

bharti TODAY

Vol 17-N°2, 2013



TRANSFORMER LE MONDE RURAL

Par son engagement en faveur de la croissance inclusive, le Groupe Bharti s'est distingué comme l'une des marques préférées de la clientèle rurale.



« À Bharti nous nous efforçons en permanence d'orienter nos modèles d'entreprise de manière à favoriser l'éclosion du potentiel des marchés en milieu rural où la majorité de la population réside encore. »

« Engagés en faveur de la Croissance Inclusive »

Chers collègues,

La consommation sur les marchés émergents et en expansion demeure largement urbaine. Il n'y a aucun doute sur le fait que les plans d'affaires des grandes sociétés ont un penchant prononcé pour les marchés urbains. La nature dispersée des marchés ruraux, combinée à un faible revenu par habitant et une pénétration des produits et services tout aussi faible, les rend peu attrayants sur le plan commercial et parfois purement et simplement non viables. Pour réussir dans ces marchés, il vous faut une bonne dose d'innovation en matière de produits et judicieusement personnaliser vos modèles d'entreprise.

À Bharti, nous nous efforçons en permanence d'orienter nos modèles d'entreprise de manière à favoriser l'éclosion du potentiel des marchés en milieu rural, où la majorité de la population réside encore. Au fil des ans, Bharti Airtel a su s'imposer en tant que leader en matière de téléphonie rurale en Inde, en parvenant notamment à atteindre plus de 5100 villes de recensement et 460.361 villes et villages hors recensement. Avec plus de 83 millions de clients à son actif, Airtel dispose de la plus large base d'abonnés ruraux du pays. En Afrique également, nous avons réussi à bâtir une présence rurale enviable depuis notre entrée dans ce continent en 2010. Une offre de services innovants, tels qu'Airtel Money, mFarmer et d'autres services analogues proposés en partenariat avec d'autres organismes spécialisés, a contribué à transformer le monde

rural à plusieurs égards. Les autres entreprises du groupe ont elles aussi activement développé leurs activités axées sur le potentiel rural pour montrer la voie en matière de promotion de la croissance inclusive dans les régions où elles sont présentes.

Nos initiatives de bienfaisance, aussi bien en Afrique qu'en Inde, sont principalement axées sur la promotion de l'éducation des personnes défavorisées du monde rural. Aujourd'hui, grâce au programme « les écoles Satya Bharti », plus de 39.000 enfants indiens ont accès à l'éducation, tandis que le programme « Notre école » vient en aide à plus de 18.000 enfants ruraux en Afrique. Je suis très fier du travail accompli avec efficacité et de manière coordonnée par les équipes opérationnelles d'Airtel sur le terrain en vue d'aider à la réhabilitation des services affectés au lendemain des crues brutales qui ont touché l'Uttarakhand en Inde.

Nous sommes déterminés à poursuivre cet élan de promotion de la croissance rurale et à déployer tous les efforts possibles dans les jours à venir pour atteindre les zones touchées en formulant des produits et services mieux adaptés à leur environnement.

Cordialement,

A handwritten signature in black ink, reading "Sunil Mittal".

Sunil Bharti Mittal

Sunil Bharti Mittal a été nommé vice-président de la Chambre de commerce international (CCI), qui est l'une des organisations commerciales mondiales les plus anciennes et les plus respectées. Il est le troisième indien à être nommé à cette fonction.

Rajan Bharti Mittal a été nommé président de la section indienne de la Chambre de commerce international (CCI). C'est la filiale nationale de la CCI.

Bharti Airtel a été élue « fournisseur de services de télécommunication aux entreprises » de l'année lors de l'édition 2013 des *Frost & Sullivan India ICT Awards*, notamment pour avoir enregistré une croissance et des performances exemplaires en Inde en 2012.

Bharti Airtel a pris la troisième place du classement Interbrand des « meilleures marques indiennes » pour l'année 2013. Selon la méthode d'appréciation de la valeur de la marque utilisée par l'enquête, Airtel a été évaluée à 6.220 millions USD.

Bharti Airtel s'est distinguée en tant que « société de télécoms la plus respectée » d'Inde lors de l'enquête mondiale sur les entreprises de 2013.

Bharti Airtel a pris la première place du classement Business Today/PeopleStrong des « meilleurs patrons du secteur indien des télécoms » pour l'année 2013.

Bharti Airtel a reçu le prestigieux *Top Treasury Team Award* d'Asie lors de la cérémonie 2013 des *Euro Finance Treasury Awards for Excellence*.

Bharti Airtel a remporté le *mBillionth South Asia Award* 2013 en juillet 2013 grâce à son produit mEducation dédié à l'orientation professionnelle.

Bharti Airtel a remporté le prix *Pitch Brands 50 Awards for Excellence in Marketing* dans la catégorie « Globetrotters » en juin 2013.

Airtel Ghana a remporté le *Best Customer Care Award* et s'est distinguée en tant que « fournisseur de services mobiles haut débit de l'année » lors de l'édition 2013 (3e) des Ghana Telecoms Awards.

Bharti Infratel a reçu le *CII's National Award for Excellence' in Energy Management 2013* dans la catégorie « meilleure innovation en matière de produit économiseur d'énergie » pour ses solutions utilisant les énergies renouvelables dans les sites de tours de télécoms.

Bharti AXA General Insurance a remporté le *Claims Initiative of the Year Award* lors de la cérémonie 2013 des *Star of the Industry Awards* pour son service de gestion des réclamations liées à la santé.

Centum Learning a remporté le *FICCI LeapVault Skills Champion of India Award for excellence in community mobilisation* lors de la cérémonie 2013 du FICCI Global Skills Summit.

Centum Learning a reçu le prix *High Performing Partner* de la National Skill Development Corporation pour l'exercice 2012-13.

Centum Learning a remporté le *Excellence in Training Award* lors de la 7e édition des *Employer Branding Awards* du World HRD Congress. La société a remporté cette récompense pour la troisième fois consécutive.



Sunil Bharti Mittal à son dîner d'adieu organisé par le bureau d'Unilever au célèbre Churchill War Museum. Churchill a occupé ce fauteuil du Cabinet de guerre lorsqu'il le présidait durant la Seconde Guerre mondiale.



Rencontre de Rakesh Bharti Mittal avec M. Nawaz Sharif, premier ministre du Pakistan, lors de la première réunion du Forum commun Inde-Pakistan des affaires tenu à Islamabad le 29 juin 2013.

TRANSFORMER LE MONDE RURAL

Les marchés ruraux sont souvent considérés comme peu attractifs sur le plan commercial à cause de leur nature fragmentée et de la faible pénétration des produits et services. Avec leur souci particulier de l'innovation en matière de produits, leurs modèles d'entreprise à faible coût et naturellement leur dévouement sans faille pour la transformation du monde rural, les entreprises du Groupe Bharti ont incontestablement réussi à construire un « lien rural ».

Avec une base importante de 275 millions de clients dans les zones rurales d'Asie et d'Afrique, la marque phare du groupe, Bharti Airtel, est bien partie pour transformer de manière positive la vie de ces populations rurales. Avec au total 83,82 millions d'abonnés ruraux, Bharti Airtel est en effet le plus grand fournisseur de services de télécoms d'Inde, le plus grand marché de son portefeuille. L'orientation durable de l'entreprise vers ces marchés et son engagement pour l'innovation contribuent non seulement à relier l'économie rurale au processus général de croissance économique, mais également à améliorer la qualité de vie des clients ruraux.



APNA CHAUPAL



Dans une initiative majeure visant à améliorer la qualité de vie des populations rurales d'Inde et à promouvoir l'autonomisation sociale et économique de ces dernières, Airtel a lancé « Apna Chaupal » en début 2013. Ce service essaye littéralement de reproduire un « lieu de réunion villageoise » qui est la traduction du mot hindi « Chaupal ». C'est un service vocal qui donne des informations en langues régionales sur d'importantes activités quotidiennes ou questions d'actualité telles que l'agriculture, l'événementiel, la santé, l'emploi, l'orientation professionnelle, la formation en anglais, les pratiques de dévotion (ex. diffusion en direct de Aarti's - musique liturgique hindi - à partir de temples, astrologie, etc.). Il est facile de souscrire à ce service; il suffit d'appeler le numéro vert 58080 en Inde.

UNE SOLUTION BANCAIRE POUR UNE POPULATION MAJORITAIREMENT NON BANCARISÉE



Moti Khavdi est un petit village de Jamnagar (État du Gujarat, Inde occidentale). Une effervescence y règne, perceptible dès qu'on arrive au bureau de services Airtel Money du village. On y trouve une foule de personnes, surtout des immigrés, faisant la queue pour transférer de l'argent à leurs proches restés dans leurs localités d'origine; ce qui montre le grand soulagement que leur a apporté Airtel Money. Avant l'ouverture de ce bureau de services, une agence d'une banque publique était l'unique fournisseur de ces services de transfert d'argent de la zone. De longues queues y avaient lieu, ce qui suscitait beaucoup de contrariétés, en plus du fait que le service n'était disponible qu'aux heures d'ouverture de la banque. Le bureau Airtel Money a indubitablement remporté un grand succès. La confiance que les usagers ont de plus en plus en ce service se reflète par une croissance de l'activité d'Airtel Money de plus de 100% aux mois de juin et juillet 2013.

Ce service bancaire alternatif s'impose progressivement en tant que moteur clé d'intégration financière dans deux des États les plus peuplés du pays: Uttar Pradesh et Bihar. Un exemple de réussite souvent cité par l'équipe Airtel Money d'Uttar Pradesh est celui de Mundali, un petit village situé à environ 9 kilomètres de la ville de Meerut dans l'Uttar Pradesh. Avec une population de près de 9000 habitants, ce petit village ne dispose pas de banque et ses habitants doivent parcourir 2,5 kilomètres avant d'atteindre la banque la plus proche pour effectuer les transactions financières. La foire

Les agents de la société en train de montrer aux habitants de Mundali dans l'Uttar Pradesh comment utiliser Airtel Money



Le bureau Airtel Money de Moti Khavdi à Jamnagar (Gujarat)

promotionnelle organisée par l'équipe d'Airtel Money a rencontré un grand succès auprès de la population locale. Cet événement a attiré un nombre important de nouveaux clients dans le village. 35 comptes express, 14 comptes super et 20 comptes prépayés Airtel Money ont été ouverts à l'occasion de cette foire.

Airtel Money a noué un partenariat avec l'État du Bihar dans le cadre du lancement d'un service de paiement mobile pour le règlement des factures d'électricité. Les bénéfices de cet arrangement sont particulièrement ressentis dans les zones rurales. Grâce à ce service, parcourir de longues distances et faire la queue devant les guichets de paiement des factures ne sont plus qu'un mauvais souvenir. Aujourd'hui, ce service est utilisé dans 21 districts du nord du Bihar.

En Afrique rurale, où le taux de population non bancarisée dépasse les 90%, Airtel Money est incontestablement devenu un instrument clé d'intégration financière dans les 16 marchés où le service est présent. Le service a progressivement gagné les différentes sections de la population rurale qu'il a connectée au reste du monde financier. Par exemple, les artisans ruraux ont maintenant la possibilité d'écouler leurs bijoux fabriqués à la main et leurs objets d'art sur les e-marchés et de recevoir leurs paiements dans leurs comptes Airtel Money.

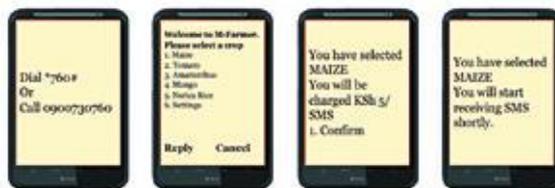


J'ai un frère qui vit à Narela à Delhi et qui m'envoie de l'argent tous les mois. Auparavant, il devait faire de longues queues à la banque où il passait la moitié de la journée. Cela lui coûtait sa paie journalière. Quant à moi, je devais ensuite parcourir environ 10 km pour atteindre la banque et toucher l'argent. Grâce à Airtel Money, le transfert est dorénavant instantané. Je n'ai plus besoin d'aller à la banque pour recevoir l'argent. »

– Sashi Ranjan Prasad, un bénéficiaire d'Airtel Money dans le Bihar

MFARMER

Airtel mFarmer, une plateforme mobile de services d'informations agricoles lancée en avril 2013 au Kenya, connaît un grand succès. Au cours des premiers mois du lancement de ce service, plus de 3000 paysans y ont souscrit. Lancé dans le cadre du projet « Sauti ya Mkulima » (voix du paysan), le service fournit au quotidien aux agriculteurs kenyans des renseignements sur les meilleures pratiques agricoles, le climat et les prix du marché des produits agricoles afin de les aider à prendre des décisions appropriées et efficaces. Les usagers prennent conscience des avantages de disposer d'informations simples telles que le potentiel de la culture intercalaire de maïs, de haricot et d'autres légumes pour le contrôle des parasites (cicadelles, chrysomélidés, mineuses des feuilles) et l'utilisation optimale du sol. Disponible en swahili et en anglais, mais ne couvrant qu'un nombre limité de cultures importantes, telles que le maïs, le riz, la tomate, la mangue, ce service est en train de faire sensation au Kenya.



MESSAGE SAMPLES

❖ La culture intercalaire de maïs, de haricot et d'autres légumes aide à contrôler les parasites (cicadelles, chrysomélidés, mineuses des feuilles) et à utiliser le sol de manière optimale.

❖ Agriculteurs, transformez (décortiquez) votre riz aussitôt après la récolte pour minimiser les pertes.

mFarmer n'est pas un nouveau service d'Airtel, mais une simple adaptation d'un service similaire lancé ces dernières années en Inde où il enregistre un grand succès. Ce service, fourni dans le cadre du partenariat entre Bharti Airtel et la compagnie IFFCO Kisan Sanchar

Limited (IKSL), couvre une large gamme d'informations sur l'industrie laitière, l'élevage, la santé rurale et la disponibilité d'engrais en plus des renseignements agricoles habituellement donnés (météo et prix du marché). Ce service à valeur ajoutée couvre actuellement

1.300.000 paysans et inclut non seulement cinq messages vocaux gratuits par jour donnant des informations sur un centre d'intérêt spécifique, mais également un numéro vert à travers lequel des experts apportent des réponses à diverses questions.

PROJET DES VILLAGES DU MILLENAIRE

Dans le cadre des Objectifs du Millénaire pour le Développement de l'ONU, Airtel a conclu un partenariat avec la Earth Institute, une organisation à but non lucratif, afin de faciliter l'accès à internet à huit villages (les « villages du millénaire ») dans six pays africains - Ghana, Kenya, Malawi, Nigeria, Tanzanie et Ouganda. Airtel a entrepris de fournir des services de télécommunication et à haut débit à ces villages à travers son réseau. Grâce à cette initiative, Airtel distribue des cartes SIM aux employés du secteur de la santé communautaire et crée des numéros d'urgence locaux

Villages du millénaire adoptés par Airtel

Villages	Pays
Bonsaaso	Ghana
Sauri et Dertu	Kenya
Mwandama	Malawi
Pampaida et Ikaram	Nigeria
Mbola	Tanzanie
Ruhiira	Ouganda

(numéros verts) selon les besoins de chaque village en plus d'assurer l'entretien des sites de ces villages.

PROGRAMME « JEUNES LEADERS »

Comme on dit: « tout est dans la tête »; sans une perception biaisée consciente, il est difficile de concevoir et de mettre en œuvre des idées d'entreprise axée sur les communautés rurales. Dans le cadre de son plan d'intégration en entreprise, le groupe a mis en place le programme « Jeunes leaders », conçu pour sensibiliser les jeunes recrues sur les problèmes ruraux. Chaque promotion de jeunes et brillantes recrues des instituts les plus en pointe prend part à un séminaire de deux semaines durant lequel les participants dispensent des enseignements aux élèves des écoles Satya Bharti.



FISHCOPFED

Vers la fin des années 1990, Robert Jensen, un économiste du développement de l'université de Harvard, a pour la première fois parlé du lien entre l'accès aux renseignements sur les prix des produits halieutiques sur les marchés côtiers locaux et l'amélioration des revenus des pêcheurs de l'État du Kerala. Plusieurs études ont par la suite repris la même allégation. Aujourd'hui, grâce à la National Federation of Fishermen's

Cooperative Limited (FISHCOPFED), un projet conjointement lancé par Bharti Airtel et le gouvernement d'Odisha, les villages côtiers de cet État profitent d'un portefeuille de services beaucoup plus large et plus diversifié que ce dont ils disposaient. Au titre de ce projet, Airtel a offert des connexions mobiles aux bénéficiaires avec une recharge mensuelle d'une valeur de 30 ₹. Ce projet qui promeut l'amélioration de leurs revenus a redonné confiance aux bénéficiaires. Plus d'un millier

de pêcheurs ont maintenant accès à diverses données relatives aux zones de pêche potentielles (ZPP), aux prévisions météo améliorées, à la longueur des ondes de marée, aux pratiques fondamentales d'hygiène à bord des embarcations de pêche, à la santé, aux conseils en matière de pêche, et aux programmes gouvernementaux. L'accès facilité à ces informations cruciales a contribué de manière significative à l'amélioration de la productivité et des revenus des pêcheurs.

POUR L'ACCÈS DES RURAUX PAUVRES À L'ÉDUCATION

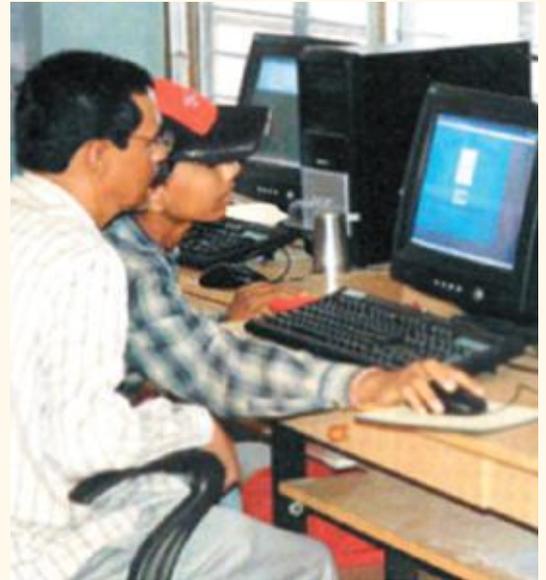
Le groupe s'efforce d'une manière unique de développer ses entreprises de manière à générer un impact sensible sur la vie des populations rurales. Dans ce contexte, les initiatives philanthropiques du groupe jouent un rôle important. Ayant identifié l'éducation comme l'un des principaux instruments d'autonomisation socioéconomique, le groupe a lancé le programme des écoles Satya Bharti dans le but de jouer un rôle actif dans ce secteur, en particulier en milieu rural. Le programme a été déployé dans le pays à partir de 2006 avec comme objectif de fournir des services éducatifs gratuits et de qualité aux couches défavorisées de l'Inde rurale. Ce programme de promotion de l'éducation dans l'Inde

rurale s'est avéré un véritable succès. Actuellement, 254 écoles primaires Satya Bharti sont fonctionnelles à travers six États du pays; elles accueillent dans l'ensemble plus de 39.000 enfants défavorisés et emploient environ 1500 instituteurs. 49% des écoliers sont des filles et 75% des élèves viennent des couches marginalisées de la société.

S'inspirant du succès du programme des écoles Satya Bharti, la marque phare du groupe, Bharti Airtel, a entrepris de défendre la cause de l'éducation dans les 17 pays africains où elle opère. Au titre de son programme « Notre école », Airtel Afrique a adopté 38 écoles primaires rurales accueillant au total 18.000 élèves.



AIDE A LA GOUVERNANCE



En 2007, Airtel Inde s'est associée au gouvernement du Gujarat pour lancer l'un des plus ambitieux projets d'e-gouvernance rurale, mieux connu sous le nom d'e-Gram. Grâce à une initiative de grande envergure au titre de ce projet, les services aux citoyens – accès au registre foncier, résultats des processus de recrutement dans la fonction publique ou information sur l'état des demandes y afférentes – ont été rendus accessibles aux panchayats

(gouvernements locaux) des villages. Depuis quelques années, ces services sont proposés aux citoyens via les téléphones portables.

Actuellement, l'entreprise travaille avec le gouvernement du Bangladesh, un pays où 80% de la population est rurale, dans le cadre d'un projet intitulé « Accès à l'information » (a2i). Ce projet vise à renforcer la transparence, améliorer la gouvernance et réduire

le temps, les difficultés et les coûts liés aux services publics dans le Bangladesh rural. a2i a créé 4.543 centres d'information et de services (Union Information and Service Centres – UISC) répartis à travers le pays. Au titre de ce partenariat, ces centres font également office de détaillants Airtel proposant des services tels que la vente de cartes SIM, la recharge de crédit d'appel et Airtel Money. Le service couvre présentement 218 UISC.

PROMOUVOIR L'AUTONOMISATION ÉCONOMIQUE DES JEUNES PAR LA FORMATION

Centum Learning, aujourd'hui présent dans plus de 21 marchés à travers l'Asie, l'Arabie Saoudite et l'Afrique, est une autre entreprise du groupe ayant émergé en tant que pionnière dans les solutions de formation et de développement des compétences dans l'Inde rurale.

Voici l'histoire de Shivnath Kumar Kausariya qui a bénéficié du programme de Centum axé sur le développement des compétences des jeunes ruraux.

Provenant du petit village d'Abhaanpur dans le Chattisgarh, un État de l'Inde central, il était le seul membre de sa famille à gagner un revenu et devait fréquemment parcourir environ 28 km pour se rendre à la ville de Raipur afin d'y exercer de petits emplois de subalterne. Tous ses efforts pour trouver un gagne-pain stable avec un revenu raisonnable afin d'aider sa famille tombaient à l'eau. Un jour,

alors qu'il se trouvait à Raipur, il entendit parler du centre Centum de développement des compétences d'Anantpur et décida de s'inscrire à l'un des programmes de formation qui y étaient offerts. Au terme de sa formation, il fut embauché en tant qu'agent de sécurité avec un salaire mensuel de 5000 roupies. Aujourd'hui, il est fier de dire: « Je me sentais inutile et impuissant; maintenant je me sens confiant quant à l'avenir de mon fils. J'ai toujours rêvé de m'inscrire dans une école privée; grâce à Centum Learning, ce rêve s'est réalisé. »



PÉNÉTRATION DE CENTUM LEARNING DANS LES ZONES RURALES:

Centres de développement des compétences de Centum
368

Candidats mobilisés
1.03.906

Candidats inscrits
37.687

Candidats formés
29.996

AMELIORER LA PRODUCTIVITÉ AGRICOLE

FieldFresh Foods est aujourd'hui le plus grand exportateur indien de maïs miniature frais et de maïs doux frais vers les marchés britanniques et de l'UE. Son programme d'agriculture sous contrat a aidé à transformer de manière positive la vie et les moyens de subsistance de plus de 4000 petits agriculteurs marginaux, ainsi que plusieurs partenaires de l'industrie agroalimentaire dans les États du Pendjab, du Maharashtra et d'Andhra Pradesh où FieldFresh opère actuellement. Beaucoup d'eau a coulé sous les ponts depuis l'époque où les agriculteurs ne se concentraient que sur les cultures traditionnelles telles que le blé, le riz ou la canne à sucre. Aujourd'hui, ils ont opté pour la diversification et cultivent également des légumes tels que le maïs miniature, le maïs doux, les haricots verts, les piments et les herbes, des cultures avec un cycle beaucoup plus court et qui donnent un rendement accru de plus de 25% par acre. De plus, dans un contexte où les petits agriculteurs marginaux sont toujours à la merci des intermédiaires et font face à l'incertitude quant à la qualité marchande de leurs produits et l'obtention de prix équitables, FieldFresh Foods garantit un lien sécurisé avec le marché, une tarification transparente et des paiements rapides à travers un système de garantie *Price and Pick-up* (P&P).

Une bonne illustration de cet impact positif sur les vies est le fruit de la collaboration avec la fondation indienne Syngenta dans les zones tribales du district de Thane (Maharashtra), où l'équipe de FieldFresh Food a grandement contribué à améliorer les pratiques agricoles, ainsi que l'accès des paysans tribaux au marché; comme conséquence, les piments cultivés par ces agriculteurs sont aujourd'hui vendus dans les principaux supermarchés britanniques. D'autres petites initiatives ont été lancées par FieldFresh Food, notamment « CropIn » qui fournit des solutions mobiles facilitant l'accès aux informations essentielles à partir des exploitations agricoles et aux prévisions en temps réel sur les intrants agricoles. Par exemple, un paysan reçoit instantanément un commentaire sur la santé de ses cultures d'un expert basé au Royaume-Uni lorsqu'il envoie une photo de son champ de maïs doux.



Nisha Devi, une petite agricultrice de Chail dans l'Himachal Pradesh, était confrontée à un problème de faible productivité de son unique acre de terre. Elle ne connaissait pas les méthodes agricoles modernes. Om Prakash, l'agriculteur qui dirige le programme Direct Farm de Bharti Walmart dans la zone a parrainé l'intégration de Nisha à l'initiative en mars 2013. Dans le cadre du programme de formation, elle a appris les meilleures pratiques agricoles, ce qui lui a permis d'améliorer sa productivité dès les premières phases du cycle végétatif. La technique de pépinière en plateaux multicellulaires s'est avérée salutaire pour Nisha. Elle affirme que le taux de germination des semences des plateaux multicellulaires est de 95%, soit un pourcentage beaucoup plus élevé que celui obtenu avec la méthode traditionnelle de semis en pépinière sur un lit de sol, où le taux de germination n'est que de 55 à 60%. En outre, l'infestation par les maladies est réduite dans les plateaux multicellulaires, ce qui augmente les chances de réussite de la pépinière. Cela a aidé Nisha à atténuer sa dépendance aux sources extérieures pour l'achat de semis.

Encouragée par les résultats positifs qu'elle a obtenus, Nisha a sollicité l'assistance de l'équipe de Direct Farm pour l'analyse de son sol. L'aide technique apportée par l'équipe lui a permis d'économiser 50% de son investissement en réduisant son utilisation des engrais chimiques. Elle a maintenant recours au vermicompostage et a mis en place une unité dans ses champs à cet effet. Le succès qu'a connu Nisha est le reflet de beaucoup d'autres réussites expérimentées par des petits agriculteurs marginaux comme elle avec l'aide du programme Direct Farm de Bharti Walmart.

ÉLARGIR LA PROTECTION FINANCIÈRE

Le faible taux de pénétration des assurances est une préoccupation majeure dans les pays émergents d'Asie et d'Afrique. En Inde, le taux de pénétration ne dépasse pas 0,8% du PIB. Cette situation est particulièrement préoccupante dans les zones rurales. Bharti Axa General Insurance a lancé des produits novateurs adaptés à ce segment tels que Mahila Kavach, une police d'assurance à double avantage pour

protéger les femmes rurales. Par ailleurs, ce plan comprend également des prestations telles que le fonds pour l'éducation des enfants et le fonds de mariage pour les filles. Un autre produit de la société qui répond directement aux besoins du secteur rural est la police d'assurance globale pour les paysans, qui fournit une protection personnelle et pour les produits agricoles et les biens de valeur du ménage.



En Afrique également, Bharti Airtel a signé un accord stratégique avec Sanlam, un groupe de services financiers basé en Afrique du Sud pour la mise en place de services d'assurance à faible coût et d'instruments de couverture maladie dans sept pays africains - Kenya, Ghana, Tanzanie, Zambie, Ouganda, Malawi et Nigeria.

Le mantra de la réussite de Bharti dans les zones rurales a été son souci du détail et son penchant pour l'innovation dans la conception des solutions pour les marchés ruraux. Une telle approche a évidemment permis à Bharti Airtel et à d'autres sociétés du groupe d'élargir la portée de leur offre de services et de renforcer leur crédibilité auprès des clients ruraux.



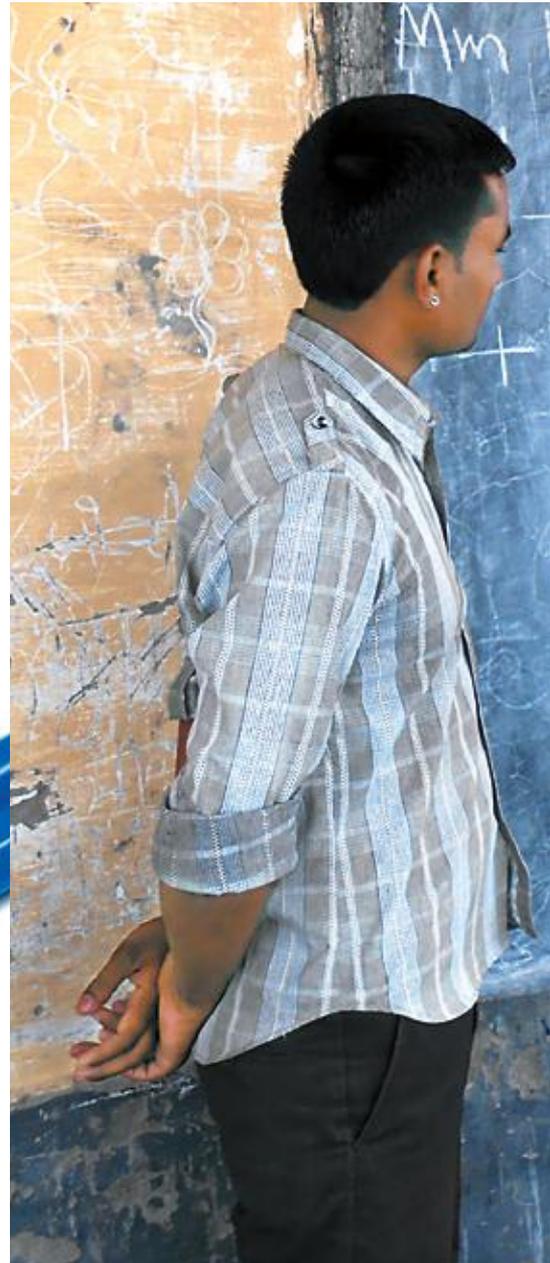
ÉDUIQUER UN ENFANT



En tant que partenaire stratégique de l'initiative mondiale – Éduquer un enfant – lancée par Son Altesse Sheikha Moza bint Nasser du Qatar – la Fondation Bharti travaille avec les gouvernements étatiques pour mettre en œuvre le programme en Inde en vue de l'intégration des enfants **exclus de système scolaire** dans des écoles normales.

Près de 60 millions d'enfants en âge de scolarisation à travers le monde n'ont pas accès à l'éducation. Selon les données du gouvernement indien, au plan national, la population d'enfants exclus du système scolaire s'élève à 2,7 millions en mars 2011. Bien que

le taux global d'abandon scolaire soit en baisse en Inde, un plus grand nombre d'enfants auraient abandonné l'école entre 2010 et 2011 par rapport à la période 2009-2010 dans 10 des 30 États du pays, cela après que la loi sur le droit à l'éducation soit entrée en

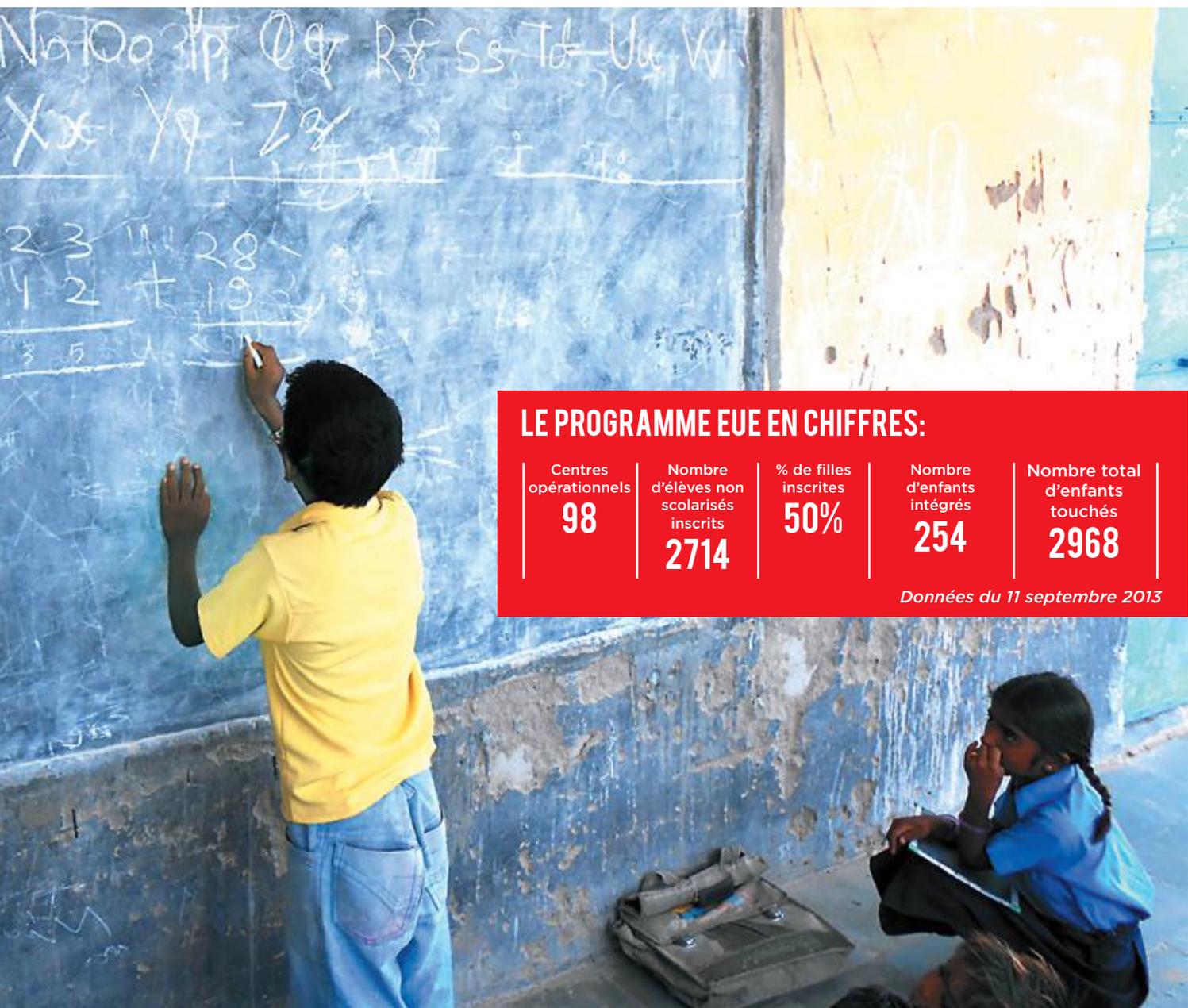


vigueur, une loi historique instituant l'éducation gratuite et obligatoire pour le groupe d'âge des 6-14 ans comme un droit fondamental.

La fondation Bharti, qui a déjà établi son programme d'écoles Satya Bharti comme l'une des plus grandes initiatives du secteur privé dans le domaine de l'éducation nationale, s'est associée à l'initiative Éduquer Un Enfant (EUE), une nouvelle initiative mondiale lancée par Son Altesse Sheikha Moza bint Nasser du Qatar. Le programme vise à catalyser les efforts pour réduire de manière significative le nombre d'enfants en âge d'aller à l'école primaire exclus du système

L'initiative Éduquer un Enfant vise à :

- **Catalyser les efforts afin de réduire significativement à l'échelle mondiale le nombre d'enfants non scolarisés en âge d'aller à l'école primaire d'ici 2015 et au-delà;**
- **Soutenir la qualité de l'éducation dans les pays et au sein des programmes dans lesquels elle intervient et;**
- **Sensibiliser la communauté internationale sur les besoins en éducation de base.**



LE PROGRAMME EUE EN CHIFFRES:

Centres
opérationnels
98

Nombre
d'élèves non
scolarisés
inscrits
2714

% de filles
inscrites
50%

Nombre
d'enfants
intégrés
254

Nombre total
d'enfants
touchés
2968

Données du 11 septembre 2013

scolaire à l'échelle mondiale. Outre le soutien apporté aux initiatives pour l'amélioration de la qualité de l'éducation, l'initiative EUE cherche également à sensibiliser sur les besoins de la communauté mondiale en matière d'éducation.

En tant que partenaire stratégique d'EUE en Inde, la Fondation Bharti est en train de mettre en place des centres d'apprentissage Satya Bharti afin d'intégrer les enfants exclus du système scolaire dans des écoles publiques normales. Ces centres sont installés dans les écoles publiques afin d'offrir des cours adaptés à court et moyen terme aux enfants grâce à des

modules de rattrapage structurés et l'encadrement par un enseignant ressource.

Dans le cadre du plan de mise en œuvre initial, la Fondation Bharti a signé un protocole d'entente (PE) avec le gouvernement du Rajasthan pour créer des centres de rattrapage/soutien scolaires dans l'État. Aujourd'hui, 98 de ces centres sont opérationnels dans l'État avec une couverture de plus de 2900 élèves.

Suite aux succès remarquables du programme au Rajasthan, son extension aux autres États est prévue au cours des années à venir.



Le projet crée une plateforme de partage des connaissances entre les organismes nationaux et internationaux travaillant dans le même domaine.

L'État d'Uttarakhand situé au nord de l'Inde a été sévèrement affecté par les inondations soudaines survenues au mois de juin. Déclenchées par une averse torrentielle sans précédent sur les crêtes plus élevées, ces crues éclairs ont eu un impact hallucinant.

TENDRE UNE MAIN SECOURABLE

Des milliers de personnes ont été soit emportés ou ensevelis sous d'importants glissements de terrain. Ces événements ont coïncidé avec la période la plus animée de la saison touristique dans la région qui abrite les principaux lieux sacrés des hindous, la plus grande communauté religieuse de l'Inde. Au dernier décompte officiel, 5750 personnes étaient portées disparues en plus des 850 morts. Dans l'une des plus grandes opérations de sauvetage de l'histoire de l'Inde, 1.08.700 personnes ont été évacuées par voie aérienne ou terrestre.

Dans le cadre des actions globales et coordonnées entreprises par Bharti Airtel pour porter secours aux personnes touchées de la région, Airtel a lancé un service gratuit d'alerte en cas d'urgence pour les clients inscrits dans un enregistreur de localisation de visiteur (VLR) dans les districts touchés. En outre, la société a offert 50 minutes d'appel local à ses 20.000 clients avec un solde inférieur à 1roupie. L'initiative a profité à tous les clients utilisateurs d'Airtel qui se trouvaient dans les quatre districts touchés, notamment Uttarkashi, Rudraprayag, Chamoli et Tehri Garhwal, entre le 14 et le 16 juin. Par ailleurs, la société a également offert des services de téléphonie à crédit tels que l'EOCN et les SMS aux victimes disposant d'un faible solde dans les zones touchées.

Airtel Channel Partners a organisé une journée « Langar », une activité visant à offrir des repas gratuits, à Srinagar afin de distribuer de la nourriture et de l'eau aux survivants et à leurs familles. Initialement, près



de 2.000 paquets de nourriture ont été distribués. Des cabines téléphoniques ont été installées pour permettre des appels gratuits vers divers endroits importants à Rishikesh, Karnaprayag, Joshimath et l'aéroport de Jolly Grant, où tous les passagers secourus ont été acheminés. De plus, trois centres de secours ont été mis en place dans les camps ITBP (police des frontières indo-tibétaines) des principales zones - Joshimath dans le district de Chamoli, Phata et Guptkashi dans le district de Rudraprayag. L'équipe Airtel d'Uttar Pradesh et d'Uttarakhand a collecté des vêtements et des couvertures auprès des autres cercles de télécommunication et en a fait don à une ONG pour une distribution appropriée aux victimes. Dans un élan extraordinaire de solidarité aux victimes, les employés des différents cercles ont collecté près de 1.900.000 ₹ pour les victimes de cette grande tragédie. Dans le cadre de l'initiative, la société a également fait un don supplémentaire de 10.000.000 ₹ au fonds de financement des secours géré par le premier ministre de l'Uttarakhand.

Les catastrophes naturelles sont une préoccupation majeure partout au monde. Ce qui les rend plus dangereuses par rapport aux autres formes de dommage c'est leur caractère parfois imprévisible et le fait qu'elles peuvent occasionner des destructions massives de vies et de biens, parfois au-delà de l'imagination. Seule une réponse en temps réel d'entreprises socialement responsables comme celle de Bharti peut contribuer à atténuer les



Une cabine téléphonique gratuite d'Airtel à Uttarakhand

Faits marquants

- Cabines téléphoniques pour des appels gratuits vers toutes les destinations importantes telles que Rishikesh, Karnaprayag, Joshimath, l'aéroport de Jolly Grant et les camps ITBP dans les localités de Joshimath dans le district de Chamoli, de Phata et de Guptkashi dans le district de Rudraprayag où tous les passagers secourus étaient acheminés.
- 50 minutes d'appel local offertes à environ 20.000 clients dans les zones affectées.
- Numéros verts pour porter assistance aux clients; communication par SMS des numéros de contact de tous les services d'assistance téléphonique (gouvernement/armée/entités paramilitaires).
- Don de 10.000.000 ₹ au fonds de financement des secours géré par le PM d'Uttarakhand.

conséquences catastrophiques et les séquelles dans l'esprit des victimes.

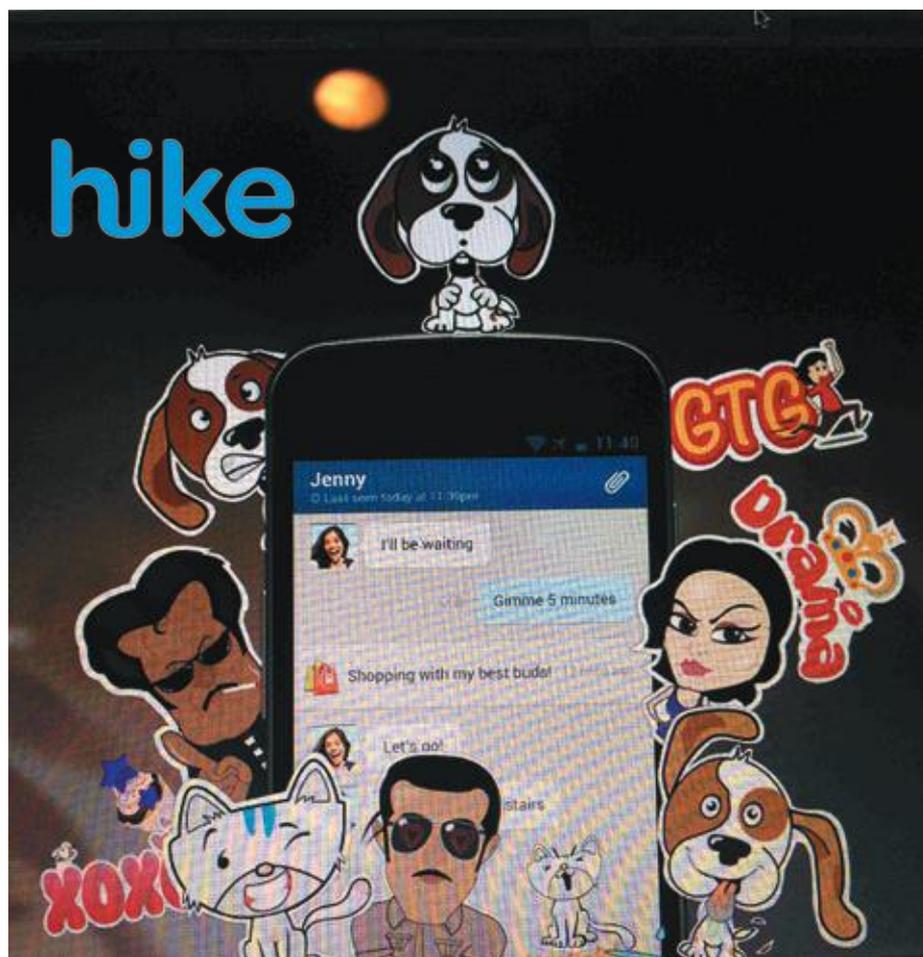
REDÉFINIR LE SERVICE DE MESSAGERIE INSTANTANÉE

Fidèle à l'expression populaire « une image vaut mille mots », l'application hike a lancé une mise à jour importante. Dans le cadre de cette nouvelle initiative, les utilisateurs peuvent désormais communiquer entre eux en cliquant sur des stickers novateurs et expressifs. La mise à jour offrira aux utilisateurs une plus grande liberté d'expression de leurs pensées, et permettra de réduire les efforts de saisie sur un smart phone, augmentant ainsi la vitesse de communication entre utilisateurs.



Dans son effort constant de réinventer la solution de messagerie pour la rendre plus conviviale et garantir une plus grande liberté d'expression sur le mobile, l'application hike a lancé une nouvelle mise à jour. Avec la nouvelle mise à jour hike, les utilisateurs peuvent désormais communiquer entre eux en cliquant sur des stickers novateurs et expressifs. Le service offrira désormais une variété de stickers, tels que Miley le chat, Snuggles le chien, des expressions, et des frimousses et même une série amusante d'avatars de célébrités de Bollywood. « Quand les mots ne suffisent pas, vous pouvez utiliser des stickers » affirme Kavin Bharti Mittal, chef du département Stratégie et développement de produits de BSB.

En outre, une fonctionnalité révolutionnaire appelée "hike Offline" a également été lancée grâce à laquelle, lors d'une conversation, hike identifie tout utilisateur déconnecté et permet d'envoyer le message sous forme de SMS gratuit à cet utilisateur. La réponse de l'utilisateur déconnecté revient dans hike pour les autres utilisateurs connectés, rendant les messages extrêmement fluides. La société a introduit deux autres fonctionnalités. Une toute nouvelle fonction talkie-walkie qui vous permet d'envoyer des messages vocaux en temps réel et de voir la dernière visite de vos amis. Les utilisateurs peuvent choisir les



personnes qui peuvent voir leur dernière visite dans l'application. Avec la nouvelle mise à jour, hike compte introduire un nouveau style de communication permettant aux utilisateurs de se connecter et de partager diverses choses, grâce à une série de fonctions conçues dans le seul but de répondre aux

besoins et aux intérêts du marché indien.

Depuis son lancement à l'échelle mondiale en décembre 2012, l'application hike compte aujourd'hui cinq millions d'utilisateurs et elle traite actuellement près d'un milliard de messages par mois.



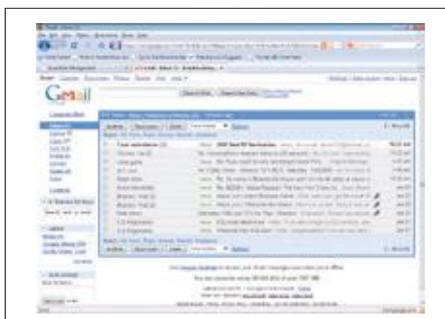
Airtel et Google s'associent pour créer une zone franche en Inde

Les clients d'Airtel peuvent maintenant accéder gratuitement aux services de Google sur leurs téléphones portables

Fidèle à son engagement à innover continuellement, Bharti Airtel s'est associée à Google pour lancer une zone franche en Inde. Le service permet aux clients d'accéder à Google+, Gmail et Google Recherche sans supporter les frais de transmission de données. Les utilisateurs doivent cependant payer pour les services avancés tels que les téléchargements de pièces jointes. Dans le marché indien majoritairement dominé par les téléphones numériques, les versions adaptées de Gmail et Google + du téléphone numérique peuvent aider à augmenter de manière rapide la base d'utilisateurs d'internet. L'initiative permet aux clients d'explorer l'univers de l'internet tout en étant en déplacement, de tirer profit du pouvoir de la recherche d'informations, des courriels et de la collaboration sociale.



Gmail



Search



Google Plus



Bharti Airtel accroît sa participation dans les entités BWA de Qualcomm

Les entités indiennes de Qualcomm désormais filiales de Bharti Airtel

Cherchant à imposer sa marque sur l'espace 4G panindien, Bharti Airtel a acquis une participation majoritaire dans les entités indiennes de Qualcomm AP. Après avoir acquis 49% dans l'ensemble des quatre entités BWA (accès au haut débit sans fil) de Qualcomm, la société a récemment souscrit à des capitaux effectifs supplémentaires dans ces sociétés, faisant d'elles des filiales de Bharti Airtel.



Bharti Airtel achète Warid Ouganda

2,8 millions de clients de Warid en Ouganda rejoignent le réseau mondial d'Airtel

Bharti Airtel a acheté Warid Telecom d'Ouganda. Il s'agit de la première acquisition de la société dans le marché. Cette initiative a permis à Bharti Airtel d'élargir sa base de clients à 7,4 millions d'abonnés, consolidant ainsi sa position en tant que deuxième grand opérateur avec une part de marché de 39% en Ouganda.



Airtel Digital TV révolutionne l'univers du DTH avec « Freemium PPV »

Encore une autre première dans l'industrie !

Now watch movies for free!

Free Movies service brings you your favorite bollywood blockbusters

For more, tune in to Channel No. 155

airtel digital TV

Disclaimer: To watch movies in full screen without L-shape ads, pay subscription amount

Étant le premier de son genre, le service cinéma d'Airtel Digital TV a lancé une toute nouvelle plateforme innovante de télé à la carte « Freemium PPV » pour ses 8,1 millions de clients. Le nouveau service permet aux clients de profiter gratuitement d'un bouquet de films populaires d'Airtel Digital TV à des heures préalablement fixées sur leur plateforme de télé à la carte.



Accord entre Bharti et Reliance Jio pour une connectivité des données internationales

Le système de câbles ultramoderne i2i de Bharti pour fournir à Reliance un accès direct et une connectivité ultrarapide avec les principaux centres de l'Asie Pacifique

En tant que pionnier du concept de partage des actifs de télécommunication entre les concurrents, Bharti Airtel a signé un autre accord historique avec l'un de ses nouveaux concurrents Reliance Jio Infocomm, une filiale de Reliance Industries Limited (RIL). Airtel a signé avec ce dernier un accord de droit irrévocable d'usage (DIU), dans lequel il s'engage à fournir à Reliance Jio une capacité de données sur son câble sous-marin i2i en propriété exclusive qui s'étend de Chennai à Singapour. Le câble ultramoderne composé de 8 paires de fibres utilisant un DWDM (multiplexage par division d'ondes denses) et capables de supporter une capacité de plusieurs téraoctets par paire de fibres connecterait directement Reliance Jio aux principaux centres commerciaux du monde et aux fournisseurs d'accès internet (FAI) à travers l'Asie Pacifique. Le réseau mondial de Bharti s'étend sur 225.000 km, couvrant ainsi 50 pays et 5 continents.



Investissement stratégique du Qatar Foundation Endowment dans Bharti Airtel

L'une des plus grandes opérations de capital-investissement de l'histoire de l'Inde

Comme preuve de la confiance accrue des investisseurs mondiaux en Bharti Airtel, le fonds de dotation de la Fondation du Qatar (Qatar Foundation Endowment - QEF), l'un des plus respectés investisseurs mondiaux, a récemment réalisé un placement stratégique dans la société. Cette importante opération a entraîné l'allocation de 199.870.006 nouvelles actions, représentant 5% de participation en capital dans la société pour QEF. Les actions, ayant une valeur nominale de 5 ₹ chacune, ont été émises au prix unitaire de 340 ₹ sur une base préférentielle pour une contrepartie totale de 67.960.000 ₹.



Bharti désormais en propriété exclusive d'Airtel Bangladesh

Bharti Airtel a acquis les 30% de participation en capital restant de Warid Telecom dans la société Airtel Bangladesh. L'opération a été réalisée via Bharti Airtel Holdings (Singapour), une filiale en propriété exclusive de la société. Avec cela, Bharti détient désormais 100% du capital d'Airtel Bangladesh. Bharti avait acquis 70 pour cent des intérêts de Warid Telecom, au Bangladesh en janvier 2010.



Bharti Airtel lance l'édition 2013 de

« Airtel Jeunes talents »

La première édition de « Airtel Jeunes Talents » a reçu un large écho en 2012.

Suite au succès retentissant de la première édition de « Airtel Jeunes Talents », l'année dernière, la compétition 2013 pour la recherche de talents du football a commencé en Inde. Ce tournoi qui a commencé en août est le plus grand événement dédié à la quête de talents du football âgés de moins de 16 ans. Cette compétition verra la participation de

joueurs représentant plus de 450 écoles réparties dans sept villes du pays – Bombay, Delhi, Goa, Calcutta, Bangalore, Hyderabad et Guwahati. À la fin du programme de tournoi et de quête de talents qui a duré trois mois, 11 jeunes espoirs auront une occasion unique de s'entraîner avec l'école de football de Manchester United.



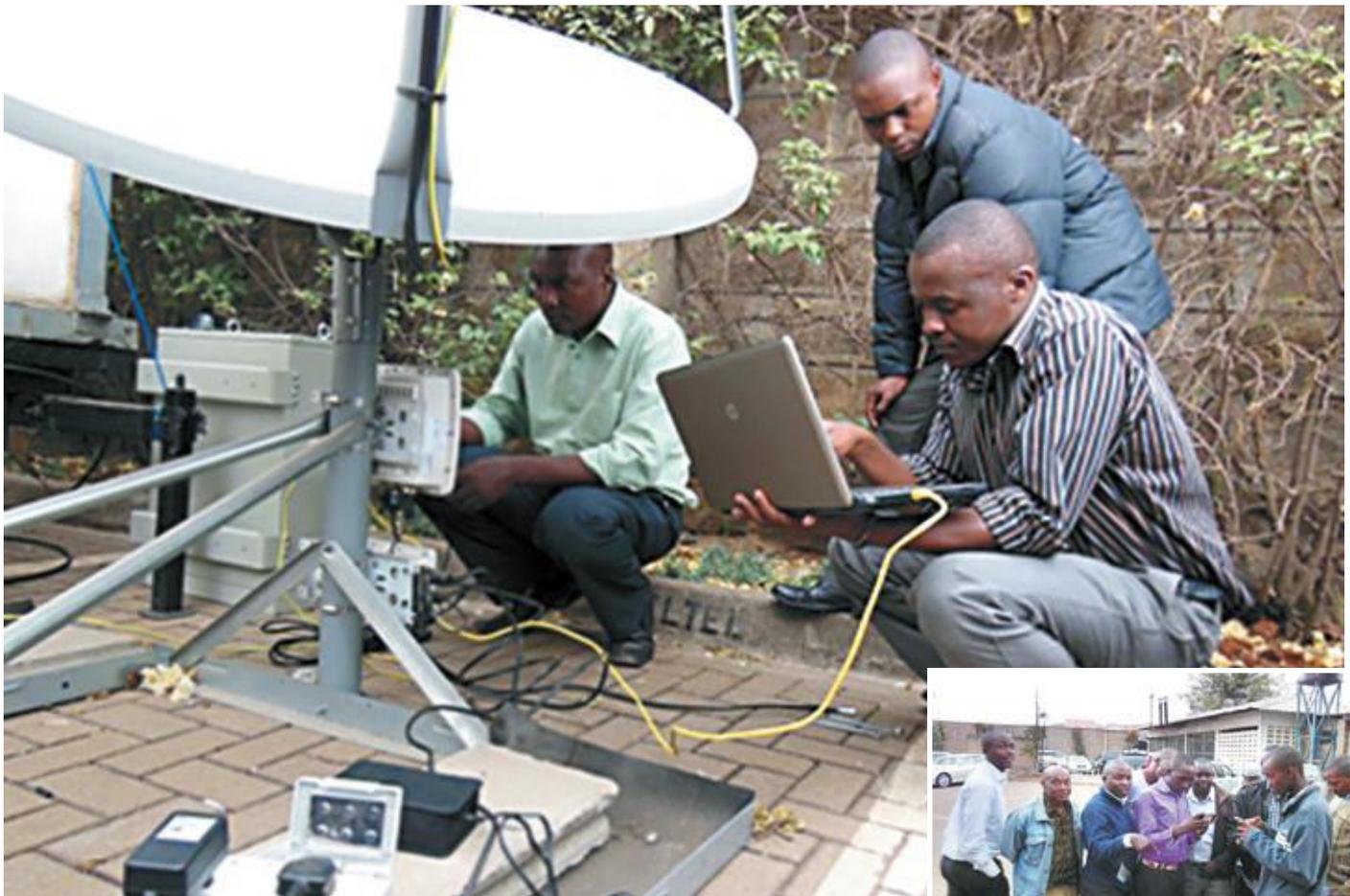
Mise en service du câble terrestre à fibres optiques reliant l'Inde et le Bangladesh

Liaison visant à renforcer la connectivité internationale en matière de télécommunication au Bangladesh

Le câble terrestre à fibres optiques haute capacité ultramoderne d'Airtel reliant l'Inde et le Bangladesh est mis en service. La liaison qui s'étend de Bongaon à l'ouest du Bengale (Inde) à la frontière entre Petrapole et Benapole renforce non seulement la qualité du service de téléphonie et de connectivité des données entre les deux pays, mais surtout elle permet au Bangladesh de se connecter aux principales destinations commerciales

telles que Singapour, Londres, Chennai, Bombay et Los Angeles via l'Inde. Outre la vaste gamme de services de téléphonie et de transmission de données, la liaison permettra également aux entreprises bengalies d'accéder à un grand nombre d'applications TIC hébergées par Airtel sur sa plateforme Cloud et d'utiliser les services de la plateforme d'échange de médias numériques tels que Media Distribution et Digital Signage.





Bharti Airtel et Softbank Mobile s'associent pour offrir des services 3G à moindre coût

La technologie renforcera la connectivité dans les zones où l'installation d'infrastructures de télécommunication est problématique

Bharti Airtel et Softbank Mobile ont conjointement élaboré une technologie visant à fournir des services de téléphonie mobile 3G rentables pour permettre aux zones isolées et aux reliefs hostiles d'Afrique de se connecter. Le service est actuellement offert via un satellite de communication qui sert de ligne de transmission; il a d'abord fait l'objet d'un essai sur le terrain au Kenya. Cette innovation technologique est une aubaine pour le secteur de la télécommunication en Afrique, dans la mesure où elle peut jouer un rôle essentiel dans l'expansion des réseaux mobiles dans les zones rurales du continent.

Cette technologie a été mise en œuvre pour la première fois par Softbank Mobile lorsqu'un séisme a secoué le nord-est du Japon en mars 2011, afin de rétablir les réseaux de téléphonie mobile dans les zones hors couverture en utilisant plus de 300 stations satellites.



Airtel Bangladesh gagne le spectre de la technologie 3G

Licence octroyée pour 105 millions \$

Airtel Bangladesh avait reçu le spectre de la technologie 3G après son offre victorieuse retenue par la Commission de réglementation des télécommunications du Bangladesh lors des dernières enchères. Le spectre de 5 MHz, d'une valeur de 105 millions USD, renforcera sensiblement la capacité d'Airtel à améliorer les services de téléphonie et de transmission de données pour ses clients, consolidant ainsi sa position dans le marché bengali. La société a choisi Huawei comme réseau partenaire pour le déploiement de la technologie 3G au Bangladesh.



BSB

BSB se lance dans l'industrie du jeu pour mobile avec l'introduction de 2 jeux gratuits

Premier à lancer la fonctionnalité d'achat intégré (in-app) de biens virtuels et de téléchargements premium

BSB s'est fait une place dans l'industrie du jeu mobile avec le lancement de Tiny Mogul Games (TMG). Dans le cadre de cette nouvelle offre, la société a lancé deux jeux - *SongQuest* et *Shiva: The Time Bender*. Tous les deux jeux sont disponibles gratuitement sur Android via Google Playstore et hike.

Ces jeux offrent une multitude de graphiques ultramodernes. L'initiative s'inscrit dans l'objectif de la société qui est de se positionner comme la plus célèbre marque du marché orientée vers les jeunes. Tandis que *SongQuest* est un nouveau type de jeu-questionnaire sur les connaissances musicales, *Shiva: The Time Bender* est d'un autre côté un jeu classique de course à défilement horizontal. Les jeux sont disponibles sur les sites suivants: get.hike.in / tinymogul.in.

Les utilisateurs sont débités pour l'achat d'articles virtuels dans le cadre du jeu visant à augmenter leurs pouvoirs et à améliorer leurs compétences afin de progresser dans le jeu. Cette fonctionnalité marque également le début de la facturation par achat intégré sur Android de l'Inde. La société s'est associée à Bharti Airtel, Vodafone et Idea pour mettre en œuvre ce plan de facturation par achat intégré.



Centum Learning étend sa présence au Moyen-Orient

À la conquête du monde !



Après avoir formé plus de 2000 professionnels et renforcé leur niveau d'employabilité dans 21 pays en Asie du Sud et en Afrique, Centum Learning est actuellement en train d'étendre sa présence au Moyen-Orient. La division chargée du développement des compétences de Bharti a signé un partenariat avec la grande société de technologie Beit Al Etisalat afin d'explorer les possibilités de développement des compétences dans la région.



À l'honneur

Segun Ogunsanya,
PDG d'Airtel Nigeria



Avec une expérience riche de plus de 24 ans dans l'industrie dans de nombreuses localités, organisations et secteurs de la chaîne verticale tels que celui de la fabrication, de la banque et de la consultance, Segun Ogunsanya est un homme exceptionnel aux multiples compétences. Il est ingénieur, banquier et expert-comptable. Ayant obtenu son premier poste de PDG en 1999, à l'âge de 33 ans, il comprend parfaitement la signification de l'expression « placer haut la barre ». En réalité, le rôle actuel de PDG d'Airtel Nigeria, qu'il assume depuis novembre 2012 est son cinquième poste en tant que PDG depuis 14 ans. Il a travaillé pendant plus de 17 ans avec les sociétés Coca-Cola, dont 13 ans en tant que PDG dans 3 pays différents.

Segun est convaincu que les défis doivent être considérés comme des opportunités. « Lorsque vous dites qu'une tasse est à moitié remplie, plutôt qu'à moitié vide, cela change votre état d'esprit » confie-t-il. Il lève un peu le voile sur son côté spirituel lorsqu'il dit « Dieu est à l'origine de toutes les grâces qui ont conduit à ma réussite ». L'autre raison à laquelle il attribue son succès professionnel est son habitude à afficher une insatisfaction constructive, c'est-à-dire ne pas se contenter du statu quo. Selon lui, la satisfaction est un regard jeté sur le passé, tandis que la réussite est un regard tourné vers l'avenir.

Il attribue le succès d'Airtel Nigeria à l'ensemble de son équipe. Il s'agit d'une équipe vedette et non d'une équipe formée de vedettes. Selon lui, Airtel a eu le meilleur réseau de téléphonie et de transmission de données du pays, et ce n'est qu'une question de temps avant que l'entreprise ne tire parti de cela pour réaliser des gains substantiels de parts de marché dans le secteur des télécommunications à l'échelle continentale.

Bien que le marché nigérian présente de nombreux défis, dont un mauvais réseau public de fourniture en électricité, des infrastructures insuffisantes, des problèmes de sécurité, une fiscalité complexe, de nombreuses réglementations et une concurrence féroce, Segun est convaincu qu'Airtel reprendra bientôt sa position de leader et consolidera sa position d'opérateur mobile de choix pour les Nigériens.

Né et ayant grandi au Nigeria, Segun est titulaire de divers diplômes d'études supérieures, notamment un Bachelor en génie électrique et électronique de l'Université d'Ife, Nigeria. Il est également expert-comptable de formation.

Fervent admirateur du club Arsenal, Segun aime suivre les matchs de foot de la Premier League anglaise. Il aime sortir avec ses amis et nager de temps en temps avec sa femme et ses deux enfants.



**videos
and more
for ₹1**



₹ 1 ENTERTAINMENT STORE



Abordable, le label « 1 ₹ » cherche à simplifier les services de transmission de données pour les clients et à encourager l'expérience de l'internet mobile auprès des utilisateurs novices.

Suite au succès retentissant de la campagne de téléchargement de vidéos à 1 ₹ lancée au début de cette année, Bharti Airtel a maintenant introduit « ₹ 1 Entertainment Store », qui permet aux clients de télécharger une gamme de services, notamment des musiques, des jeux, des vidéos et des photos, pour seulement 1 ₹.

Il suffit au client de composer un numéro gratuit (56 789) depuis n'importe quelle localité du pays pour recevoir un SMS confirmant sa connexion à la boutique de divertissement en ligne. Le navigateur du téléphone se lance automatiquement et se connecte à la boutique dès que le client clique sur le lien. En plus de permettre

au client de réaliser un téléchargement à partir d'un stock de plus de 300.000 vidéos, jeux, chansons et photos, le service permet également d'accéder aux sites des réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter et LinkedIn. Par ailleurs, des sites d'informations actualisées fournies par 60 journaux en 11 langues sont également disponibles. Pour promouvoir l'exploration d'internet auprès des utilisateurs novices, la boutique offre une journée spéciale de packs internet mobiles personnalisés avec 3 MO de service de données groupées.

Sa compatibilité avec plus de 5500 appareils mobiles, y compris les téléphones numériques, rend le service de la boutique extrêmement convivial.

**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**