quels coins visiter et me demandent souvent conseil. J'ai même accompagné un couple de clients japonais en road trip ! Nous sommes allés nous promener dans le quartier de Chinatown à Port-Louis et à la Rhumerie de Chamarel car le monsieur était amateur de rhum. Ils m'ont appris quelques mots dans leur langue, et nous avons gardé contact. »

À 8h15 tapantes, Emilia commence son shift au bar principal du Paradis Beachcomber. « Je m'occupe de la mise en place des tables, du rangement des menus mais aussi de l'alignement des chaises avant l'arrivée des premiers clients vers 10h. Tout doit être en ordre ! » Côté service, Emilia maîtrise bien son sujet et souligne l'importance d'être à l'écoute des clients pour comprendre leurs envies et les conseiller intelligemment. Sont-ils plutôt rhum agricole ou rhum traditionnel ? Ont-ils envie de goûter à quelque chose de nouveau ? Sont-ils venus pour marquer un événement ?

Les qualités humaines d'Emilia et l'excellence de son service ne passent pas inaperçues, et elle a déjà obtenu suffisamment de mentions sur TripAdvisor pour remporter un dîner pour deux - un programme incitatif développé par Beachcomber pour valoriser les Artisans les plus populaires sur TripAdvisor.

Nous souhaitons une bonne continuation à Emilia !



# À la rencontre de l'équipe Central Linen & Laundry



**Élément incontournable de l'expérience des hôtes, la qualité du linge d'hôtel se doit d'être impeccable sur tous les plans et à tout moment chez Beachcomber. Cela ne se limite pas qu'aux chambres, mais commence dès l'accueil, et s'étend aux prestations des restaurants et du Spa, en passant par le Centre de Sports. Composé de 12 Artisans dédiés, la mission du département Central Linen & Laundry est d'assurer que les literies, les linges de chambre, de bain et de restaurant, ainsi que les uniformes des Artisans respirent toujours la propreté et le confort.**

Tout commence en 2014, lorsque Beachcomber se lance dans la démarche d'aligner et de standardiser ses linges d'hôtel dans les 5-étoiles du Groupe. Le but étant d'avoir éventuellement le même type de textiles dans l'ensemble de ses hôtels, l'initiative est par la suite étendue dans ses resorts 4-étoiles. Beachcomber franchit une nouvelle étape en 2018, avec l'introduction de la technologie RFID (Radio Frequency Identification) pour le linge des hôtels 5-étoiles du Groupe, une première à Maurice.

Au-delà d'éliminer la pratique du comptage manuel du linge, cette technologie permet d'avoir un aperçu de la consommation en termes de linge de chambre. « Nous disposons des informations sur le nombre de pièces qui sont allées au lavage, celles qui sont rentrées du lavage, ainsi que sur le nombre d'entretien qu'a connu un linge depuis qu'il a été acheté », explique Mike Chéron, *Group Linen & Laundry Manager*.

À ses côtés, une équipe partageant le goût du travail soigné : Alexia Sunassee, *Administrative Assistant* ; Meggie Amadis, *Linen & Laundry Coordinator* ; Medgé Sooprayen, *Linen Storekeeper*, et Alexandre Hippolyte, *Linen Storekeeper*; et Alexandre Hippolyte, Tessa Latreille , Damien Bhim, Jane Louis, et Blaise Rayar, *Linen Assistants*.

Au Central Linen & Laundry, le processus de nettoyage commence par le scan des linges : les *Linen & Laundry Assistants*, s'appliquent à assigner chaque pièce selon le degré de nettoyage requis et en tenant en compte des Standard of Operations. Les textiles dotés de puces RFID sont quant à eux envoyés à la blanchisserie, tandis que le reste est réparti entre cinq buanderies différentes à travers l'île.

À leur retour, les vêtements et linges lavés et pressés sont soumis à un contrôle de qualité approfondi. Les pièces qui ne se conforment plus aux standards de Beachcomber sont immédiatement retirées du circuit et acheminées au Linen Store.

Le département Central Linen & Laundry a été établi en 2019, dans un espace dédié au cœur du bâtiment de *Dry Cleaning*, à Cassis. Il fait également office d'entrepôt pour l'ensemble des textiles de Beachcomber, et traite en moyenne un million de pièces mensuellement, en provenance des 5-étoiles. Parmi ses projets d'avenir, l'extension de la technologie RFID aux linges des hôtels 4-étoiles.



# Notre Équipe Safety

**Assurer la santé, la sûreté, ainsi que le bien-être des Artisans et des clients est une priorité absolue de Beachcomber Resorts & Hotels. Le département Safety est le garant de la démarche du Groupe en ce sens. Pour offrir l'expérience la plus sûre qui soit aux Artisans, comme aux clients, elle veille à appliquer les législations et à développer des Standards en lien avec le secteur de l'hôtellerie. Le département Safety regroupe le Safety & Health et le Food Safety.**

La mission de l'équipe s'inscrit dans le cadre plus large du département Risk & Compliance et a pour but d'évaluer et de prévenir les risques potentiels. « *Notre rôle est d'informer, de former et d'accompagner les Artisans dans leurs opérations afin de réduire les risques et d'éviter les incidents* », déclare Isabelle Pellegrin, *Head of Safety* qui exerce dans le domaine au sein du Groupe depuis 25 ans.

Aujourd'hui, elle mène fièrement une équipe d'Artisans qu'elle décrit comme des professionnelles passionnées, dynamiques et déterminées à faire progresser le Safety Culture chez Beachcomber. Chacune d'elles dispose d'une expérience unique et des compétences qui contribuent au succès du département. L'équipe Safety & Health est composée de Ruma Goroochurn, Deborah Valaydon, Vilasha Jogoo et Tania Caullee et l'équipe Food Safety est composée de Manisha Ramnauth, Sanaa Nubheebucus et Krushma Sunassee.

Cette équipe veille à ce que le Groupe respecte les dispositions légales nationales

et internationales. Cela se traduit au moyen d'inspections et d'audits hebdomadaires selon un calendrier établi sur l'année. Pour des raisons de transparence, des contrôles qualités externes sont également régulièrement effectués. Des sessions de « *onboarding* » sont aussi menées avec les nouvelles recrues. Plusieurs formations sont dispensées tout au long de l'année pour des rappels sur les différents thèmes, tels que l'HACCP, les allergènes, le Safety & Health, et le standard IMS (Incident Management Standard).

Le département a aussi établi un plan de travail ambitieux, basé sur leur Strategic Ambition et compte bien s'y tenir en travaillant davantage aux côtés des Artisans. Ateliers de travail, compétition culinaire autour des allergènes alimentaires, concours sur la compréhension du Safety & Health par les Artisans, ont été organisés pendant ces derniers mois. Déterminé à renforcer et faire progresser le Safety Culture, de nombreux autres évènements sont prévus et seront annoncés prochainement.

*Notre rôle est d'informer, de former et d'accompagner les Artisans dans leurs opérations afin de réduire les risques et d'éviter les incidents.*



# Dar Nursimooloo

## Une soif insatiable d'apprendre et de progresser

**Dans les années 1980, Dar cherche une opportunité de développement professionnel dans le tourisme. Il travaille à l'époque pour un salaire de Rs 50 par semaine.**



C'est alors qu'il voit une annonce de recrutement pour un poste de serveur au sein d'un nouvel hôtel : le Royal Palm. « Il y avait plusieurs demandes, et j'étais parmi les sélectionnés à la suite d'un examen écrit », se souvient-il encore. Direction l'école hôtelière des Mascareignes à Curepipe pour une formation, avant de faire ses premiers pas au Royal Palm Beachcomber Luxury en novembre 1985, soit quelques semaines avant l'ouverture de cet établissement qui deviendra une référence dans l'industrie hôtelière mauricienne.

« En tant que serveur, dit-il, j'ai acquis une solide maîtrise du service à l'anglaise et du service au guéridon. J'ai également développé des compétences en communication, en gestion de plaintes et en résolution de problèmes. » En parallèle, Dar continue à étudier afin d'affiner ses connaissances en management et en sommellerie - entre autres - et il montre un intérêt pour le leadership. Il finit par postuler pour le poste de chef de bar, auquel il est alors promu.

En 1991, Le Canonier Hotel cherche un Restaurant Manager et Dar est embauché. Quelques années plus tard, Beachcomber fait l'acquisition de l'hôtel et Dar est nommé Assistant F&B Manager puis, finalement, F&B Manager au Canonier Beachcomber Golf Resort & Spa : un poste qu'il occupe encore aujourd'hui ! « Cette promotion représente une étape significative dans ma carrière, avoue-t-il. Mon rôle me demande de superviser l'ensemble des opérations et d'élaborer des stratégies de croissance et de gestion des ressources. » Travaillant en étroite collaboration avec ses collègues ainsi qu'avec les autres départements, Dar est tour à tour leader, diplomate, pédagogue, animateur et gestionnaire. Toujours bien apprêté, il veille à la satisfaction des clients tout en restant à l'écoute des membres de son équipe qu'il doit former, encadrer et intégrer.

Quand il fait le bilan de ses trois décennies de carrière au sein du groupe Beachcomber, Dar se souvient avant tout des défis auxquels il a été confronté mais qui lui ont permis de grandir. Discipliné et perfectionniste, il manifeste une soif insatiable d'apprendre. Un bel exemple !

# HoD Forum

Le premier HoD Forum de l'année s'est tenu au Trou aux Biches Beachcomber fin mars. Cette grande rencontre a été l'occasion pour les chefs de départements de tous les Business Units de se retrouver. À l'agenda : faire le point où le Groupe était et où en il est aujourd'hui, présenter les derniers développements ainsi que les nouveaux projets et célébrer l'excellente performance financière de Beachcomber. En images le HoD Forum...







BEACHCOMBER  
RESORTS & HOTELS

# The Art of Beautiful

Nos artisans éveillent la beauté cachée de chaque instant,  
insufflant passion à chaque geste, en le transformant en une œuvre d'art.  
Une invitation à voir le monde dans un grain de sable  
et façonner ensemble une vision positive de l'avenir.



#IleMaurice  
#BeachcomberExperience

[www.beachcomber.com](http://www.beachcomber.com)