

Le magazine interne des Entreprises Bharti

bharti TODAY

Vol-16, Issue 3, 2012

Que les Jeux Commencent !

Airtel mobilise davantage la Jeunesse grâce à ses initiatives sportives en Asie du Sud et en Afrique



Mot du **Président**



Dear Colleagues,

L'ambition de Bharti, qui est de fournir la technologie 4G à l'ensemble de l'Inde, a connu récemment une grande impulsion avec l'acquisition d'une participation de 49 % dans les entités indiennes de Qualcomm Asie Pacifique, qui détient des licences dans quatre provinces: Delhi, Bombay, Haryana et Kerala. Nous avons également élargi notre réseau 4G à la localité de Bengaluru dans le Karnataka, réaffirmant une fois de plus notre leadership dans ce domaine.

Le succès retentissant de « Airtel jeunes talents » en Afrique nous a motivés à élargir la portée de notre quête de talents du football à l'Inde, au Sri Lanka et au Bangladesh. Organisée en collaboration avec la prestigieuse école de football de Manchester United, l'initiative « Airtel jeunes talents » raffermi les relations de longue date qui unissent la marque Airtel et le sport. La longue liste des disciplines va du cricket, un jeu suivi par des millions de personnes dans le sous-continent, à la Formule 1 en passant par le semi-marathon de Delhi. La marque a également réussi à tisser des liens avec ses clients dans les différentes régions grâce à sa présence dans les créneaux sportifs tels que le polo et la régaté.

À l'instar du sport, la marque Airtel est synonyme de vitesse, d'énergie, de fédération et de capacité à transcender les cultures et les pays. Cette présence dans le sport constitue un pivot essentiel de la marque identitaire jeune d'Airtel.

L'engagement social est le principe fondamental de notre entreprise. S'agissant toujours du travail exemplaire réalisé par la Fondation Bharti dans le domaine de l'éducation, Bharti Walmart a décidé d'adopter 50 écoles publiques dans 50 villes indiennes, ce qui aura un impact sur environ 20.000 élèves. En Afrique, L'Initiative d'Airtel pour l'Éducation est entrée dans sa deuxième phase, période durant laquelle nous avons rénové et lancé notre deuxième école adoptée en Sierra Leone. Ainsi, nous opérons actuellement dans une vingtaine d'écoles à travers le continent.

Tout en continuant de produire des ondes de choc sur le marché grâce aux initiatives Bharti, nous souhaiterions atteindre les populations défavorisées et marginalisées de notre entourage grâce aux initiatives sociales que nous déploierons dans les prochains jours.

Cordialement,

Sunil Bharti Mittal

Sommaire

Mot du président	2	Distinctions	18
Que les jeux commencent	3	À l'honneur	19
Les magasins communautaires	10	Élargir le réseau éducatif	20
Actualités du Groupe	13		

Que les jeux commencent !



Les événements sportifs suscitent de plus en plus d'engouement à l'échelle planétaire et rassemblent des milliers de passionnés de tous milieux, indépendamment de leurs statuts socioéconomiques.

L'intérêt qu'ils suscitent semble insatiable, faisant souvent l'objet d'un culte. Que ce soit le football, le cricket, la course ou la boxe, les tickets d'entrée des sites sportifs se vendent comme des petits pains, tandis qu'à la télévision, place est faite aux analyses d'experts aux heures de grande écoute. Les médias et réseaux sociaux du monde entier vivent au rythme des événements sportifs.

Stimulées par cet engouement du public pour le sport, moderne, semi-moderne à traditionnel pur et simple, les sociétés du Groupe Bharti, dont Bharti Airtel en particulier, s'emploient activement à nouer des partenariats avec les instances et les organisateurs du secteur sportif en vue de promouvoir toute une série d'événements sportifs en vue de renforcer leur image de marque auprès de leurs clients et leur position en tant que leaders mondiaux.

« Diverses disciplines sportives sont devenues populaires, ce qui nous permet de diversifier notre portefeuille de parrainages sportifs. Bien que cela constitue un important catalyseur, nous nous efforçons d'aller au-delà de la simple motivation de développer notre image de marque. », Bharat Bambawale, Directeur mondial de la marque Bharti Airtel.

L'année dernière, Bharti Airtel a mis en œuvre l'initiative « Airtel jeunes talents », le plus grand tournoi de football local, dans les 16 pays d'Afrique où elle opère. Le tournoi a été lancé cette année dans le sous-continent.

En Inde, la société était le commanditaire en titre du premier championnat de Formule 1 longuement attendu en Inde – un partenariat qui est en train de se poursuivre. Elle a également été le commanditaire en titre du semi-marathon éponyme d'Airtel organisé à Delhi pendant ces quatre dernières années. Enfin, dernier point et non des moindres, la société a été commanditaire en titre sur le terrain des matches de cricket de l'instance dirigeante du cricket en Inde (BCCI). De nombreuses manifestations ont également été organisées au niveau régional.

Au Sri Lanka, Airtel a lancé le très populaire concours de la mi-temps pour susciter l'engouement pour le rugby.

« En accord avec l'esprit d'Airtel, nous rassemblons les peuples, transcendons les cultures, les barrières linguistiques et les croyances par le biais des liens que nous tissons. Airtel jeunes talents est un exemple classique de notre volonté de coopérer avec les populations tout en contribuant au développement de leurs capacités ».

– Bharat Bambawale



Que les jeux **commencent** !

À la vitesse grand V !



En 2005, Bharti Airtel a commémoré sa présence dans les 23 provinces de l'Inde desservies par son réseau de télécommunication en organisant le plus grand rallye automobile national, baptisé « Airtel One India Challenge ». À l'occasion de cet important tournoi qui a couvert tout le territoire indien, le slogan « Une Inde, une Airtel » a été scandé.

Ce rallye automobile est par la suite devenu un créneau sportif. Sa popularité a atteint son paroxysme l'année dernière avec la tenue en grande pompe du premier Grand Prix de Formule Un en Inde, avec Airtel comme commanditaire en titre. Les amateurs de course

automobile se sont pressés pour voir des champions du monde tels que Michael Schumacher, Sebastian Vettel et Felipe Massa s'affronter dans une course palpitante dans le flambant neuf Circuit international Buddh situé à Greater Noida près de la capitale indienne, New Delhi ! Concernant son positionnement à l'échelle mondiale, la marque Airtel affichait une présence dans 16 marchés africains en 2010, une performance qui a été fortement ovationnée sur la plateforme internationale étant donné que l'évènement était diffusé en direct par les chaînes de télévision et suivi par des millions d'amateurs de Formule Un dans les différentes régions du globe.

Une passion sous-continentale

Dans une région passionnée de cricket, il est pratiquement impossible pour une marque de ne pas s'impliquer dans ce sport ! C'est dans cette optique que l'icône mondiale du cricket, Sachin Tendulkar, a été pendant longtemps l'ambassadeur de la marque Airtel. Au Sri-Lanka, c'est la vedette du cricket Kumar Sangakkara qui joue ce rôle. En plus de jouir d'une forte présence dans les matchs de cricket au cours de la dernière décennie, Airtel a été le commanditaire en titre de l'édition inaugurale du tournoi de la Ligue des Champions T20 en 2010 qui met en lice les meilleures équipes de cricket T20 du monde.



Que les jeux commencent !



Une course à couper le souffle

Le semi-marathon de Delhi d'Airtel (ADHM), comme son nom l'indique, a pour commanditaire en titre la société Bharti Airtel. Ce célèbre marathon attire des milliers de coureurs, dont des professionnels et des amateurs de course à pied. Organisé à New Delhi, la capitale indienne, le marathon comprend actuellement quatre segments regroupant chacun des coureurs enthousiastes en provenance de différents pays. Le semi-marathon de 21 kilomètres reste bien le jeu des spécialistes, réunissant des marathonien professionnels issus des quatre coins monde. Mais la mobilisation de masse de cet événement annuel atteint son comble au niveau du parcours de 7 km du Great Delhi Run lorsque plus de 30.000 coureurs enthousiastes descendent dans les rues de Delhi. Le parcours de 4,3 km pour les plus âgés et la course en fauteuil roulant de 3,5 km démontre le véritable état d'esprit que requière une course longue distance à savoir le courage et la détermination.

Plusieurs sociétés du groupe Bharti ont soutenu l'ADHM pour avoir une meilleure visibilité, attirant ainsi l'attention sur les causes qu'elles défendent.



(De la droite vers la gauche) Rakesh Bharti Mittal, Shiela Dixit, Ministre en chef de Delhi et Rajan Bharti Mittal sur le podium des vainqueurs.



Les super-héros de la Fondation Bharti

La Fondation Bharti a collecté près 5 millions de roupies pour le programme des écoles Satya Bharti, et a également obtenu un appui important pour sa campagne pertinemment appelée « Les super-héros du changement ». Cette campagne vise à promouvoir l'engagement communautaire des élèves des écoles Satya Bharti pour une transformation sociale positive au sein de leurs villages.



Centum plaide pour la bonne cause

L'ADHM est une occasion pour Centum Learning d'apporter son soutien et de faire connaître ses initiatives grâce à la visibilité croissante dont jouit l'événement au fil des ans. Cette année, la société a décidé de sensibiliser la population sur sa vision d'un «monde au-delà des livres» avec beaucoup d'humour. Ses représentants ont, à cette occasion, revêtu des costumes excentriques et scandé des slogans décalés.



Afrique, terre fertile en prodiges du foot



Le football à l'africaine

Initié en partenariat avec Manchester United (MU), un club de football de la Premier League anglaise basé à Great Manchester, le tournoi *Airtel jeunes talents* (AJT) est devenu un événement exceptionnel en Afrique, qui tire avantage de la passion pour le football dont le continent fait montre!

AJT est un tournoi de football local organisé pour les garçons et des filles de moins de 17 ans. Lancé simultanément dans 15 pays africains, le tournoi a enregistré la participation d'environ 11.000 équipes et de 98.000 personnes lors de sa première édition.

Les vainqueurs de chaque pays ont ensuite été formés dans les camps d'entraînement des écoles de football de la Manchester United basées au Ghana et au Gabon. La société a également mis en place un camp d'entraînement Airtel jeunes talents en Afrique du Sud.

La popularité du tournoi AJT est devenue si grande que de nombreuses marques mondiales sont prêtes à co-parrainer l'édition 2012. En outre, cette année, AJT a élargi son ambition avec le lancement du «Championnat africain AJT» par Airtel. Les équipes victorieuses de chacun des 16 pays (le Rwanda participera cette année) s'affronteront pour remporter le trophée des champions!

Que les jeux commencent !



Contribuer à l'autonomisation des communautés



Âgé de treize ans, Naim a toujours joué au foot avec des ballons fabriqués à partir de sacs en papier le long des ruelles étroites du bidonville de Mathare au Kenya, où il vivait. Un matin, il vit au marché une affiche du tournoi de football Airtel jeunes talents et décida sur un coup de tête de s'y inscrire avec des amis.

Comme le voulait la règle, Naim et son équipe reçurent dès leur inscription les uniformes à porter le jour du tournoi. « C'était notre premier véritable tournoi de football. Nous nous sommes sentis comme des vedettes durant le match », confie-t-il. Sélectionné comme meilleur attaquant, Naim partit pour le camp d'entraînement de football de Manchester United en Tanzanie, montant à bord d'un avion pour la première fois de sa vie. « J'ai beaucoup appris durant ce camp d'entraînement et j'ai rencontré des légendes du football. Mais le plus important est l'espoir que j'ai rapporté de la Tanzanie ». conclut-il.

Airtel jeunes talents débarque en Inde

Avec une audience estimée à 20 millions de téléspectateurs indiens pour le match d'ouverture de la Coupe du monde de la FIFA 2010, il est clair que l'engouement pour le cricket cohabitera désormais avec la passion naissante pour football en Inde! En vue de renforcer l'engagement de la marque auprès des jeunes, d'identifier et de former de vraies vedettes du football, le tournoi AJT a été lancé cette année en Inde. Parmi les 9.500 candidats, les onze plus brillants seront sélectionnés et pour participer à un camp d'entraînement intensif de sept jours à l'école de football de Manchester United.

Sunil Chettri, l'attaquant le plus rapide d'Inde, est l'ambassadeur de l'événement et présidera le premier tour des sélections.

Airtel Inde signe un accord d'exclusivité de cinq ans en 2009 avec Manchester United

-  Les clients peuvent accéder en exclusivité aux informations détaillées de Manchester United via leurs téléphones portables.
-  Les abonnés d'Airtel sélectionnés peuvent participer aux séances d'entraînement des écoles de football de Manchester United.



Que les jeux commencent !



Chris Tobit, PDG & Directeur général d'Airtel Bangladesh (à l'extrême gauche) et Quinton Fortune, légende de Manchester United (à l'extrême droite) avec des admirateurs lors du lancement du tournoi AJT au Bangladesh

Le Bangladesh accueille MU

Le Bangladesh est un pays traditionnellement connu pour sa passion pour le football. C'est pour cette raison qu'Airtel a initié une série d'événements sportifs pour le plaisir des amateurs ! En début d'année, Bharti Airtel s'est associé avec Manchester United Football Club pour offrir des avantages intéressants à ses abonnés amateurs de football du Bangladesh. Ces initiatives s'inscrivent dans le sillage du partenariat fructueux entre Airtel et MU signé et mis en œuvre en 2005 en Inde. Les abonnés auront droit à des avantages intéressants, tels que la réception d'informations

exclusives sur leurs téléphones portables, le programme des écoles de football de Manchester United, assister à des matchs hors de prix et bien plus. Airtel jeunes talents a été lancé au Bangladesh en grande partie pour répondre à l'engouement des amateurs de football du pays.

Airtel parraine régulièrement des matchs de football dans plusieurs universités du pays. Elle fut le partenaire télécom du match amical Argentine-Nigéria organisé l'année dernière à Dakha, la capitale du Bangladesh.

Un avantage pour le Sri Lanka

Le partenariat de longue date entre Airtel et Manchester United se poursuit au Sri Lanka. Outre les avantages offerts aux abonnés, différents événements ont été organisés en vue de stimuler la passion pour le football.

Récemment, Airtel Lanka a organisé un match amical opposant les légendes de Manchester United Bryan Robson et Dwight Yorke au stade de football de Kalutara. Le prestigieux trophée de la Premier League remporté par Manchester United a été exposé dans divers sites stratégiques et sur les terrains de football pour stimuler l'engouement national pour ce sport.

Le rugby a toujours été un sport extrêmement populaire et très suivi au Sri Lanka. En effet, il se place en deuxième position après le cricket, avec le Sri Lanka occupant la 5ème place dans le classement du rugby asiatique. S'engageant dans cette voie, Airtel Lanka a noué récemment deux partenariats stratégiques avec



Kumar Sangakkara, ancien capitaine de l'équipe nationale de cricket du Sri Lanka et ambassadeur d'Airtel motive les joueurs de rugby du collège St. Peters.

trois grandes écoles établies depuis longtemps au Sri Lanka. Dans le cadre de ce partenariat, Airtel parrainera les équipes de rugby de ces écoles pendant deux ans.

Nouvelles perspectives pour Airtel Inde

Airtel a marqué les provinces indiennes desservies par son réseau grâce une série d'importantes activités mise en œuvre dans le cadre de partenariats et de parrainages.



La Coupe Airtel de son Altesse le Maharaja de Jodhpur, organisée en décembre est considérée comme l'un des matchs de polo les plus suivis en Inde. Elle est organisée à Jodhpur dans l'état indien occidental du Rajasthan.

Le polo est un sport extrêmement populaire et une tradition au Rajasthan. En effet, pendant très longtemps, le Rajasthan a longtemps joui de la réputation d'avoir les meilleurs jockeys du monde et ses aérodromes continuent d'attirer des équipes de renommée nationale et internationale. Considérant cet événement sportif comme un moyen de promouvoir sa marque, Bharti Airtel Rajasthan a commencé à s'y associer en 2009.



Bharti Airtel Bengale occidental s'est récemment associé à la Fédération des amateurs de boxe du Bengale pour accueillir le championnat cadet national de boxe féminine à Calcutta. La société a pour objectif d'offrir aux boxeuses une plateforme équitable qui leur permet de participer à un sport dominé par les hommes en Inde.

À l'occasion de sa première édition, le marathon de Hyderabad, lancé l'an passé par Airtel, a attiré 1500 participants et a bénéficié d'une grande visibilité!

À Indore, Madhya Pradesh, Bharti Airtel est depuis 2007 associé à l'organisation de la Airtel Golden Cup. Cette compétition est devenue en cinq ans l'un des plus grands tournois de football de l'Inde centrale.

Les passionnantes courses de pirogues organisées dans les marigots du Kerala, un État situé dans le sud de l'Inde, se sont toujours déroulées sous le haut patronage d'Airtel. En accord avec sa philosophie, Airtel a noué un partenariat avec les États de Kerala et Tamil Nadu (KTN) pour l'organisation de cette activité culturelle qui passionne les populations locales. Actionnées par des rameurs, les pirogues longues et minces se déplacent à l'unisson au rythme rapide du Vanchipattu («chant du batelier») qui magnifie l'esprit de solidarité et d'équipe. Cette splendide régates est le principal temps fort de la fête de la moisson de la province d'Onam.





Les magasins communautaires

Lancé en 2009, le programme « Les magasins communautaires » de Bharti Retail étend de plus en plus son envergure et son impact. Il est déjà considéré comme l'un des programmes de bénévolat les plus importants du pays.

Mme Surjeet Kohli est une cliente régulière du magasin Easyday de Bharti Retail situé à Sangrur, une petite ville du Pendjab (Inde). Aujourd'hui, après avoir fait ses achats, elle s'arrête pour lire l'affiche annonçant une « campagne de nettoyage » organisée par le magasin. Elle salue avec enthousiasme les initiatives du magasin et assure au gérant de sa participation. En sortant, elle prend des dépliants en vue de les distribuer à ses voisins et de répandre la « bonne nouvelle » (dixit Surjeet Kohli).

Mme Kohli n'est pas la seule à être enthousiaste. Elle fait partie d'un large groupe de personnes mobilisées

par Bharti Retail en vue de participer à des campagnes sociales dans le cadre de son programme intitulé « Les magasins communautaires » (SOTC). Le programme SOTC est une initiative bénévole déployée à travers toute l'Inde qui promeut l'engagement et la participation des employés de Bharti Retail et des membres de la communauté à la résolution des problèmes sociaux.

Fondée sur un programme d'activités et une approche stratégique bien élaborés, l'initiative « Les magasins communautaires » (SOTC) prend en charge des préoccupations sociales prioritaires touchant divers

Reportage

domaines à travers des actions préparées sur une base trimestrielle. Le premier trimestre de chaque année est dédié à la santé, le deuxième à l'environnement, le troisième au développement communautaire et le quatrième à l'éducation. Dans le cadre de ce projet, les magasins de la chaîne Bharti Retail disséminés à travers le pays travaillent en collaboration pour la résolution de ces problèmes sociaux liés aux domaines prioritaires cités. Les employés et les membres de la communauté sont également pleinement impliqués, travaillant main dans la main pour accroître et élargir l'impact du projet.

La campagne de nettoyage dirigée par le magasin de Sangrur est l'une des initiatives pour l'environnement menées au cours du second trimestre de cette année. Parmi les autres activités menées ces deux dernières années figurent des camps de don de sang et des camps de bilan de santé et de consultation ophtalmologique pour ce qui est du volet santé, diverses activités de nettoyage et d'écologisation, y compris des campagnes de nettoyage de gares ferroviaires, de parcs locaux et de salles communales, en ce qui concerne le volet environnement, des campagnes de don de vêtements en partenariat avec des ONG pour ce qui est du volet développement communautaire, et le bénévolat des employés pour la prise en charge de l'apprentissage des enfants défavorisés dans le cadre du volet éducation.

Bharti Retail met à l'honneur un thème chaque trimestre sur lequel travaillent en collaboration tous les magasins



établis en Inde dans un souci d'harmonisation et de maximisation des résultats. Le programme qui s'appuie sur les compétences organisationnelles de Bharti est mis en œuvre de manière collective avec le souci du détail et une attention particulière pour les questions de logistique. Chaque activité du programme fait l'objet d'une campagne publicitaire avant et après sa mise en œuvre ciblant une audience interne et externe en vue de sensibiliser le public et de susciter son engouement.

« Beaucoup de nos bénévoles ont le sentiment d'avoir accompli quelque chose et se sentent liés à l'environnement local grâce à ce programme. »

– Atul Mahajan, Directeur régional des opérations, Bharti Retail, Gurgaon





Le programme SOTC en chiffres (2012):

- Plus de 4100 unités du sang données
- Plus de 3000 personnes bénéficient des camps de santé
- Près de 1100 partenaires bénévoles participent aux activités de nettoyage et d'écologisation
- 6551 boutures d'arbres plantés et 9725 autres offerts
- Plus de 5500 kilogrammes d'ordures collectés

Le programme a fait beaucoup de chemin depuis son lancement en 2009. Au départ, seule une poignée de magasins de la chaîne Bharti Retail y a participé. Le programme a commencé à prendre de l'envergure en 2010, l'année où les quatre thèmes de la santé, de l'éducation, de l'environnement et du développement communautaire ont été choisis comme domaines

prioritaires d'intervention. En 2011, la direction de Bharti Retail, comprenant qu'aucun impact significatif ne pouvait être généré sans une mobilisation de masse, a décidé que tous les magasins devaient travailler de concert sur le même thème sur une base trimestrielle. Le programme est mis en œuvre sous la direction des gérants de magasins, qui font office de capitaines des équipes. Soutenus par l'équipe chargée des affaires sociales, ils s'assurent que le calendrier des activités est respecté et que chaque employé participe à au moins une activité bénévole dans le cadre du programme SOTC. Le programme « Les magasins communautaires » représente un domaine clé pour chaque gérant de magasin.

« Les activités SOTC sont planifiées au début de l'année et le calendrier est communiqué à tous les gérants de magasins Bharti Retail du pays. Cette approche permet aux organisateurs d'avoir le temps d'esquisser un plan d'action à l'avance et d'encourager une participation massive », George Punnose, gérant du magasin de détail Easyday de Raipur, Chhattisgarh.

« Beaucoup de nos bénévoles ont le sentiment d'avoir accompli quelque chose et se sentent liés à l'environnement local grâce à ce programme. Quant à nos clients, ils apprécient mieux notre marque et sont satisfaits de s'être engagés pour une bonne cause. », Atul Mahajan, Directeur régional des opérations (Nord), Bharti Retail, Gurgaon.

Le programme vise à encourager le personnel, les clients et les membres de la communauté à faire la différence au sein de la société et à devenir des ambassadeurs de bonne volonté. Au vu de ce qui a été accompli jusqu'ici, il est clair que le programme est sur la bonne voie! ■





Bharti Airtel élargit la zone de couverture 4G

La société acquiert 49% de participation à Qualcomm pour ses opérations 4G

A l'avant-garde de la révolution du secteur indien des télécommunications, la société Bharti Airtel a été l'instigatrice de plusieurs innovations et continue aujourd'hui de jouer son rôle. En vue d'élargir son réseau 4G en Inde, Airtel a récemment acquis 49% des parts des entités

indiennes du groupe Qualcomm Asie Pacifique. Cette acquisition a valu à Airtel des licences 4G à Delhi, Bombay, Haryana et Kerala. Airtel possède ainsi des licences d'exploitation de cette technologie dans huit provinces indiennes, les quatre autres concernées étant les États du Pendjab,

du Maharashtra, de Calcutta et du Karnataka. Airtel est le premier et – à ce jour – le seul opérateur à proposer des services 4G en Inde. La société a lancé les services 4G à Calcutta puis au Karnataka. Le lancement à Maharashtra et au Pendjab est en préparation. ■



Oubliez les tableaux d'affichage, tout est dans votre téléphone portable!

Airtel investit le marché de la pub sur mobile; les clients bénéficient d'offres personnalisées

Airtel a récemment annoncé son incursion dans le monde de la publicité sur mobile (m-pub). Le téléphone portable jouit de caractéristiques qui en font un puissant média publicitaire. Les contenus mobiles peuvent en effet être personnalisés et adaptés à l'emplacement, à l'âge et aux revenus du client.

Les abonnés d'Airtel peuvent voir les publicités qui les intéressent grâce à des applications

géodépendantes. Les détaillants peuvent cibler la clientèle de leurs zones de chalandise et lui proposer des offres incitatives en lui envoyant des mises à jour sur des ventes, des bons, des tarifs spéciaux ou des forfaits groupés. Grâce à des outils analytiques, Airtel fournira des informations détaillées sur le mode d'utilisation des applications mobiles de ciblage de la clientèle aux détaillants.

Avec plus de 960 millions d'abonnés aux

services de télécom, l'Inde est en train de rapidement devenir une terre fertile de la publicité sur mobile. Ce secteur d'activité connaît une croissance annuelle de 45% en Inde. Airtel, qui jouit de la plus large base d'abonnés (190 millions) du pays est naturellement la plateforme préférée pour la m-pub. Le mobile confère aux bandes-annonces un taux de clics de près de neuf fois supérieur (0,61%) à celui des publicités sur internet fixe (0,07%). ■



Facilité de crédit avec Airtel Money!

Airtel Money lance ses opérations de crédit à court terme et de prêts d'urgence au Kenya

Airtel Money a créé le déclic au Kenya. À l'origine un service de débit, cette plateforme propose maintenant des prêts d'urgence et des crédits à court terme remboursables en 10 à 30 jours à ses clients kenyans.

Le produit « Kopa Chapaa » permettra aux utilisateurs d'Airtel Money de demander et recevoir

des prêts à court terme via leurs téléphones portables. Avec le service de débit, les clients devaient disposer d'un compte pré-chargé pour profiter des offres d'Airtel Money. Kopa Chappaa est une initiative conjointe d'Airtel Money et de Faulu Kenya, une institution de microcrédit au leadership reconnu dans le secteur national des solutions financières.

Le but d'Airtel Afrique est de satisfaire au mieux les besoins financiers des Kenyans vivant en milieu rural où l'accès aux services financiers conventionnels est limité en raison d'un faible taux de pénétration, de mauvaises infrastructures, d'une densité de population relativement faible et d'économies très peu diversifiées. ■



Airtel Îles Anglo-Normandes fête ses 5 ans



Airtel Îles Anglo-Normandes célèbre son cinquième anniversaire

BSB

Bharti Softbank signe des partenariats stratégiques

Des produits mobiles de pointe bientôt disponibles

Nous allumons nos portables d'habitude pour vérifier nos rendez-vous, rester en contact avec nos amis, supprimer

le superflu ou pour divers autres intérêts. Lancée en octobre 2011, la coentreprise Bharti Softbank (BSB) veut marquer cette ère mobile en Inde. Axée sur les médias sociaux, les applications ludiques et les solutions commerciales. BSB a récemment signé des partenariats avec deux entreprises – la firme indienne Y2CF Digital Media, basée à Gurgaon, Inde, et le portail Web Yahoo Japon. Le premier partenariat (Y2CF) vise à développer le premier service mobile géodépendant adapté à tous types d'appareils (le service Hoppr), tandis que le second partenariat

(Yahoo Japon) a pour objectif la conception d'un portail Web pour le marché mobile indien. Hoppr sera disponible comme application dédiée pour les téléphones fonctionnant sous Android et comme service de messagerie pour les autres types de téléphone. Une fois qu'il a accédé à la plateforme numérique de l'un des magasins/établissements reconnus par Hoppr, l'utilisateur doit entrer les codes des bons correspondants pour recevoir des bonus de fidélité et des offres spéciales. L'initiative conjointe Hoppr couvre 3.000 magasins de détail en Inde. ■





Innovation très smart de Bharti Infratel !

La société déploie sa technologie SmartWright et améliore son efficacité opérationnelle de manière significative

Bharti Infratel s'est engagée dans un processus continu d'amélioration de l'efficacité et de la fiabilité de ses opérations. Première entreprise à avoir créé en 2010 une structure spécialisée d'exploitation et de gestion d'infrastructures de communications, Bharti Infratel a depuis lors déployé une série d'innovations en matière de TI, recherchant toujours plus d'efficacité opérationnelle. L'entreprise

a procédé cette année au lancement de sa technologie SmartWright.

SmartWright permet aux équipes de terrain d'utiliser un Smartphone plutôt que les nombreux autres périphériques tels que les ordinateurs portables, les cartes de données, les caméras, et les systèmes GPS portatifs. Cette innovation a entraîné une amélioration remarquable en matière de précision, de délai de transmission de données et de réponse.

Grâce à cette technologie, le temps de circulation des informations a été réduit de manière significative, passant ainsi de plusieurs jours à quelques minutes; SmartWright permet en outre de disposer de données précises en temps réel, telles que les identifiants de connexion à des sites et des identifiants d'utilisateurs. Le téléchargement immédiat de rapports scannés pour approbation financière est également possible. ■



La solution bancaire mobile de Comviva

La plateforme Mobiquity® pour offrir aux clients des services bancaires mobiles efficaces

Comviva est en passe d'améliorer l'accès de tous ses clients d'Amérique du Nord et du Sud, d'Europe, d'Afrique et d'Asie aux services financiers mobiles.

L'entreprise vient de mettre à la disposition des banques, institutions financières et opérateurs mobiles sa solution financière mobile Mobiquity basée sur le modèle SaaS.

La plateforme Mobiquity propose des services bancaires à ceux qui n'y ont pas accès; et le modèle SaaS sur lequel elle est basée améliore l'efficacité en réduisant

le temps et le coût des opérations.

La combinaison Mobiquity/SaaS offre un réel potentiel de développement de l'écosystème des services financiers mobiles. De nombreuses petites et moyennes institutions bancaires peuvent maintenant adopter la plateforme Mobiquity pour offrir des services financiers mobiles tout en restant compétitives et en maximisant leur portée. Ceci garantira une meilleure pénétration du service et incitera les détaillants et les

commerçants à offrir une multitude de services via cette plateforme.

Près de 35 % des utilisateurs de téléphones portables du monde n'auraient pas accès aux services financiers. La solution financière mobile Mobiquity de Comviva contribue à remédier à cette situation. Adoptés par 55 fournisseurs de service et banques à travers le monde, elle permet à plus de 490 millions de clients finaux d'Asie, d'Afrique, d'Amérique latine et du Moyen-Orient d'avoir accès aux services financiers mobiles. ■



FieldFresh Foods on every taste bud!

Ces trois dernières années, les aliments et boissons Del Monte de FieldFresh Foods ont renforcé leur position sur le marché indien. Durant cette courte période, FieldFresh Foods a réussi à répondre aux besoins en matière d'alimentaires et de boissons de toutes les grandes chaînes indiennes de restauration à service rapide, y compris Barista, Café Coffee Day, Domino's, KFC, McDonald's, Pizza Hut et Subway. L'entreprise a non seulement bâti des relations d'affaires étroites avec

ces chaînes de restauration à service rapide grâce à des offres personnalisées, mais elle est également en train d'élargir sa gamme de produits destinés à ses gros clients avec plus de 50 UGS (unités de gestion de stocks) déjà mis en place pour eux. Forte de ce succès national, la firme FieldFresh Foods a étendu son partenariat à certaines succursales étrangères de quelques-uns de ses gros clients, notamment les succursales de Domino's de Chine, d'Indonésie, de Malaisie, de Singapour et du Sri Lanka! ■



Bharti Walmart adopte 50 écoles

Une initiative qui vise à offrir un encadrement à 20 000 élèves en Inde

En vue d'améliorer la qualité de l'enseignement offert aux couches défavorisées, Bharti Walmart a récemment adopté 50 écoles publiques de 50 villes indiennes en collaboration avec une ONG internationale. À travers cette initiative, Bharti Walmart espère offrir de meilleures perspectives à environ 20 000 élèves, dont près de 15 000 filles.

Cette initiative dénommée « Masti ki Pathshala » (« apprendre en s'amusant ») vise à augmenter le taux de scolarisation et à diminuer le taux d'absentéisme par l'amélioration des conditions d'apprentissage et des infrastructures disponibles dans ces écoles. Dans le cadre de cette initiative, Bharti Walmart fera des dons de tables, de chaises, de tableaux noirs et de

casiers à ces écoles. Des employés de Bharti Walmart se porteront volontaires pour dispenser des enseignements aux élèves.

Dans le cadre de la promotion de la responsabilité sociale d'entreprise, Bharti Walmart œuvre à améliorer la qualité de l'éducation et de la formation professionnelle dans les communautés au sein desquelles elle opère. ■



Bharti Walmart crée des centres de formation

Bharti Walmart ouvre deux nouveaux centres de formation

Bharti Walmart a récemment procédé au lancement de deux centres de formation dans les villes de Jalna et d'Aurangabad, dans le Maharashtra. Ainsi, Bharti Walmart gère en tout huit centres de formation en Inde, les six autres étant établis à Delhi, Amritsar,

Bangalore, Zirakpur, Jalandhar et Ludhiana. Plus de 10 800 élèves sont sortis diplômés de ces centres et ont été insérés dans plus de 4000 entreprises à travers le pays.

Les centres de formation de Bharti Walmart (BWTC)

offrent une formation gratuite axée sur les compétences requises pour les postes d'assistant de chef de rayon, d'assistant commercial et de superviseur de magasins de libre service et d'autres types de magasins de vente au détail. ■

Pour combler l'écart

La Fondation Bharti élargit le programme des écoles Satya Bharti pour couvrir les besoins éducatifs – de l'éducation élémentaire supérieure à l'enseignement secondaire supérieur

Ayant identifié un écart important entre le nombre d'élèves sortant de ses écoles élémentaires de base et le nombre d'inscriptions à l'école élémentaire supérieure et à l'école secondaire, l'ambition de la Fondation Bharti est à présent de construire des écoles pour couvrir les besoins éducatifs de l'enseignement élémentaire supérieur (du 6e au 8e degré), à l'éducation secondaire supérieure (jusqu'au 12e degré) sous sa responsabilité.

50 écoles primaires Satya Bharti ont déjà inclus l'enseignement élémentaire supérieur dans leur programme au Pendjab, au Rajasthan, à Haryana et dans l'Uttar Prades; cette initiative a été possible grâce à un partenariat avec Google inc. Ces institutions seront désormais appelées les écoles élémentaires Satya, et dispenseront un enseignement élémentaire de base et supérieur.

Ce programme est une innovation récente du programme des écoles Satya Bharti développée en réponse aux demandes de la communauté en matière de formation continue des élèves sortants des écoles primaires Satya Bharti. Le programme permettra non seulement de maintenir les enfants à l'école après le

cycle élémentaire de base, mais il contribuera également à assurer une scolarisation continue des filles dans leurs villages, ainsi qu'à garantir leur sécurité, car elles n'auraient plus à parcourir de longues distances pour aller à l'école.

62 écoles élémentaires sont actuellement opérationnelles dont douze sont fonctionnelles depuis 2007 au Rajasthan. De plus, la Fondation Bharti a également ouvert cinq établissements secondaires de deuxième cycle au Pendjab et compte ouvrir de nombreuses autres écoles dans différents États. La Fondation vise ainsi à s'assurer que ses élèves reçoivent une éducation complète, continue et de qualité tout au long de leur scolarité.

Depuis le lancement du programme en 2006, la Fondation Satya Bharti prend en charge 38 000 élèves répartis entre ses 253 écoles opérationnelles à travers le Pendjab, le Rajasthan, l'Haryana, l'Uttar Pradesh, le Tamil Nadu et le Bengal Occidental. Cette initiative a également reçu des distinctions nationales et internationales pour les méthodes d'enseignement novatrices et holistiques dispensées dans les écoles Satya Bharti. ■



Dans la tradition des écoles Satya Bharti, l'éducation va au-delà des salles de classe et des manuels scolaires

Nombre Total d'écoles	253
Écoles primaires	186
Écoles élémentaires	62
Écoles secondaires du deuxième cycle	5
Nombre total d'élèves	38,000
Nombre de filles	48%
Classes défavorisées	76%
Nombre total d'enseignants	Environ 1,400



En plein cours dans une école élémentaire Satya Bharti



Please provide French

Akhil Gupta receiving the 'CEO of the Year' Award at the National Telecom Awards 2012 from Dr Hamadoun Touré, Secretary-General, International Telecommunication Union (ITU)

Awards

BHARTI AIRTEL a été élue « Fournisseur de services télécom de l'année » lors des Frost & Sullivan ICT Awards 2012.

BHARTI AIRTEL a reçu la distinction « Prix de l'Excellence » dans la catégorie « Services de télécom » lors du Dun & Badstreet-Rolta Corporate Awards 2012.

BHARTI AIRTEL a décroché deux prix dans les catégories « Star News Viewers Choice Best Mobile Network » et « Best Quality Mobile Network Service Provider » au cours de la sixième édition des National Telecom Awards.

BHARTI AIRTEL a reçu la distinction du meilleur benchmarking dans son secteur lors des Adam Smith Awards 2012 dans la catégorie « Meilleures pratiques et innovations », en récompense à son excellence en matière d'opérations de trésorerie.

La campagne Har Ek Friend Zaroori Hota Hai de **BHARTI AIRTEL** a remporté sept prix dont deux en or, quatre en argent et un en bronze au cours des Creative ABBY Awards.

BHARTI AIRTEL a décroché le « Highly Commended Award » de cette année de l'« EuroFinance Treasury Awards for Excellence ».

BHARTI INFRATEL s'est vu attribuer le prix du « Telecom Infrastructure Company of the Year » de l'Essar Steel Infrastructure Excellence Award 2012 du CNBC

BHARTI INFRATEL a remporté le prix de l'« Uptime Improvement » décerné au cours de l'édition 2012 de la Rencontre Annuelle des Partenaires d'Airtel.

BHARTI AXA GENERAL INSURANCE a reçu le prix 2012 du « Best Product Innovation Award » et le prix 2012 du « Commercial Lines Growth Leadership Award » au cours des India Insurance Industry Awards.

COMVIVA a remporté l'« Asia Communications Award 2012 » pour sa solution Mobiquity® dans la catégorie de la stratégie mobile.

AKHIL GUPTA a été reconnu « PDG de l'année » au cours des National Telecom Awards 2012.



À l'honneur

Sanjeev Duggal,
PDG de Centum Learning

Il ne serait pas exagéré de décrire Sanjeev Duggal comme un leader aux goûts éclectiques. En plus d'être un pro du golf, Sanjeev est également un fin gourmet et un mélomane. Il est amateur de cuisine italienne et Thai, peut, de son propre aveu, mijoter de bons petits plats et ne jure que par Woodstock et le Jazz. Il a par ailleurs fait de Centum Learning l'une des entreprises de formation qualifiante et professionnelle les plus performantes de l'Inde et a contribué à lui bâtir une renommée mondiale.

En vue de favoriser un changement durable, Centum Learning fournit une formation en entreprise afin d'améliorer les résultats des sociétés, en alliant la formation qualifiante et professionnelle afin de répondre aux exigences de l'industrie dans les secteurs tels que la vente au détail, les télécommunications, l'automobile et l'hôtellerie entre autres. L'entreprise contribue également à l'insertion professionnelle des participants.

« Il existe un écart important entre les besoins de l'industrie en matière de compétences et ce que les jeunes en âge de travailler ont à offrir. Ce problème est sérieux et peut changer notre dividende démographique en catastrophe démographique. Au Centum, nous tentons de résoudre ce problème en promouvant l'employabilité pour le développement des entreprises » affirme Sanjeev.

Avec Sanjeev à sa tête, l'entreprise a enregistré une croissance significative au cours des quatre dernières années. Centum Learning est présent dans 20 pays et est la pépinière de près de 350 entreprises dans le monde, formant près de deux millions de personnes par an dans le monde. Centum ne collabore pas seulement avec des entreprises, mais également avec le gouvernement national et local, par le biais de la création de centres de formation urbains et ruraux, qui sont au nombre de 300 à l'heure actuelle.

Sanjeev est sociologue de formation et s'inspire de ses près de trente années d'expérience en matière d'industrie pour diriger son équipe et gérer l'entreprise. Les valeurs qu'il s'applique à inculquer à son équipe incluent en particulier « l'esprit d'entreprise » qui implique la souplesse, la rapidité, la créativité, l'audace et la persévérance. De cette manière, il espère faire de Centum Learning le plus grand partenaire en matière de formation qualifiante et professionnelle en Inde et en Afrique, et un partenaire de choix pour toutes les organisations, y compris les gouvernements.

Sanjeev est marié et vit à Delhi avec sa femme. ■





Please provide French

First day at the renovated school

Élargir le réseau éducatif

Airtel est passé à une nouvelle phase de son initiative d'adoption scolaire en Afrique ; Rénovation et ouverture de la « Provincial Primary School » — Sa deuxième école en Sierra Leone



Inauguration de l'école au rythme des fanfares

Les familles du quartier Kondebotihun, à Kenema, une ville de Sierra Leone, en Afrique, semblent manifestement soulagées. Une école moderne et attrayante qui se propose d'offrir à leurs enfants un enseignement gratuit de qualité vient de voir le jour dans leur quartier.

L'entreprise a rénové une vieille structure délabrée, fournit un matériel pédagogique, et fait don de matériels scolaires tels que des tableaux noirs, des tables et des chaises. Elle a également distribué aux élèves des manuels scolaires, des cahiers, et des stylos ainsi que des uniformes.



Les nouvelles salles de classe

Cette école est la deuxième que la compagnie a adoptée en Sierra Leone dans le cadre de l'initiative d'Airtel pour l'Éducation. Par le biais de cette initiative surnommée « Notre École », Airtel Afrique vise à permettre aux enfants défavorisés de bénéficier d'une éducation gratuite et de meilleure qualité dans les 17 pays où elle opère.

Airtel Afrique a déjà adopté et lancé 20 écoles qui comptent jusqu'ici près de 11 600 élèves. Airtel Afrique compte ouvrir plusieurs autres écoles bientôt et est en train de sélectionner d'autres écoles en concertation avec les ministères de l'Éducation concernés.

Adressez vos contributions, idées et suggestions à l'adresse ci-dessous:
 Corporate Communications, Bharti Enterprises Limited
 Bharti Crescent, 1, Nelson Mandela Road, Vasant Kunj, Phase II, New Delhi - 110070.
 E-mail: corporate.communication@bharti.in