#43 Décembre 2018

UBP INFO

ACTUS

Produits en sacs
Rapport Intégré

DOSSIER

Génération Z

FOCUS

Procurement
& Assets

SOMMAIRE

05 LES ACTUS

10 L'INTERVIEW
Alan Cunniah — Group HR Manager

12 DOSSIER
Les Z, la génération qui casse les codes

17 LEARNING & DEVELOPMENT

18 FOCUS
Département du Procurement & Assets

20 UNE JOURNÉE AVEC
Adrien Bonne

22 SPONSORING

23 GO GREEN

24 UBP LONTAN

25 OUT OF OFFICE

Le mot du comité

Avec ce nouveau numéro, *UBP INFO* a pris des couleurs ! Comment ? En début d'année, nous avons réuni quelques collègues pour un Focus Group afin de nous assurer de prendre en compte les avis des uns et des autres. Le résultat : un contenu plus riche, une mise en pages attrayante… bref un support qui devient encore plus convivial avec une identité commune aux compagnies du groupe. Nous vous souhaitons de prendre autant de plaisir à le lire que nous avons eu à le réaliser.

Caroline Tyack, Millie Cheong, Adrien Bonne, Anne-Laure Ferry et les deux « parrains » de cette édition : Stéphane Ulcoq et Azmi Diloo.

MESSAGE

ENSEMBLE POUR ALLER PLUS LOIN

Stéphane Ulcoq
CEO

Chers lecteurs,

Exit 2018, Enter 2019 ! Quand la fumée des traditionnels pétards de la Saint-Sylvestre se sera dissipée, la liste des bonnes résolutions pour 2019 sera à son paroxysme, alors qu'au même moment 2018 ne sera déjà plus qu'un catalogue de souvenirs…
Quand nous feuilletterons, dans ce catalogue de souvenirs de 2018, le chapitre qui concerne notre groupe, nous aimerons nous remémorer les évènements qui auront été pour nous des motifs de satisfaction et de fierté. Il y en a eu tant et tant qu'il faudrait l'équivalent de dizaines d'UBP INFO pour tous les énumérer ! Je pense, par exemple, au lancement du nouveau site e-commerce d'Espace Maison, étape importante de sa marche vers un statut de référence du smart-commerce à Maurice. Je pense aussi à cette épopée ayant abouti à la mise sur le marché de macadams et de rocksands en sacs de 10 kg ou 20 kg pour les bricoleurs, une énième belle innovation d'UBP dont l'accueil par le public a dépassé nos attentes. Je me souviens avec émotion de cette belle soirée du Group Get Together, à laquelle nous avions aussi convié nos « anciens », et je revois le plaisir qu'ils irradiaient d'être parmi les membres de leur ancienne famille le temps d'une soirée. Et dire que quelques semaines seulement après cette soirée, Dominique Nancoo, ce grand homme que nous n'oublierons jamais, nous quittait brutalement…
D'autres souvenirs, liés à nos activités à l'étranger pour la plupart, ne nous réjouiront pas forcément. Nous tâcherons de vite les oublier pour ne conserver dans nos cœurs et nos mémoires que ceux qui nous auront fait vibrer. Et nous ferons en sorte de les remplacer très vite par d'excellents nouveaux souvenirs. Nous n'aurons d'ailleurs pas le temps de nous attarder sur les souvenirs de 2018, car 2019 sera, pour notre groupe, une année intense. De belles aventures nous attendent, sur notre sol mais aussi par-delà les océans. Nous les vivrons ensemble.
De nombreux challenges ne manqueront pas de jalonner notre route tout au long de cette nouvelle année. Nous les relèverons ensemble.
« Ensemble », voilà certainement le mot qui sera le mot-phare de notre année 2019. Même si nos compagnies se défendent chacune très bien, ensemble elles forment un Groupe fort, capable d'aller beaucoup plus loin. Allons-y ! Let's build together a better living environment!
À vous, ainsi qu'à tous ceux qui vous sont chers, je souhaite une belle et heureuse année 2019. Je vous souhaite de savoir apprécier à leur juste valeur les petits et grands bonheurs que la vie ne manquera pas de vous offrir durant cette nouvelle année. Savourez-les !

Bonne lecture !

> « De belles aventures nous attendent, sur notre sol mais aussi par-delà les océans. Nous les vivrons ensemble. De nombreux challenges ne manqueront pas de jalonner notre route tout au long de cette nouvelle année. Nous les relèverons ensemble. »

Intégrité et Innovation

VALEURS DU GROUPE UBP

L'appli Espace Maison, c'est tout bénef

Rien que des avantages avec l'appli Espace Maison ! Lancée depuis le 15 octobre dernier, cette application, qui remplace la carte VIB, compte plusieurs fonctionnalités permettant à son utilisateur, entre autres, de gérer ses achats, de voir le solde de ses points en temps réel et d'être notifié avant leur expiration, de payer instantanément avec ses points en magasin ou encore de consulter les promotions et événements en cours, grâce aux liens qui les renvoient à des e-brochures.

Autre fonction innovante déclinée sur différents onglets (selon les races canines) : l'utilisateur, qui achète les sachets Royal Canin, a la possibilité de gérer l'achat de ses sachets pour savoir quand recevoir le 11e gratuitement. L'appli Espace Maison est téléchargeable gratuitement.

Scannez le QR Code

UNE NOUVELLE GAMME DE PRODUITS EN SACS

Après les Smart Blocks, place aux produits en sacs ! Les macadams ½ et ¾ ainsi que le rocksand crépi 0-2 et le rocksand 0-4 sont vendus en sacs de 10 et 20 kilos depuis le 22 novembre dernier. « *Innover et répondre à un besoin de notre clientèle était notre ambition durant l'élaboration de ce projet,* déclare Caroline Tyack, *Group Marketing & Communication Manager*. *J'ai eu l'opportunité d'observer des produits similaires lors d'un voyage à la Réunion et depuis je me suis attelée à concrétiser ce projet. Je suis très heureuse d'avoir pu le mener à terme avec l'aide de mon équipe et de mes collègues.* »
Cette nouvelle gamme de produits est facile à transporter et à manipuler ; elle permet, en outre, d'éviter le gaspillage et le désordre dans la cour. Une usine dédiée à la mise en sacs des quatre produits a été installée à Geoffroy sous la supervision de Bruno de Spéville. Les sacs, qui arborent le logo « Made in Moris », sont en vente dans les magasins Espace Maison et dans les quincailleries de l'île.

BRYAN, AMAURY ET LAURENT SE DISTINGUENT EN « BUSINESS AGILITY »

Bryan Gujjalu, *Group Business Development Manager*, Amaury Lacoste, *Production Manager*, et Laurent Bega, *Group Engineering Manager*, ont réussi haut la main l'exercice de simulation de *business agility*. Exercice qui faisait partie de l'Agile Leadership and Digital Transformation Workshop, auquel ils ont participé en compagnie des managers d'autres entreprises.
Le but de ce workshop, qui s'est tenu au Hennessy Park Hotel du 29 octobre au 2 novembre derniers : amener les managers à penser comme de futurs CEO. Des professionnels internationaux ont tour à tour animé des master classes, ateliers ludiques et l'exercice de *business agility*, lors duquel les trois managers de UBP et deux participants de Phoenix Bev ont réuni leurs compétences pour remettre à flot une compagnie à la dérive. « *C'était une expérience à la fois fun et déstabilisante : dans un temps assez limité, nous devions comprendre un business et une problématique, élaborer une stratégie, la décliner en décisions opérationnelles, négocier avec les fournisseurs, les consultants technologiques, ou encore la banque, et analyser un flot important d'informations,* raconte Bryan Gujjalu. *Cette compétition nous a confortés sur la capacité que nous avons tous, de sortir de notre zone de confort. Le Groupe UBP a tout ce qu'il faut pour relever les défis et réussir les transformations, dès lors que les projets sont menés par une équipe dynamique qui se fait confiance, se soutient dans les difficultés, qui délègue efficacement et qui est prête à affronter l'inconnu en essayant de nouvelles approches.* »

Équipements high-tech, production optimisée

Le département Engineering s'est doté récemment de nouveaux équipements afin d'optimiser les opérations de production. L'ancienne grue de 35 tonnes a été remplacée par un modèle récent de 60 tonnes, aux possibilités plus grandes. Sa capacité lui permet de lever des charges plus lourdes (broyeurs et autres structures métalliques) et de transporter jusqu'à 15 tonnes en roulant, facilitant ainsi leur déplacement. Cette grue high-tech arbore les couleurs de UBP.
Autre nouveauté : l'acquisition d'un camion, équipé prochainement d'une remorque fabriquée sur mesure, pour assurer les transports de UBP, notamment de la grue mais aussi des excavatrices de Land Reclamation, des chariots élevateurs, *loaders*, et autres équipements (broyeurs, *block making machines*…) sur les sites de production à travers l'île. Ce semi-remorque viendra apporter davantage d'autonomie de transport pour le groupe.
Également acquise, une nacelle élévatrice araignée qui permet de travailler à une hauteur de 19 mètres. Plus maniable et fiable, cet équipement tient lieu, entre autres, d'échafaudages qui, généralement, prennent du temps pour être assemblés et déplacés par des opérateurs qualifiés, sans compter d'être vérifiés par un préposé du Health & Safety. Avec cette nacelle élévatrice, le travail en hauteur s'en trouve facilité.

Welcome to the UBP Trail Championship

Pour fêter ses 25 ans d'actionnariat majoritaire dans Welcome Industries, UBP a organisé pour la première fois, en septembre dernier, un *trail championship* à Rodrigues. Plus de 250 trailers, dont quelques-uns de UBP Welcome, se sont alignés au départ des deux parcours (17 km ou 25 km), à Baie du Nord. Était également prévu un troisième itinéraire de 2,5 km (Le Kids Fun) pour les enfants. Les gagnants (hommes et femmes) des parcours ont remporté, entre autres, des trophées, médailles, *cash prizes*, sacs de sport, parapluies, casquettes et gourdes. Présent à cette occasion, le CEO a annoncé à l'équipe organisatrice ainsi qu'aux participants que ce trail deviendra désormais un rendez-vous annuel, et que pour l'édition 2019 les gagnants seront sponsorisés par Welcome pour participer à un trail à Maurice. UBP a aussi décidé de sponsoriser un employé de Maurice pour participer au UBP-Welcome Trail Championship, qui aura lieu le dimanche 18 août 2019.
Avis aux amateurs…

UBP s'engage dans le rapport intégré

Pour son rapport annuel 2017-2018, publié en novembre dernier, UBP a opté pour le concept du rapport intégré, introduit il y quatre ans dans les pays anglo-saxons. Ce mode de reporting combine résultats financiers et responsabilité (sociale et environnementale) de l'entreprise, comme autant d'indicateurs de sa durabilité. *« Il apparaît de plus en plus que la crédibilité et la pérennité d'une entreprise ne reposent pas que sur sa solidité financière mais aussi sur de nombreux autres aspects, comme la maîtrise de ses savoir-faire, son positionnement stratégique, ses interactions avec son environnement naturel et social, sa pratique de la bonne gouvernance, la "renouvelabilité" de ses ressources... La particularité du rapport intégré est de savoir restituer la cohérence de tous ces éléments entre eux »,* explique Thierry Lebreton de Dynamia, qui a accompagné les équipes financière et Marketing du groupe dans l'élaboration de ce rapport annuel 2017-2018.
« UBP s'est engagé dans cette démarche dans le but de mettre en valeur la complémentarité de ses activités, d'inscrire des objectifs de développement durable au cœur de sa stratégie et de rendre compte de l'unité du groupe dans sa diversité, souligne Caroline Tyack, *Group Marketing & Communication Manager*. *Au final, cette démarche nous permet de mobiliser les équipes sur des éléments de reporting commun, quelle que soit la diversité des métiers au sein du groupe. »*

Scannez cette page avec layar

UN SHOW BIEN « MAURI-CHIEN »

Pour sa 6e édition, qui s'est tenue en septembre dernier au Domaine de Gros Cailloux, *Les Chiens et les Chats font leur show* a mis en avant les « Mauri-chiens », issus d'un mélange de races. L'attraction phare de ce rendez-vous canin a été sans nul doute les démos avec les chiens renifleurs de la Mauritius Revenue Authority. Le concours a été jugé par trois juges internationaux, les Français Sylvie Desserne et Laurent Bernard, et l'Irlandais Michael Forte.

Made in Moris fête ses 5 ans

Le 24 octobre dernier, le concept Made in Moris a eu cinq ans. Pour marquer cet anniversaire, l'Association of Mauritian Manufacturers (AMM), initiateur de ce concept, a tenu une conférence de presse suivie d'un atelier portant sur la thématique *Comment le Made in Moris peut vous aider à différencier et booster votre marque ?* UBP, un des membres fondateurs, a participé à ce séminaire, ce qui lui a permis, avec d'autres membres, de réfléchir sur des projets sociaux et environnementaux susceptibles de différencier leurs marques respectives. S'en est suivi le jeu de société de brainstorming Idea Maker, qui a donné des idées de projets dans lesquels pourraient s'investir les membres. Deux autres ateliers auront lieu l'année prochaine : le premier, qui se tiendra le 13 février 2019, s'articulera autour de la thématique *Marques Made in Moris, marques innovantes*.

LE GROUPE UBP
EN CHIFFRES

Nous voudrions dans cette rubrique partager avec les employés quelques chiffres significatifs de profits, de dépenses et d'investissements du groupe. Les différents chiffres et graphiques montrent la progression du groupe au cours de l'année financière 2017-2018.

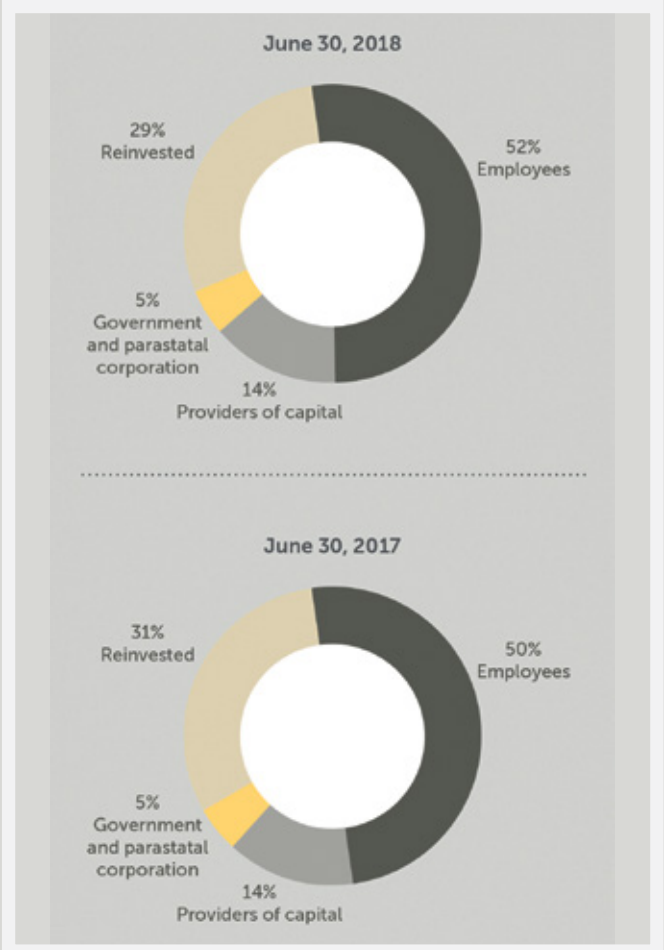
Capital Expenditure

Le tableau résume les investissements réalisés par le groupe en termes de biens, d'équipements et d'installations au cours de l'année.

A list of major investments	2018 Rs'000
Total Capital expenditure	270,003
Split as follows :	
Freehold land & buildings	65,086
Leasehold & land improvement	3,885
Plant & equipment	142,913
Motor vehicles	33,386
Asset in progress	24,733

Value Added Statement

Le graphique indique la répartition de la richesse créée par le groupe au cours de l'année.



ALAN CUNNIAH, Group HR Manager

« IL Y A DANS LE GROUPE UNE VOLONTÉ SINCÈRE DE FAIRE ÉVOLUER L'EMPLOYÉ »

C'est parce qu'il se retrouve dans les valeurs et la culture d'entreprise de UBP qu'Alan Cunniah s'est joint, il y a quelques mois, au groupe. Ce féru du développement humain s'est donné pour objectif de cultiver l'expérience « employé », tout en l'alignant sur les objectifs de l'entreprise.

Comment se passe votre adaptation dans le Groupe UBP ?

Extrêmement bien, d'autant que la même culture prévalait dans l'entreprise où je travaillais auparavant. C'est une des raisons pour laquelle je me suis joint au groupe UBP ; je me retrouve totalement dans ses valeurs d'intégrité, d'engagement et d'innovation. Les valeurs d'un groupe ou d'une entreprise sont le reflet de sa culture et de ses collaborateurs. UBP est connu sur le marché comme étant très proche de ses employés et c'est un fait avéré quand on y travaille.

Depuis votre arrivée, qu'avez-vous remarqué de particulier au groupe ou aux employés en général ?

D'emblée, j'ai trouvé l'ambiance conviviale. Il y a ici une volonté sincère de faire évoluer l'humain, quel que soit son poste. Ça va de l'opérateur au manager. C'est un groupe qui croit en ses employés et qui connaît leur potentiel. Nos matières premières sont des roches, et il y a ici de bons tailleurs de pierre pour transformer la roche en œuvre d'art. J'ai noté également un respect des autres, incarné par le CEO qui s'entoure de personnes prônant les mêmes valeurs que lui et que l'entreprise.

Être Group HR Manager, qu'est-ce que cela implique pour vous ?

C'est à la fois un privilège et une grande responsabilité. Une grande responsabilité à trois volets : développer les ressources humaines afin de pouvoir faire face aux challenges « avenir » et à venir ; continuer à maintenir et augmenter le niveau d'engagement au sein des différentes entreprises du groupe – je constate un lien émotionnel très fort avec l'entreprise. Et enfin attirer et retenir les talents. Avoir le bon candidat à la bonne place.

Quel est l'aspect des ressources humaines qui vous branche le plus ?

Le développement de l'être humain. Je pense sincèrement que l'humain est une espèce qui est capable de se surpasser en toute chose. Rien ne lui est impossible. Notre potentiel, notre capacité de développement, d'apprentissage et d'adaptation sont tout bonnement incroyables.
On parle souvent de l'expérience « client », n'oublions pas celle de l'employé. Comment créer une expérience, par exemple, pour quelqu'un lors de son premier jour de travail ? En lui faisant bon accueil et en créant un environnement convivial, où il se sentira à l'aise. Et où il aura envie de venir travailler tous les matins. L'écoute et le dialogue sont importants à cette expérience « employé ». C'est pourquoi je ne ferme jamais la porte de mon bureau !

Le département des Ressources Humaines n'a pas toujours la cote en entreprise, votre avis ?

Au contraire ! Les RH sont devenues au fil du temps un département incontournable au sein des entreprises. Aujourd'hui, le DRH est appelé à s'asseoir à la table directoriale, ce qui n'était pas le cas dans le passé. Nous sommes de plus en plus impliqués dans les décisions stratégiques. D'exécutants, nous sommes passés à participants dans le bon déroulement de l'entreprise, et même de son avenir. La fonction RH a été repensée de façon à intégrer complètement le développement et l'épanouissement de l'employé. Nous faisons les choses différemment, en tenant compte évidemment du fait que les ressources deviennent de plus en plus limitées.
Il y a aussi à prendre en considération l'aspect intergénérationnel qu'il est difficile de gérer. À UBP, ce problème est moindre, car la génération des baby-boomers partira quasiment en même temps. Mais avant qu'elle ne parte, il est primordial de la valoriser et de lui donner le rôle de mentor. Car cette génération est riche de connaissances qu'il faut à tout prix préserver pour le bien de l'entreprise.

Qu'allez-vous apporter de nouveau au département, et plus largement, au groupe ?

Une approche systématique et méthodique de la gestion des RH, tout en gardant un aspect humain et convivial. Cela passera par des outils de mesure pour aider les équipes managériales à prendre les meilleures décisions. Entre autres projets, je pense au Job Evaluation System et à une politique de rémunération qu'il faudra aligner sur le marché et à la performance. Mais mon fer de lance demeure le Learning & Development. Toutes nos formations seront basées sur nos valeurs et orientées vers les objectifs stratégiques du groupe. Dans le pipeline, nous avons la création d'une école de formation dans l'optique justement de partager les connaissances des « anciens ».

BIO EXPRESS

2018

Participe à l'Employee Engagement Programme, Values-Driven Engagement Journey, Sensing our values

2009

Obtient son MBA, avec spécialisation en Ressources Humaines

1990

Licence de sciences actuarielles de l'Université de Calgary (Canada)

1988

Expérience bénévole aux Jeux olympiques d'hiver à Calgary

> « Les RH sont devenues au fil du temps un département incontournable au sein des entreprises.

Les chiffres importants

Les Z représenteront

32 %

de la population mondiale en 2019 (selon Bloomberg)

55 %

de la Gen Z aspirent au bonheur (Kantar TNS)

En quelques mots

Boomers (1940-60)*

C'est la génération des workaholics. Les boomers sont de ceux qui font carrière, demeurent fidèles à leur employeur et respectent la structure et la hiérarchie. Ils se réalisent à travers leur vie professionnelle et leur statut. Pour eux, les échelons se gravissent avec le temps.

Gen X (1960-80)

Les X prônent une vie plus équilibrée, en réaction à la vie professionnelle effrénée des boomers. Cette génération est davantage centrée sur ses besoins. Les X aiment qu'on leur assigne des objectifs clairs et qu'on reconnaisse leurs compétences. Ils sont multitâches.

Gen Y (1980-1995)

Les Y sont indépendants, flexibles et orientés « vie équilibrée ». Ils croient dans un monde meilleur et préfèrent travailler pour des organisations qui s'impliquent dans la responsabilité sociétale. Leur monde est celui de l'innovation et des nouvelles technologies. Les Y pensent global et recherchent des opportunités de carrière.

** À noter que les dates de chaque génération peuvent varier en fonction des pays et des sources.*

Les Z, la génération qui casse les codes

Leur monde tourne autour des réseaux sociaux. Hyper-connectés, inventifs, aventureux, ouverts au monde et aux nouvelles expériences, les Z bousculent par leur manière de faire et de penser. Cette génération montante aux codes différents influe sur la société et sur l'entreprise, à laquelle elle apporte une nouvelle façon de travailler.

Yeux rivés sur l'écran de leur portable, pouces s'agitant à la vitesse grand V, quels que soient le lieu et le moment… Aucun doute, vous êtes en présence de spécimens de la génération Z. Cette génération (1995-2015), qui succède aux millenials (Gen Y), sont des « *digital natives* », précise Françoise White, spécialiste en *Human Capital* et *Management Transformation* (de White & White Associates). « *Ils baignent dans le monde des réseaux sociaux et de l'hyper-connectivité.* »

Ce qui définit les Z ?

Ils sortent souvent en bande et affectionnent particulièrement les centres commerciaux et les cafés, surtout où le wifi est accessible ! Ce sont les pros du networking, leur monde tournant autour de leurs amis. Ils partagent absolument tout sur les réseaux sociaux. Et c'est justement cette caractéristique qui fait que les Z aiment travailler en équipe, souligne Françoise White. Ils sont naturellement des *teamworkers*. D'après un sondage, si 39 % des Y veulent changer le monde, ils sont 60 % chez les Z à vouloir vivre dans un monde meilleur et à avoir une conscience citoyenne. « *Contrairement à ce que l'on pense, les Z ont des valeurs (l'écoute, l'honnêteté, la disponibilité), et un sens prononcé de la mission ; ils ont des projets dans lesquels ils croient et s'investissent, ce qui les rapproche des Y, mais aussi de la génération silencieuse (1920-40)* », fait ressortir Françoise White.

N'étant pas prêts à sacrifier leur vie personnelle et familiale – contrairement aux boomers (1940-60) considérés comme des *workaholics* – les Z n'entrent pas en entreprise pour faire carrière ou gagner plus au détriment d'une vie équilibrée. Selon une étude effectuée par Kantar TNS, société spécialisée dans les études marketing et les sondages d'opinion, la génération Z fait partie des 60 % de la population qui souhaiteraient faire des semaines de moins de 39 heures, avec des journées de moins de 7 heures.

Ce que cherche cette génération ?

Acquérir de nouvelles expériences, participer à des projets, mettre en commun ses compétences pour arriver à un résultat, partager ses avis, être reconnue pour son travail… Ce qui la motive ? Le plaisir et l'envie d'entreprendre. Toujours d'après Kantar TNS, il ressort que les Z se disent « *éloquents, aventureux, imaginatifs, intellectuels et sensibles aux arts dans des proportions supérieures à la moyenne. Pour eux, le plaisir et l'accomplissement passent également en premier* ».

Le Z est capable de lâcher un travail inintéressant, bien que rémunérateur, et dans lequel il s'ennuie. Il fait fi de la hiérarchie. « *Il n'a que faire du titre du boomer ou du X,* relève Françoise White. *La seule chose qui l'intéresse, c'est que son manager soit davantage un coach pour lui, qu'il l'aide à progresser, qu'il le valorise et qu'il puisse apprendre de lui.* » Contrairement aux générations précédentes, les Z émettent…

> À l'entreprise de repenser son mode de fonctionnement pour pouvoir bénéficier des avantages générés par cette génération. »

... leurs opinions, questionnent le pourquoi des choses et influent sur les décisions en fonction de leurs intérêts. « *Cette génération n'a pas peur de challenger un senior dans ses connaissances et de conforter les infos qu'elle reçoit en les "googlant" ; le Z aura du mal à respecter un supérieur qui ne fait pas montre de ses compétences et lâchera son boulot si ce dernier le cantonne à un simple poste d'exécutant* », poursuit la spécialiste en *Human Capital*. Encore plus que la Gen Y, les Z sont une génération d'entrepreneurs. Ils n'hésitent pas à quitter leur job pour ouvrir leur propre boîte, comptant sur les réseaux sociaux pour se faire connaître.

Ce que les Z apportent à l'entreprise ?

Les grandes entreprises ne nous font pas rêver, disent les Z. Et cette affirmation est d'autant plus forte, quand on sait que les grandes entreprises sont plus lourdes à bouger que les start-ups, où la créativité, l'agilité et la prise d'initiatives (caractéristiques des Z) sont davantage recherchées. Alors, comment les retenir ? À l'entreprise de repenser son mode de fonctionnement pour pouvoir bénéficier des avantages générés par cette génération, affirme Françoise White. La curiosité innée des Z, leur aptitude à manier les outils technologiques et leur recherche de challenges aideront l'entreprise à anticiper et à saisir les opportunités qui se présentent à elle. Ces *teamworkers* aiment par-dessus tout réunir leurs compétences, dans le respect et la compréhension de l'autre, pour les mettre au service d'un plus grand nombre. Ingénieux, débrouillards, fonceurs, ils prennent des initiatives pour trouver des solutions, quitte à brûler les étapes, ce qui bien souvent agace les boomers pour qui les procédures sont importantes. « *Une entreprise gagnante est une entreprise qui saura accueillir les Z, leur créant un environnement propice à leur épanouissement et à la valorisation de leurs idées, tout en canalisant leur énergie,* affirme Françoise White. *C'est une entreprise qui saura aussi faire travailler ensemble les différentes générations. Laissez ces petits jeunes vous pousser vers le large !* »

Ce que la Gen Z peut apporter à UBP ?

« *Cette nouvelle génération est surprenante je dois avouer et nécessite une remise en question du manager,* confie Caroline Tyack, *Group Marketing & Communication Manager. Je suis convaincue que les employés de la génération Z sont d'une grande valeur ajoutée à une équipe. La spontanéité dont ils font preuve dans leurs propos ou réactions, la fraîcheur de leurs idées et la façon d'appréhender les situations, tout cela vient bousculer notre façon de voir et de faire les choses et c'est bien ! Il faut aussi savoir les accepter comme ils sont et ne surtout pas vouloir les changer. Par exemple, ne leur demandez pas de quitter leur téléphone, ils sont hyper-connectés. Voyez plutôt cela comme une force dans un monde qui devient de plus en plus digital... Utilisez leur énergie, ils sont pressés, voire impatients ! Oui, il faut les suivre et aller à leur rythme avant qu'ils ne s'ennuient, ça c'est une réalité. Donner du sens à ce qu'ils font car quand ils y croient, ils mettront tout leur cœur à se surpasser !* »

Raoul Maurel, une génération à l'écoute

« C'est clair, la génération Z et la mienne n'ayant pas du tout évolué aux mêmes périodes (familiale, éducative, sportive), nous n'avons pas la même façon de voir les choses. Donc, les réactions diffèrent obligatoirement. Déjà notre cadre familial était plus strict : respect des personnes âgées, de la religion, des institutions… Les mères étaient plus souvent au foyer et géraient l'éducation des enfants jusqu'à leur majorité. La HSC n'était pas obligatoire à notre époque alors qu'aujourd'hui les études universitaires sont un must pour avancer dans la vie. Si je trouve difficile de communiquer avec les Z ? A priori non, car ma génération a toujours été à l'écoute. Petits, on écoutait nos aînés, lorsque nous sommes devenus parents, nous avons écouté nos enfants. On a donc passé notre vie à écouter, mais personne ne nous a écoutés… »

Millie Cheong, la Z

« La Z, que je suis, apprécie beaucoup d'être en relation avec les différents départements et filiales du groupe, et de travailler en équipe sur les divers projets de communication. Je me vois acquérir de l'expérience et des nouvelles compétences, et en contrepartie apporter un plus au groupe, à travers de nouvelles méthodes de travail ou une nouvelle manière de voir les choses. Si les autres générations m'apportent des points de vue différents, de l'expérience et de la patience, je me sens quand même plus proche de la mienne, avec laquelle je communique mieux. »

2 questions à Virginie Villeneuve,
Head of Marketing Intelligence, Kantar TNS

« Le respect des différences permet aux talents de s'épanouir »

Quel est le plus grand défi pour les entreprises face à la génération Z ?

Les Mauriciens de la génération Z sont souvent issus d'un foyer avec un ou deux enfants. Leurs parents ont choisi d'avoir moins d'enfants et deux sources de revenus. Ces enfants choyés sont souvent diplômés et hébergés par leurs parents. L'environnement digital dans lequel ils ont grandi et le confort du foyer les rendent plus spontanés mais aussi plus impatients. Le plus grand défi pour les entreprises est de faire cohabiter cette nouvelle génération avec les aînés qui sont parfois établis dans une routine professionnelle bien cadrée. On peut dans certains cas aller jusqu'au clash et à l'inertie professionnelle.

Quels sont les avantages d'une interaction des générations pour l'entreprise ?

Les inconvénients de la génération Z sont aussi souvent ses avantages. Les jeunes Mauriciens ont la particularité d'avoir une personnalité qui diffère du modèle mauricien global. Ils sont plus ouverts aux changements, plus créatifs, artistiques et flexibles. Ils ont beaucoup à apporter à une entreprise. Il faut donc encourager les interactions avec des collaborations intergénérationnelles sur les projets. La clé de la réussite sera avant tout l'empathie et l'écoute. Le respect des différences permet aux talents de s'épanouir. L'entreprise ne peut en sortir que gagnante !

Engagement

VALEUR DU GROUPE UBP

LE LEARNING & DEVELOPMENT, COMMENT ÇA MARCHE ?

Impulsé par sa responsable, Azmi Diloo, le pôle Learning & Development du département RH a amorcé depuis quelque temps une redéfinition de sa mission, de ses objectifs stratégiques et de ses champs de compétences. Avec pour but ultime de développer une culture d'entreprise axée sur l'apprentissage et la performance, tout en veillant à ce que les employés soient responsabilisés, valorisés et respectés.

La mission du L&D

Le Learning & Development se définit comme un moyen d'acquisition...

... de nouveaux comportements
Des connaissances
Des aptitudes et attitudes...

... pour améliorer la capacité des employés à répondre aux exigences actuelles et futures du travail, et à performer à un niveau supérieur.

Ses champs d'action

Leadership
Pour former des leaders au sein de l'entreprise

Développement de talents
Développer des talents au sein de l'entreprise

Compétences techniques
Formations spécialisées (technique, opérationnelle, professionnelle, réglementaire)

People Focus
Compétences personnelles et comportementales

Synergies d'équipe
Team building, efficacité et performance

Santé, sécurité et bien-être
Procédures et règlements de santé & sécurité, activités de bien-être

Le parcours 2019 du learning

Février 2019
- Know your group

Mars 2019
- Group Induction Programme. Chaque trimestre, ce programme introduit le groupe et ses valeurs aux nouvelles recrues (staff et opérateurs). Il aborde plusieurs points : la structure du groupe, les conditions, privilèges et l'engagement des employés, la santé et sécurité dans le groupe
- Préparation pour le LNA 2019/2020

Juin 2019
- UBP Academy. L'idée est de créer un centre de formation où des employés ayant des connaissances techniques acquises de longue date à UBP pourront former les nouveaux et leur transmettre leur expertise
- Group Induction

À partir de juin 2019
- PMS goes live
- UBP Academy

LE PROCUREMENT & ASSETS AU SERVICE DES EMPLOYÉS

La plupart des demandes d'achats du groupe, non liés à la production, convergent vers le Procurement et Assets. Mais pas que, car depuis plus d'un an, le département pilote de nouvelles missions stratégiques. Avec toujours les mêmes objectifs : satisfaire les besoins du groupe et optimiser les coûts.

Les chiffres importants

Une moyenne de

1 200

demandes par mois

pour un montant de

Rs 12 M

SA BIO

Depuis sa création en 2004, le département Procurement & Logistics s'occupait principalement des achats et de la logistique d'Espace Maison en importation. En avril 2017, avec l'arrivée de Gino Gunness comme responsable du département, les missions stratégiques se sont étoffées, avec une centralisation de tous les achats (hors production) et une gestion des biens (terrains, bâtiments, mobilier…) du groupe. De Procurement & Logisitics, le département est devenu Procurement & Assets, avec des objectifs définis et une politique d'achats plus structurée.

SES ACTIVITÉS

Recueillir les besoins et les demandes des employés et des départements, gérer le processus d'achats, négocier au besoin les tarifs et conditions, aider les autres départements à déterminer leurs besoins… voilà l'essentiel des activités du Procurement. Le département achète des produits : provisions, papeterie, uniformes, meubles, climatiseurs des magasins d'Espace Maison Ltée... Sans compter qu'il gère et entretient les biens du groupe, fait le suivi des nouveaux projets de construction ou de rénovation et entretient les équipements hors production. Des travaux qui se font conformément à un contrat écrit et dans le respect des normes de sécurité après sélection des entrepreneurs. « *Notre mission principale est de satisfaire les besoins de nos clients, en leur apportant les meilleures solutions le plus rapidement possible* », affirme Gino Gunness. *Une mission qui n'est pas toujours facile, au vu des demandes à traiter rapidement alors que la qualité coûte en temps.* »
Elle passe également par une optimisation des coûts, pour s'aligner sur les objectifs financiers du groupe.

SES PROJETS

La sécurité des biens tombant sous la responsabilité du Procurement & Assets depuis janvier, une véritable salle de contrôle a été mise en place à Geoffroy. Elle est gérée par un *Security Officer* recruté dans la foulée. Dans le pipeline figurent, entre autres, un projet de numérisation de tous les biens immobiliers dès leur achat, la gestion de l'énergie et des déchets (recyclage de vieux équipements) et la mise en place d'un dépôt d'archives codifiées à Geoffroy. « *À travers ces projets, mon équipe et moi voulons apporter de la valeur ajoutée au département, et passer le message à tous les employés du groupe qu'ils peuvent compter sur nous pour leur faciliter la vie au travail* », conclut le responsable du département.

SON ÉQUIPE

Le Procurement & Assets compte aujourd'hui une équipe élargie pour pouvoir répondre à ses objectifs. Bientôt sera recruté quelqu'un ayant des connaissances en comptabilité pour s'occuper de la partie administrative et financière du département. Chacun est constamment poussé à s'améliorer, à affiner ses connaissances, à proposer des idées pour au final s'épanouir dans son job et fournir le meilleur des services. « *Je suis de nature plutôt timide mais mon job m'a permis de me surpasser,* confie Joëlle Thomas, *Head of Procurement. Avec mon équipe, nous faisons de notre mieux pour satisfaire les attentes de nos collègues, et personnellement je suis heureuse d'apporter ma contribution à l'évolution de la compagnie.* »

ADRIEN BONNE, DESIGNER SUR TOUS LES PLANS

Il est celui qui conçoit les designs de catalogues, d'agendas, de pubs et autres identités graphiques du groupe. Adrien Bonne, Creative Lead, exerce sa créativité aussi bien au boulot que chez lui, sa maison reflétant, elle aussi, sa touche graphique.

6 heures. Ma journée commence par la préparation du petit déjeuner pour ma femme Sophie, qui quitte la maison plus tôt, et ma petite Léa. Pour ma part, je ne me contente que d'un verre de lait ! Puis, je m'occupe de Léa et de Brioche, notre tout nouveau griffon, avant de partir d'Albion aux environs de 7 h 30.

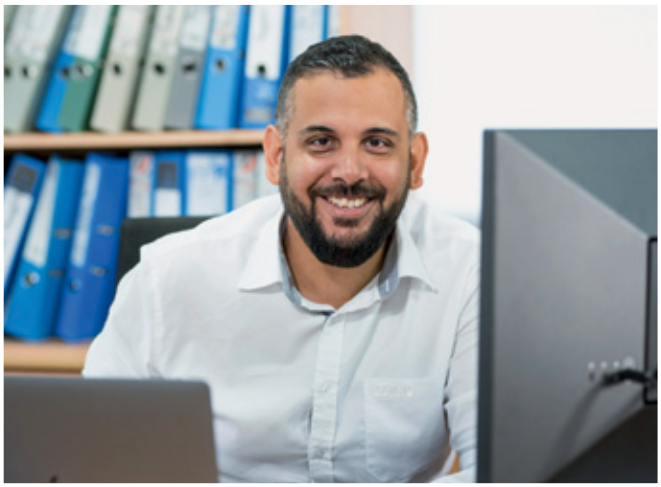
8 heures. Je dépose Léa à la garderie du Head Office. Après quoi je fais ma tournée du matin : une petite halte au département du Procurement & Asset pour m'enquérir de mes dossiers en cours et un brin de causette avec les jardiniers et les collègues alors que je me dirige vers mon bureau. Quelques minutes de papotage avec Millie Cheong (N.D.L.R. : sa collègue du département Marketing & Communication) et j'attaque ma journée de travail. Je reçois autant de mails que d'appels dans une journée : plus de 30 appels sur mon portable, sans compter sur le fixe. Ça concerne pêle-mêle des cartes de visite, des designs de jobs, des validations… Et cela va des clients internes d'Espace Maison, de Gros Cailloux ou de Drymix, quand ce ne sont pas des fournisseurs ou des imprimeurs… Le dernier trimestre de l'année est le plus challenging, avec la réalisation de catalogues de Noël, d'agendas, de calendriers, de pubs…

10 heures. Chaque lundi matin, j'ai une réunion avec Caroline Tyack (N.D.L.R. : la *Group Marketing & Communication Manager)* pour passer en revue les tâches graphiques de la semaine. Je prends également des briefs des filiales pour tel ou tel job (posts sur Facebook). Et je discute des jobs en cours avec l'équipe de com, plus particulièrement avec mes collègues graphistes, Tariq Diljore et Danielle Mamet.

Midi. Régulièrement je déjeune avec mes collègues de la com à Rock'inn (la cantine du Head-Office). Une manière de renforcer l'esprit d'équipe, de décompresser et de parler autre chose que boulot !

13 heures. Et c'est reparti pour les mails et appels qui sont tombés entretemps. Souvent je me déplace pour des réunions avec les équipes d'Espace Maison, de Gros Cailloux et de Drymix qui sollicitent le département pour leurs besoins graphiques.

16 h 30. C'est quand tout le monde est parti que je peux m'atteler à mon travail de créa ; j'ai besoin de tranquillité pour réfléchir à la conception d'un design ou pour donner la direction d'un job. C'est ce que je préfère le plus dans mon métier. Je suis de moins en moins dans la réalisation graphique, sauf dernièrement pour la nouvelle identité de la Savonnerie Créole que j'ai conçue et aussi réalisée. Ma dernière tâche de la journée consiste à m'occuper des facturations et à préparer ma to-do-list du lendemain.



19 heures. C'est l'heure de fermeture de la garderie qui détermine mon départ du bureau. Autrement, je pense que je resterai encore à bosser ! Le jeudi, je quitte plus tôt pour jouer au FootFive avec les collègues. Mes soirées sont relativement cool, passées à cuisiner pendant que Léa regarde les dessins animés à la télé. Je suis un couche-tôt, sauf quand ça m'arrive de bosser. Le samedi, c'est jardinage et bricolage. Avec Sophie, qui est aussi du métier, nous avons dessiné le plan de notre maison. Et en ce moment je suis en train de fabriquer une penderie. Le dimanche, c'est messe et FootFive à nouveau !

SI ADRIEN ÉTAIT

Un animal : le chien pour sa fidélité, une des valeurs qui me caractérise.

Un style de musique : la House, mais aussi à l'occasion des chansons romantiques !

Un pays : l'île Maurice ; il fait bon vivre ici, pourquoi envisager d'aller ailleurs. J'y suis, j'y reste !

Une cuisine : mauricienne bien évidemment ! Un bon cari de viande avec des pommes de terre.

Un sport : le foot assurément, c'est ma grande passion.

Une femme : la mienne pour sa patience envers moi !

DES PROJETS QUI TIENNENT À CŒUR

Avant 2009, le CSR n'existait pas et les entreprises responsables avaient un budget de sponsoring qui permettait d'apporter un soutien financier à certaines activités (qu'elles soient artistique, culturelle, sportive, éducative…) ou à des organisations. *« À UBP, nous avons maintenu ce budget, en plus de ce que nous donnons désormais au CSR conformément à la politique établie par le gouvernement, et aux axes d'intervention prioritaires,* explique Caroline Tyack. *Ainsi, nous choisissons en parallèle d'autres projets selon des critères définis en interne et en ligne avec le budget sponsoring voté chaque année afin d'élargir notre contribution.* » Ci-dessous les quelques projets sponsorisés de juillet à décembre 2018.

Mauritius Tennis Federation

Topo : Depuis 1997, UBP sponsorise régulièrement les événements de cette fédération, dont le groupe est l'un des principaux partenaires. La mission de la fédération est de rendre le tennis accessible à tous et de le promouvoir à tous les niveaux.
Projet sponsorisé : La 21e édition du *UBP National Championships*, qui consiste en la tenue du tournoi annuel de tennis, le plus attendu des joueurs, au Centre national à Petit Camp. Ce tournoi s'est tenu cette année du 17 novembre au 1er décembre et les gagnants ont remporté des trophées, des médailles et *cash prizes* de UBP.

Institute of Engineers Mauritius (IEM)

Topo : L'IEM a été créée en février 1948 par un groupe de 12 ingénieurs et s'appelait à l'époque The Engineers Association of Mauritius. L'IEM, qui regroupe aujourd'hui environ 250 ingénieurs, apporte sa contribution à l'amélioration du niveau de vie des citoyens concernant les besoins essentiels : eau, électricité, transport, infrastructures, logements…
Projet sponsorisé : La conférence internationale des ingénieurs, dont le thème était *Contribution of Engineers to Development: Past, Present and Future*, qui s'est tenue les 22 et 23 novembre dernier dans le cadre du 70e anniversaire de l'IEM.

Lovebridge

Topo : Créée en 2012, cette organisation a pour mission de lutter contre la pauvreté, en créant des ponts entre des familles vulnérables et des accompagnateurs bénévoles, avec le soutien des équipes de terrain.
Projet sponsorisé : UBP a fait don de matériaux de construction à deux familles afin qu'elles bénéficient d'un logement convenable.

Super Stars Pre-School

Topo : Cette école maternelle se trouve dans la cour de SOS Children's Village Bambous au NHDC Geoffroy. Elle accueille les enfants qui viennent des localités avoisinantes : Bambous, Cité La Ferme et Cité Bamboula. La plupart des enfants qui fréquentent la Super Stars Pre-School sont des enfants d'employés de UBP.
Projet sponsorisé : Millie Cheong et Anne-Laure Ferry du département Marketing & Communication se sont déplacées pour offrir de la part du groupe des cadeaux de Noël aux enfants de cette école maternelle. Elles ont participé à une petite fête, où était également présent le père Noël.

ADOPTONS LA VERTE ATTITUDE

Nous inaugurons cette rubrique écolo par quelques astuces qui aideront tout un chacun à adopter des comportements plus respectueux de l'environnement. Notre entreprise le fait déjà, à nous de lui emboîter le pas !

UBP recycle le verre

Depuis 2016, UBP Geoffroy recycle les morceaux de verre de la Mauritius Glass Gallery (MGG), en les broyant et en les ajoutant à la production du sable 0-1 mm et 0-2 mm. Ces matériaux sont ensuite utilisés par Drymix dans la fabrication de ses mortiers : Crépifix et Plastertop. UBP Geoffroy récupère environ 16 tonnes de verre par semaine de la MGG.

Où recycler ses déchets à Maurice ?

Vous souhaitez recycler vos matériaux ? Plusieurs associations écologiques, dont Mission Verte, mettent à la disposition des citoyens des dépôts de tri dans toute l'île. Vous pourrez y disposer quatre types de déchets : carton, plastique, papier et canettes d'aluminium.

Les différents points de collecte sont :

NORD

Caudan Waterfront
Grand Baie – Parking de Super U
Labourdonnais (à côté de l'École du Nord)
Péreybère – Parking de Winner's
St Antoine – Zone industrielle
Terre Rouge – Parking de Winner's

SUD

Mahébourg – Parking de London Way
Mare Tabac – Social Welfare Centre
Plaine Magnien – Parking de Winner's

CENTRE

Curepipe – En face de la municipalité
Trou aux Cerfs – Cité Casernes
Forest Side – Parking de Winner's
Phoenix – Mauritius Glass Gallery
St Paul – Parking de Winner's
Vacoas – Parking de Winner's

OUEST

Rivière Noire – Village du Tamarinier
Tamarin – Parking de Cap Tamarin

EST

Flacq – Parking de Winner's
Flacq – Parking de Spar
Quatre-Sœurs – Village Hall

Économisons l'électricité

Le facteur d'émission pour l'électricité à Maurice est de 909,7 CO_2/kWh* ! À chaque fois que nous laissons une lampe filament classique 100 W allumée durant une heure sans que cela soit utile, nous émettons inutilement 91 grammes de CO_2 dans l'atmosphère (selon les calculs de Bryan Gujjalu). Le bon réflexe : éteindre les lumières dès que nous sortons d'une pièce. Pour abaisser la température d'une maison de quelques degrés, le mieux à faire est de repeindre le toit avec une peinture aux propriétés d'isolation thermique. Cela permettra de moins solliciter le climatiseur. De simples gestes qui auront le mérite d'éviter de rejeter entre 1,8 et 2,7 kg de CO_2 dans l'atmosphère chaque jour !

*Source : Energy Observatory Report du EEMO.

MICHEL PETIT, Chief Supervisor, Geoffroy

« TI ENA ENN VRE SOLIDARITE ANT NOU TOU »

> UBP inn touzour la pou ed mwa, se enn gran fami isi. Mo garson travay Worshop, mo tifi Espace Maison Tamarin...

« Kot nou pe asize la *(N.D.L.R. Nous sommes dans le boardroom du Head-Office)*, ti Stone Masters avan! Mo rapel kan mo ti rant travay le 5 mars 1986, mo ti manev sa lepok la. Sa ti enn zour memorab parski mo finn travay ziska 8 er a swar o lie 5 er, ti ena enn problem zis sa zour la dan seksion di sab. Monn bizin donn enn koudmin. Se mo boper, Augustin Topiz, ki finn fer mwa rant dan UBP, li ti mechanic supervisor. Apre trwa mwa, monn vinn anfle kamion. Mo ti pe travay lor enn kamion ki nou ti pe apel Bob Marley L846 *(rires)!* Nou ti pe pran makadam pou kit dan stok. Enn sis mwa pli tar, kat nouvo inn rantre. M. Teng *(N.D.L.R. Jean-Michel Teng, Site Supervisor à Stone Masters)* finn tir mwa lor kamion pou fer mwa distribie travay sa kat nouvo la e mo ti pe chek zot ! Se kan mo finn al Geoffroy ki monn apran travay lor primer apre monn vinn forman lor sekonder. En 1992, monn al travay Sainte Marie pou 17 an. Pa ti fasil pou mwa sa lepok la parski monn finn perdi mo boper dan enn aksidan larout. Monn touzour pran li kouma enn model bon travayer. Li ti inkarn bann valer UBP, disiplinn, respe e lonette. Ti ena enn vre solidarite ant nou tou. Enn zour ki mo ti malad lakaz, tou mo lekip inn vinn get mwa aswar. Mo rapel osi ki kan mo finn pass par enn kap difisil, misie Ulcoq, ki ti manager Workshop sa lepok la, finn ankouraz mwa pou suiv « projet homme » dan enn sant residansiel dan Solitude. Konpani finn akord mwa sis mwa pou fer program la. Apre sa, monn vinn enn nouvo zom e monn angaz mwa kom volonter. Zordi mo responsab bann volonter dan « projet homme ». UBP inn touzour la pou ed mwa, se enn gran fami isi *(rires).* Mo garson travay Workshop, mo tifi Espace Maison Tamarin, mo zann Espace Maison Trianon, san konte fami di kote mo fam *(rires)!* Si ena enn mesaz ki mo anvi pase: suiv bann regleman la konpani, aprann aksepte sanzman, e si ou gagn bann refi, ou bizin konn negosie. »

REVOILÀ LA BALADE À GROS CAILLOUX

Au vu du succès de la randonnée organisée pour les travailleurs en début d'année dans le Domaine de Gros Cailloux, le département RH a mis sur pied, en septembre dernier, une nouvelle balade à laquelle se sont joints les employés et le directeur des RH. Le déroulé était le même – petit déjeuner et déjeuner au restaurant Le Tekoma, visite à la pépinière et randonnée jusqu'au phare d'Albion – à la différence que le parcours passait davantage dans les terres du domaine.

GET-TOGETHER VERSION VOLLEY ET QUIZ

Le traditionnel Get-Together des employés s'est paré de nouveauté en septembre dernier, à Gros Cailloux. La soirée, animée par Stephan Gébert, a débuté par des matchs de volley disputés par trois équipes (jaune, blanc et gris) et remportés par les gris. Les employés ont ensuite participé à un quiz. Le tout agrémenté de cadeaux attractifs.

ONLY **FUN**

Les employés du groupe ont profité d'une pleine journée d'activités sportives et fun, à Gros Cailloux, pour décompresser, renforcer le relationnel entre collègues et se surpasser pour remporter les disciplines au programme. Aux habituels foot, volley, carrom, cross-country, pétanque, se sont ajoutés des courses « chenille », « delo » et « savates » ainsi qu'un triathlon fun. L'équipe rouge, avec pour capitaines Michael Verte et Darius Leraty, était la grande gagnante de ce fun day qui s'est terminé par un concert de Prophecy.

UBP

Bâtir pour la vie

Bat sa to mem !

MAURICE PUBLICITÉ OGILVY & MATHER

UBP innove et vous présente sa nouvelle gamme de **Rocksand Crépi & 0-4** et **Macadam ½ & ¾** en sacs de **20kg** et de **10kg**, pour vos projets de DIY* et vos petits travaux de dernière minute. Pratiques et faciles à utiliser, tout faire soi-même devient un jeu d'enfant !

Disponibles chez Espace Maison et en quincailleries.

www.ubp.mu

**Do it yourself*