

Le magazine interne des entreprises du Groupe Bharti

# bharti TODAY

VOL-18. N°2. 2014



Ravir L'inde En Offrant Des  
**SAVEURS VENUES  
D'AILLEURS**  
Une Innovation Au-Delà De L'imagination

## MOT DU PRÉSIDENT



Cher Collègues,

**D**ans le cadre de notre quête de l'excellence dans les télécoms, qui est l'activité principale de notre Groupe, nous nous intéressons aussi au développement de notre portefeuille commercial diversifié. Je suis ravi de l'évolution régulière de notre activité agroalimentaire symbolisée par FieldFresh Foods qui a donné corps à notre vision, celle d'être "le fournisseur le plus fiable et le plus innovant de légumes frais de marque et de surgelés". L'accent mis sur la qualité, l'innovation, et les pratiques agricoles modernes ont permis à l'entreprise de positionner avec succès les marques leaders Del Monte et FieldFresh dans leurs catégories respectives. Del Monte est devenue l'une des marques de produits alimentaires et de boisson qui enregistrent la croissance la plus rapide dans le pays, tandis que FieldFresh a noué un partenariat avec plus de 4000 agriculteurs dans les différentes régions pour améliorer la qualité et la productivité en vue d'obtenir une certification à l'échelle mondiale.

Nous sommes vraiment fiers de servir plus de 300 millions de clients à travers nos opérations qui comprennent les services de téléphonie mobile et fixe, DSL & SRD - ce qui constitue un nouveau record dans nos activités commerciales. Au Nigeria, l'entreprise a récemment posé un jalon de taille avec la reconnaissance formelle par la Commission Nigérienne de régulation du marché des

Communications (NCC) d'Airtel comme deuxième plus important opérateur de télécommunications dans le pays. Je suis vraiment touché par votre foi en notre marque dans ces marchés extrêmement concurrentiels.

L'initiative prise par Bharti Infratel et son partenaire commercial de distribuer aux communautés locales l'excédent d'énergie électrique générée par les installations d'énergie propre situées près des tours de télécommunications est digne d'éloges. Ceci montre à quel point les entreprises de notre Groupe sont sensibles à l'impact positif sur la société à travers leurs modèles d'affaires innovants.

Dans notre effort de consolidation de notre leadership dans le domaine des télécoms, nous continuerons à renforcer notre position dans d'autres secteurs de même qu'à donner au Groupe les moyens d'avoir un impact transformationnel plus significatif en termes de portée et dont vont bénéficier un nombre toujours plus grand de clients et d'acteurs.

Cordialement

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

Sunil Bharti Mittal

## Sommaire

Récompenses & Distinctions	3	Bharti Airtel publie un second rapport	
Ravir l'Inde en offrant des saveurs venues d'ailleurs	4	sur la durabilité	13
Aller au-delà de la connectivité réseau	8	Actualités du Groupe	14
Leadership Conclave 2014 – Dubai	10	À l'honneur	19
Bharti présente un nouveau code de conduite	12	Donner des ailes à vos rêves	20





Sunil Bharti Mittal, Co-Président, Forum Économique Mondial Afrique 2014 (second à partir de la droite) entouré d'autres co-présidents de l'événement à Abuja (Nigeria)

**Bharti Airtel** a remporté les prix du Meilleur Opérateur (Cellulaire), Meilleur Opérateur (Longue Distance National), Meilleur Opérateur (Longue Distance International) lors des ICT Business Awards 2013 à Delhi.

**Bharti Airtel** a remporté le troisième prix lors de la cérémonie des Effie Awards 2013 qui s'est déroulée à Colombo pour sa campagne "Découvrez les secrets de votre smartphone" au Sri Lanka.

**Bharti Airtel** s'est vue décerner le prix the Kalahari 2014 à la 4e Expo Mobile Money à Lagos, Nigeria.

**Airtel Ghana** a reçu les prix du 'Meilleur Service d'Argent Mobile de l'année' et d'Entreprise RSE de l'année' au Ghana Telecom Awards 2014.

**Bharti Airtel** s'est vue attribuer la note BBB - avec une perspective 'Stable' par les services de notation de Standard and Poor's (S&P) en Mars 2014. Toutes les trois agences de notation - S&P, Moody's et Fitch ont décerné une note d'investissement stable à l'entreprise.

**Bharti Infratel** s'est vue conférer le Prix 'Amity Telecom Excellence' de 'la Meilleure entreprise de gestion de tours de télécommunications' de l'année 2013'.



Sunil Bharti Mittal en compagnie de S.E. le Dr. Jakaya Mrisho Kikwete, Président de la République-Unie de Tanzanie

**Centum Learning** a reçu le 'Certificat de l'Excellence' lors du 2nd Forum de l'Innovation de Bihar (une initiative conjointe du Gouvernement de Bihar et de la Banque Mondiale).

**Centum Learning** figure sur la liste restreinte des Entreprises d'Externalisation de la Formation, 2014' pour la sixième année consécutive.

**Centum Learning** a pris la deuxième place du National Skill Development Corporation (NSDC) en Reconnaissance aux Meilleures Pratiques en 2013, dans la catégorie 'scolarisation des élèves'.

**Bharti AXA Life Insurance** a reçu le prix 'DMAi Silver Award' dans la catégorie 'Produits et services financiers' pour sa campagne médias innovante 'Audience in Demand' pour le compte de Bharti AXA Life eProtect.

**Bharti AXA General Insurance** a été reconnue comme 'Meilleure compagnie d'assurance dans le Secteur Privé-Général' par le Congrès Mondial HRD lors des ABP BFSI Awards, 2014 à Mumbai.

**Bharti AXA General Insurance** a reçu le Prix de l'Excellence, 2014 de l'Institut d'Études Économiques à Bangalore.

**Bharti AXA General Insurance** a obtenu deux prix de média social - 'Meilleure campagne Intégrée de Marketing' et 'Meilleure Campagne de Marketing Viral' lors des Youth Marketing Forum Social Media Awards 2014.



(Gauche-Droite): Segun Ogunsanya (PDG, Airtel Nigeria), Sunil Bharti Mittal et S.E. Paul Kagamé (Président de la République du Rwanda)



# RAVIR L'INDE EN OFFRANT DES SAVEURS VENUES D'AILLEURS

## UNE INNOVATION AU-DELÀ DE L'IMAGINATION

Créée en 2004, FieldFresh Foods, une coentreprise constituée entre Bharti et Del Monte Pacific s'est au fil du temps développée pour devenir un modèle d'affaires qui non seulement vise à familiariser les gourmets indiens avec la cuisine internationale, mais s'efforce d'introduire les produits des fermes indiennes dans le marché mondial des légumes frais. L'entreprise a réussi à se positionner sur les deux segments grâce à une orientation axée sur l'innovation du produit dans le segment des surgelés et à l'introduction de pratiques modernes dans les fermes indiennes.

**J**alpa Solanki, une analyste BPO s'est découvert un penchant pour les pâtes, lors de son récent voyage à Rome. Étant fan de cuisine, elle a prévu de préparer le plat pour ses amis à la maison. Une de ses amies ayant goûté à la préparation fit la remarque suivante: "cela a un goût original, on dirait qu'on est en Italie. As-tu ramené des ingrédients de là-bas?"

À la surprise générale, Jalpa précisa que tous les ingrédients étaient disponibles sur le marché local, grâce à

l'éventail varié de produits de la cuisine italienne offerts par Del Monte.

Elle est l'un des nombreux gastronomes dont la passion ne se limite plus à la cuisine locale. La perspective d'accroître leurs revenus disponibles et de mieux se familiariser avec la cuisine internationale a poussé les gastronomes à diversifier leurs intérêts. Une augmentation de la demande en saveurs authentiques venues d'ailleurs a donné naissance à un nouveau segment dans la catégorie

produits surgelés dans le pays. La croissance exponentielle des Fast-Foods et des restaurants exotiques est le fruit de ce mode de consommation qui se développe.

Les chefs en Inde réussissent à offrir des recettes uniques du monde aux clients avec des saveurs originales, grâce à la coentreprise entre Bharti et Del Monte; cette dernière jouit d'une expérience de 100 ans dans le segment des produits surgelés et des boissons. La coentreprise a commencé ses





Notre approche axée sur l'innovation et la R&D ainsi que notre vif intérêt dans le suivi régulier des goûts de nos clients ont permis à Del Monte à émerger comme l'une des marques préférées de surgelés en Inde. Au rayon frais, nous avons non seulement positionné FieldFresh comme étant un fournisseur fiable de produits de qualité dans les marchés internationaux, mais nous avons aussi réussi à transformer la vie de nos partenaires fermiers à travers notre programme d'agriculture sous contrat au Penjab, à Maharashtra et Andhra Pradesh.

- Rakesh Bharti Mittal,  
Président, FieldFresh  
Foods et Vice-président,  
Entreprises Bharti



opérations en 2008 et a réussi à fidéliser les clients dans les différents segments.

Après s'être rendue compte du goût de plus en plus prononcé des gastronomes indiens pour la cuisine internationale, Del Monte offre une large gamme d'ingrédients dans ces segments. Ainsi, non seulement les chefs professionnels, mais aussi les fans de cuisine comme Jalpa recréent aussi les saveurs authentiques à la maison. Pour sa gamme italienne, Del Monte offre 11 types de pâtes, des olives vertes et noires et un large choix de sauces délicieuses pour recréer les goûts des rues italiennes. Pour titiller les papilles des amoureux de la cuisine chinoise, l'entreprise a introduit une gamme de sauces et vinaigres comme le Piment Rouge, le Piment Vert, le Schezwan, le Vinaigre de Piment Vert, le Vinaigre de Piment Rouge, la sauce de piment doux et la sauce orientale.

Pour être à la hauteur de sa réputation mondiale, les fruits emballés de Del Monte proviennent des quatre coins du monde. Par exemple, les tranches d'ananas et le cocktail de fruits viennent des Philippines, les moitiés de pêche et les moitiés d'abricot viennent de l'Afrique du Sud, les prunes et les canneberges des États-Unis et les cerises rouges de Turquie.

## FABRICATION DE POINTE ET CENTRE DE R&D

En novembre 2010, avec un investissement initial de plus de Rs. 115 crores, FieldFresh Foods a créé un centre de R&D et de fabrication de premier ordre à Hosur, (Tamil Nadu) pour sa gamme de produits Del Monte. Cette usine ultra moderne qui s'étend sur 21,4 hectares produit non seulement des jus et des produits culinaires comme les ketchups, les sauces, la mayonnaise, mais elle offre aussi des solutions pour la transformation et l'emballage d'autres articles culinaires, ce qui en fait la première usine de ce genre en Inde. Le département R&D de l'usine abrite un laboratoire en ligne et des systèmes de suivi automatisés pour se consacrer au développement de produits innovants en vue de suivre les modes gustatives en évolution des consommateurs.



Rakesh Bharti Mittal à l'usine Del Monte à Hosur (Tamil Nadu)

## DIFFÉRENCIATION PAR L'INNOVATION

Del Monte a magnifiquement réussi à rehausser le goût des consommateurs dans des catégories comme les ketchups aussi. Elle a introduit deux offres de saveurs uniques - Zingo et Twango- conférant une variété dans la catégorie. Alors que la première offre un mélange doux et épicé de piments rouges, de poivron rouge, d'ail et de gingembre, la seconde est une sauce relevée et fruitée, combinant la tomate à l'ananas.



Les innovations dans le conditionnement sont l'une des forces de Del Monte depuis que ses premiers produits ont pénétré le marché. C'est l'une des premières marques du pays à introduire 'la cannette' dans la catégorie jus de fruit. Non seulement c'est hygiénique, mais en même temps respectueux de l'environnement. L'emballage 'en bouteille' à usage facile et autres options de conditionnement adaptés aux enfants font aussi fureur sur le marché.

## RECONNAISSANCE MONDIALE

L'approche axée sur le client, l'orientation vers l'innovation, l'accent mis sur la qualité et la livraison rapide ont permis à FieldFresh Foods d'émerger comme le fournisseur préféré de produits tels que le ketchup, la sauce chilli, la mayonnaise, le concentré de sauce pizza, les marinades, etc. aux chaînes de Fast-Foods comme Dominos, Pizza Hut, KFC, McDonalds, Subway et Burger King non seulement en Inde, mais aussi dans d'autres pays comme la Malaisie, l'Indonésie, la Thaïlande, les Philippines, Singapour, le Vietnam, l'Australie et la Chine. Actuellement, plus de 2200 hôtels et restaurants prisés, etc. dans ces marchés font goûter à leurs clients des plats populaires dans le monde grâce au partenariat avec FieldFresh Foods.

## DES CHAMPS DE L'INDE AUX CUISINES DU MONDE

Créée en septembre 2004, FieldFresh Foods a initié un changement radical dans les pratiques agricoles et la productivité dans les régions où elle est présente. Par le passé, les fermiers ne s'intéressaient qu'aux cultures comme le blé, le riz et la canne à sucre dans des états comme le Penjab, Maharashtra et Andhra Pradesh. Aujourd'hui, ils se sont diversifiés et s'adonnent à de nouvelles cultures comme le maïs miniature et le maïs doux, entre autres. Aujourd'hui, plus de 4000 fermiers partenaires dans ces états qui cultivent 7000 hectares en association avec l'entreprise attestent de l'impact transformationnel que FieldFresh laisse sur leurs vies.

### Des cycles plus courts, des revenus plus substantiels

Le programme d'agriculture sous contrat encourage la diversification pour aller vers les cultures à cycle court comme le maïs miniature, les piments, les pois mange-tout, etc. Par exemple, dans le cas du maïs miniature, le cycle cultural s'étend sur 60-80 jours et génère des rendements meilleurs pour les fermiers avec une augmentation des revenus de plus de 25-30% par hectare comparé aux cultures traditionnelles. Le transfert de technologie et les pratiques agricoles les plus récentes de FieldFresh ont permis aux fermiers d'obtenir des certifications GlobalGAP, qui en retour ont permis d'augmenter les volumes quotidiens d'exportation à près de 300.000 épis de maïs miniature frais ou 5 MT par jour, qui rejoignent les rayons des principaux détaillants du Royaume-Uni dont Tesco, Sainsbury's, Asda, etc. dans un délai de 3-4 jours après la récolte.



Transformation du maïs miniature à l'usine de conditionnement du CAE

## CENTRE AGRICOLE D'EXCELLENCE (CAE)

FieldFresh Foods a créé le Centre Agricole d'Excellence (CAE), une structure qui s'étend sur 300 hectares en septembre 2006, avec un investissement de plus de Rs. 100 crores. Implanté à Ladhawal, un village situé à 20 kilomètres de la ville industrielle de Ludhiana, le centre est une ferme intégrée de R&D, destinée à établir et partager la dernière technologie et transférer les meilleures pratiques dans les activités agricoles des fermiers partenaires.

L'infrastructure de dernière génération comprend des serres en poly, en verre et en plastique; les serres s'étendent sur 20 hectares. De même, 110 hectares sont dédiés à l'essai et au contrôle de la micro irrigation. Une large superficie est dédiée aux essais dans la pépinière où 20 différentes cultures, avec 200 variétés, sont actuellement à l'essai. Le Centre dispose aussi de 120 hectares pour la culture en plein air.



Le gombo (communément appelé doigt de femme) récolté dans une serre au Centre Agricole d'Excellence, à Ladhawal (Penjab)





Rakesh Bharti Mittal et d'autres membres du Conseil de FieldFresh Foods à la ferme productrice de Banane d'une superficie de 150 hectares (activité commerciale et R&D) près de Baroda au Gujarat en janvier 2011

## PROGRAMME DE GARANTIE PRICE & PICK-UP (P&P)

FieldFresh a instauré un programme de 'Collecte Assurée et Bénéfices Garantis' qui a transformé la vie des fermiers. Ce programme d'agriculture sous contrat protège les fermiers partenaires contre les aléas du marché. Leurs stocks sont enlevés et payés à temps même en cas de situations difficiles. En tant que courtier-fournisseur, FieldFresh peut gérer les risques liés à l'approvisionnement et au

marché avec une plus grande puissance financière, comparé à un fermier individuel.

Le programme P&P a permis à FieldFresh de gagner la confiance des fermiers à travers la clause qui assure le paiement en 15 jours et a permis à l'Entreprise d'émerger comme l'un des partenaires préférés pour le renforcement de la productivité agricole pour les fermiers de ces régions.



**Lorsqu'il s'agit d'innovation et de qualité du produit, je pense que Del Monte a une longueur d'avance.**

- Devinder Chawla, Président, Foods, Big Bazaar



**La clé du succès de FieldFresh dans le segment surgelés repose sur son désir conscient de concevoir des stratégies basées sur les besoins changeants et l'évolution des goûts des clients ainsi qu' à notre ardent désir de tenter des expériences grâce aux technologies modernes pour faire une différenciation pertinente. Notre engagement constant et profond auprès des fermiers et de nos clients de l'extérieur nous a permis d'améliorer la qualité et la productivité sur le segment des produits frais.**

- Yogesh Bellani, DG, FieldFresh Foods

### CROISSANCE EXPONENTIELLE - TONNAGES DE PRODUITS EXPORTÉS & SUPERFICIES EXPLOITÉES

Culture/Année	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Maïs miniature (MT)	52	292	777	937	891	1224	1333
Autres Produits (Maïs Doux, Piments, Pois, Haricots, Herbes) (MT)	25	40	216	685	1084	1735	1798
Superficies semées	235	1194	3031	3971	3971	4921	6701

### BÉNÉFICES SUBSTANTIELS

Culture	Revenus moyens/hectare	Durée du cycle de culture
Maïs Doux	Rs. 15000-25000	50-80 Jours
Légumes (Pois mange-tout, Pois-sucre, Haricots verts)	Rs. 28000-35000	85-110 Jours
Piment	Rs. 80000-90000	7-8 Mois

Les partenariats innovants noués avec les fermiers sont cruciaux pour la réussite de FieldFresh au Penjab, à Maharashtra et à Andhra Pradesh. Dans le segment des surgelés aussi, l'Entreprise aspire à renforcer sa position en tant que faiseur de tendances en familiarisant les Indiens aux saveurs du monde à travers de nouvelles offres de délicieux produits alimentaires grâce à une Recherche & Développement à l'échelle mondiale.

# ALLER AU-DELÀ DE LA CONNECTIVITÉ RÉSEAU

Lancé pour fournir de l'énergie aux sites de tours utilisant des sources d'énergie renouvelable le modèle RESCO de Bharti Infratel a un impact significatif sur les communautés locales en assurant la distribution de l'excédent d'énergie entre elles, tout en étant respectueux de l'environnement.



*Personnel autorisé à livrer les lanternes chargées*



*Lanternes solaires permettant aux boutiquiers de mener leurs activités même après le coucher du soleil*

**S**i vous visitez la région de Hardoi près de Lucknow, à Uttar Pradesh après plusieurs années d'absence, les soirées vont sembler un peu étranges. Les activités dans le bazar local continuent même après la tombée de la nuit - c'est un grand changement par rapport aux temps où tout s'arrêtait avec le coucher du soleil. L'absence d'une alimentation électrique n'est plus qu'un lointain souvenir. Ceci a été possible grâce au modèle RESCO de Bharti Infratel (Entreprise de fourniture d'énergie renouvelable), qui fut lancé d'abord pour exploiter des tours de télécommunication dans des zones où la distribution d'énergie n'existait pas ou était irrégulière.

**Grâce à ce système d'alimentation en énergie innovant, les enfants ne bataillent plus contre les lanternes conventionnelles à kérosène pour faire leurs devoirs de maison. Les boutiques et autres établissements continuent d'ouvrir même après la tombée de la nuit.**





*Lanternes LED permettant aux enfants d'étudier la nuit*

En juin 2012, Bharti Infratel a créé RESCO en partenariat avec Omnigrad Micropower Company (OMC). Dans le cadre de ce partenariat, les 17 micro centrales électriques d'OMC situées dans des lieux choisis, produisent de l'énergie à partir de sources renouvelables comme l'énergie solaire pour mener des opérations sur les tours de télécommunication et distribuer l'excédent d'énergie aux communautés locales. Chaque micro centrale électrique est capable d'alimenter en énergie environ 1500 ménages en plus de l'alimentation des tours de télécommunication tout en respectant l'environnement. À titre d'illustration, l'alimentation d'une seule tour avec cette énergie propre résulte en une réduction de 40-50 tonnes métriques dans l'émission annuelle de CO2.

OMC livre l'énergie devant la porte des populations locales sous la forme de lanternes LED et de batteries chargées (appelées au niveau local 'boîtes bijli') qui fournissent de l'énergie pour recharger des téléphones, des ventilateurs et des systèmes d'éclairage. Les lanternes LED ont une autonomie d'environ six à huit heures après avoir été chargées.

Grâce à ce système d'alimentation en énergie innovant, les enfants ne bataillent plus contre les lanternes conventionnelles à kérosène pour faire leurs devoirs de maison. Les boutiques et autres établissements continuent d'ouvrir même après la tombée de la nuit. Cette initiative est hautement bénéfique pour les ménages implantés près de ces centrales électriques. D'une part, cela réduit la dépendance vis-à-vis d'une alimentation irrégulière du réseau de distribution électrique et d'autre part ceci a créé une nouvelle source d'énergie dans les localités éloignées du réseau de distribution.

Actuellement, 10% des tours de télécommunication de Bharti Infratel sont situés loin du réseau de distribution et près de 35% des sites de tour sont basés dans des localités qui bénéficient de moins de huit heures de fourniture électrique par jour. Étant donné le succès du modèle RESCO dans la réalisation de plus de 99% de la disponibilité du réseau et dans la transformation de la vie des personnes vivant alentour, il n'est que naturel que l'Entreprise soit enthousiaste à l'idée d'étendre ce partenariat réussi à d'autres régions.

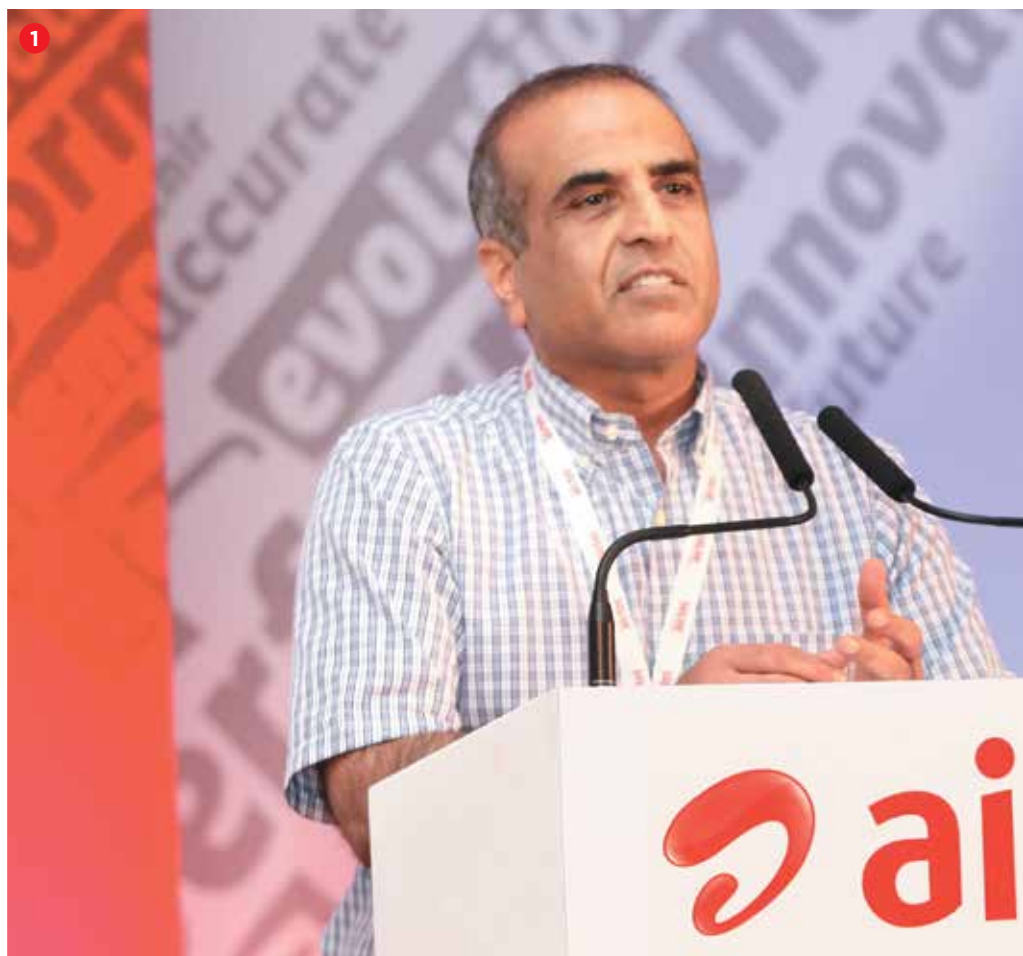


*Disponibilité de l'énergie qui satisfait les besoins de base des ménages dans la communauté locale*



# LEADERSHIP CONCLAVE 2014 – DUBAI

- 1) Discours du Président
- 2) Gopal Vittal, PDG (Inde & Asie du Sud), Bharti Airtel
- 3) (Gauche - Droite): Rakesh Bharti Mittal, Akhil Gupta, Manoj Kohli, et Rajan Bharti Mittal
- 4) (Gauche – Droite) Rakesh Bharti Mittal, intervenant externe et nageur de renommée mondiale, Lewis Gordon Pugh et Sunil Bharti Mittal
- 5) Journée portes ouvertes en cours
- 6) Christian de Faria, PDG, Airtel Afrique
- 7) Une séance de Q&R en cours







# BHARTI PRÉSENTE UN NOUVEAU CODE DE CONDUITE

Le nouveau code est élaboré en tenant compte du changement de dynamique de l'environnement actuel.

**G**âce à son initiative pionnière de présenter un Code de Conduite en 2005 et de son engagement sans faille à le mettre en œuvre dans la lettre et dans l'esprit, le Groupe Bharti est aujourd'hui reconnu à travers le monde pour son niveau élevé de gouvernance d'entreprise, de transparence, d'éthique, d'intégrité et d'équité dans ses relations avec ses parties prenantes - internes et externes. Le Groupe a récemment présenté un nouveau Code de Conduite (CdC) réactualisé pour rendre l'ancien manuel plus

moderne et en phase avec l'évolution du monde.

Au fil des ans, le Groupe a non seulement diversifié son portefeuille commercial, mais il a pénétré dans de nouvelles zones géographiques et il est présent dans 20 marchés dans le monde. Il a conclu des partenariats réussis avec des investisseurs mondiaux comme Sing Tel, Temasek, et Qatar Foundation Endowment et il gère des coentreprises constituées avec des leaders mondiaux comme AXA et Del Monte. Tous ces changements ont porté le Groupe vers un autre niveau et une nouvelle échelle de complexité opérationnelle. L'environnement a aussi connu un changement considérable en termes de législation et de technologie ce qui rend impératif l'introduction d'un Code de Conduite réactualisé. Le nouveau document décrit les nouvelles valeurs qui sont essentielles pour maintenir les normes d'éthique professionnelle les plus élevées au sein du Groupe.

Le bureau du Médiateur du Groupe est responsable de la mise en œuvre de la politique réactualisée à travers la fourniture des clarifications, orientations, nécessaires, la mise en place d'un mécanisme de formation et de suivi. Il s'applique à tous les employés, aux membres du Conseil d'Administration et aux associés commerciaux.



À mesure que nous étendons notre présence dans de nouvelles régions, il existe un plus grand besoin d'établir à nouveau notre réputation en tant qu'entreprise ayant une conduite conforme aux lois et à l'éthique. En connaissance de cause, nous fixons la barre haut dans notre engagement à être évalué par rapport aux normes d'éthique professionnelle les plus élevées.

- Sunil Bharti Mittal, Fondateur et Président, Entreprises Bharti



À mesure que les gens continuent d'élever la barre dans les niveaux de performance, le Code agira comme principe directeur pour s'assurer que le succès est atteint dans le respect de l'intégrité et de la transparence.

- Vijaya Sampath, Médiateur, Entreprises Bharti



# BHARTI AIRTEL PUBLIE LE SECOND RAPPORT SUR LA DURABILITÉ



Le nouveau rapport décrit l'évolution dans son programme de durabilité de l'exercice 2011-12 à l'exercice 2012-13.






L'année dernière, Bharti Airtel a établi une nouvelle référence dans le secteur des télécommunications en Inde avec la publication de son premier Rapport sur la Durabilité. L'Entreprise a récemment publié son second rapport (2012-13), dans lequel elle donne un aperçu détaillé de ses initiatives continues et plans futurs dans des domaines clés comme l'efficacité énergétique, la gestion des déchets, le service client, l'inclusion numérique, l'engagement communautaire,

etc. Bien que l'Inde soit le principal centre d'intérêt du Rapport, il y'a aussi des références importantes aux autres opérations en Asie du Sud et en Afrique.



la 'Durabilité' consiste à assurer l'équilibre entre les priorités économiques et la protection environnementale dans la promotion de l'inclusion et de l'autonomisation dans la société. À Bharti Airtel, nous avons toujours fait de la durabilité une partie intrinsèque de notre agenda d'affaires.

- Sunil Bharti Mittal, Fondateur et Président, Entreprises Bharti

-  **15.8%** de réduction en émission de CO<sub>2</sub>/ téraoctet dans l'infrastructure réseau
-  **4.7%** de réduction en émission de CO<sub>2</sub> par unité dans les opérations du Centre Informatique
-  **17%** de baisse dans les plaintes des clients
-  **24%** d'augmentation du nombre d'élèves et de 18% du nombre d'enseignants au cours des deux dernières années dans les Écoles Satya Bharti
-  Plus de **50 Mn** clients ont reçu des factures électroniques, ce qui a permis de sauver environ 21.400 arbres par an.

\* Tous les chiffres ci-dessus constituent des performances comparées à l'exercice 2011-12



## Le nombre de clients d'Airtel dépasse 300 millions

L'entreprise a franchi un nouveau jalon dans ses opérations à travers le monde

Depuis son lancement en 1995, Airtel a toujours été un pionnier dans l'introduction de nouveaux services innovants en phase avec l'évolution du monde, ce qui a permis aux abonnés de bénéficier de services comparables aux normes internationales. L'Entreprise a récemment franchi la barre des 300 millions de clients dans ses opérations - mobile, ligne fixe, services DSL et DTH. Aujourd'hui, Airtel, la plus grande marque mondiale de consommateur hors de l'Inde, est le quatrième opérateur de service de téléphonie mobile au monde et le second plus grand en dehors de la Chine. Actuellement, l'Entreprise occupe la première place dans le secteur des télécommunications en Inde, permettant à plus de 200 millions de clients de communiquer via ses réseaux élargis. En Afrique, l'Entreprise est le plus grand opérateur de téléphonie mobile en termes de couverture géographique qui s'étend sur 17 pays et sert plus de 70 millions de clients.

### Parcours d'Airtel pour atteindre 300 millions de consommateurs

Année	Clients (en million)
2009	100
2012	200
2014	300



**Bharti Airtel a ajouté les 100 millions derniers clients en moins de deux ans.**





### Bharti Airtel s'est vue attribuer le spectre sur les bandes de fréquence 900 Mhz et 1800 Mhz

Acquiert le spectre de 115.0 MHz pour un coût total de Rs. 18,530 crores

**B**harti Airtel s'est vue attribuer le spectre sur des bandes de fréquence 900 Mhz et 1800 Mhz lors des enchères faites en février 2014. Ces acquisitions ont stimulé les projets de l'entreprise de déployer des réseaux 4G à haut débit dans divers segments en utilisant la technologie FD-LTE sur la bande de fréquence 1800 Mhz à côté du TD-LTE déployé sur la bande de fréquence Mhz 2300, ce qui donne

une couverture 4G pan-Indienne. L'initiative est en harmonie avec la stratégie de Bharti Airtel qui est de construire un réseau solide dans le futur et de renforcer sa position de leader sur ce segment en croissance rapide. Pour acquérir le spectre Bharti Airtel a payé Rs. 5,425 crores, le solde sera payé en dix versements annuels de 1,310 crores chacun, en commençant d'ici deux ans.

### Bharti Airtel renouvelle le contrat d'externalisation avec IBM.

**Nouveau contrat basé sur la stratégie d'Airtel de générer des capacités internes en accord avec sa nouvelle vision en matière de nouvelle technologie**

**S'**appuyant sur son association vieille de 10 ans avec IBM, Bharti Airtel a signé un nouveau contrat avec le géant américain pour gérer son infrastructure informatique et des services d'application en Inde au cours des cinq prochaines années. Intitulé 'Modèle d'approvisionnement de la future génération', le partenariat repose sur la nouvelle vision en matière de Technologie de l'Information d'Airtel, ce qui permet à l'entreprise de développer des capacités internes, d'offrir une plus grande flexibilité pour ajuster les services et permettre une réactivité en temps réel aux dynamiques changeantes du marché en vue de permettre au client de bénéficier d'une expérience différenciée et d'une meilleure efficacité organisationnelle. Bharti Airtel et IBM ont des contrats en cours pour que cette dernière gère l'infrastructure et les services informatiques dans tous les pays où Bharti opère.

### Airtel 4G est maintenant disponible 'tout en vous déplaçant'

**Les clients peuvent maintenant accéder au service à large bande passante et sans-fil le plus avancé sur leurs mobiles**

**L**es clients fans de mobile à Bengaluru, Kolkata, Ludhiana, Chandigarh, Mohali, Panchkula et Jalandhar peuvent maintenant expérimenter la 4G de la même manière que leurs homologues du reste du monde grâce à l'initiative de Bharti Airtel de lancer le service sur les mobiles dans ces villes. Les abonnés qui utilisent les appareils Apple iPhone 5s ou 5c, Xolo LT 900 et LG G2 (modèle D802T) ne doivent que faire migrer leur SIM actuel vers un SIM 4G pour jouir de la navigation internet mobile à haut débit tout en se déplaçant. Tandis que les clients migrent vers la 4G pour jouir d'une expérience de navigation plus agréable, les appels vocaux sur le réseau 2G et 3G peuvent fonctionner parfaitement grâce à la technologie du repli en circuit commuté (CSFB), disponible sur ces appareils.



### Regardez les émissions télé sur votre mobile

**L'application de télé numérique d'Airtel transforme vos smartphones en télé de poche**

**V**ous n'avez plus besoin d'un téléviseur pour regarder vos émissions de télé favorites. Vous avez bien lu! Grâce à la nouvelle appli TV numérique d'Airtel qui permet aux clients de regarder leurs émissions de télé favorites tout en se déplaçant. Connue sous le nom de Pocket TV app, elle permet d'accéder à environ 150 chaînes de télé en direct, à plus de 10.000 heures de vidéos et 13 chaînes sur la TV-anytime (les chaînes transmettent tous les programmes diffusés au cours des sept derniers jours, ce qui donne la possibilité aux clients de regarder les émissions qu'ils ont ratées) moyennant le paiement d'un abonnement mensuel. Après l'installation de l'appli, les clients peuvent activer le service en envoyant un SMS à un bref code de service à partir de leur numéro de téléphone mobile enregistré.





### **Airtel devient le second plus grand opérateur de télécom au Nigeria**

**Elle dépasse Globacom avec 26 millions de clients**

Comme l'atteste le récent rapport publié par la Commission Nigérienne pour la Communication (NCC), qui est le régulateur national du marché, Bharti Airtel a dépassé Globacom pour émerger en tant que second plus grand opérateur de télécom au Nigeria. Actuellement, Airtel sert plus de 26 millions de clients, soit 21% de la part de marché dans le plus grand marché de télécom en Afrique. Le Nigeria constitue une part importante des clients d'Airtel dans le continent aujourd'hui.



*Sunil Bharti Mittal s'adresse aux employés d'Airtel à la Mairie, à Nairobi, Kenya*



### **Airtel envisage de former 6000 jeunes au Tchad et leur permettre d'acquérir des compétences en matière de TIC**

**Elle a signé un partenariat avec le gouvernement du Tchad pour lancer le projet**

Airtel s'est associée au Ministère de l'Enseignement Secondaire du gouvernement du Tchad pour former 6 000 jeunes du pays en vue de renforcer leurs compétences en technologie de l'information et de la communication (TIC). Le projet, qui doit être mis en œuvre sur une période de plus de deux ans, fait partie des initiatives d'Airtel pour offrir des opportunités d'emplois aux jeunes à travers le développement de l'entrepreneuriat. Le programme de formation comprendra des séances de formation théoriques et pratiques pour doter les participants de compétences leur permettant de faire face aux nouveaux défis dans la création de leurs entreprises. Les bénéficiaires du programme recevront aussi l'appui d'Airtel en vue de préparer leurs projets.



### **Bharti Airtel conduit la communication en champ proche sur les routes du Sri Lanka**

**Bharti Airtel offre un communication backend pour implémenter le système sur les distributeurs de billets des bus**

Ces jours ci, les gens qui voyagent en bus dans les régions de Matara et Badulla au Sri Lanka n'ont plus besoin d'emporter de l'argent en espèce pour payer leurs trajets grâce aux systèmes de paiement multifonctionnels, activés via la communication en champ proche (NFC), utilisés sur ces véhicules. Le système de billetterie électronique installé sur les bus est un système à carte qui fait fonctionner un moyen de paiement 'en une seule touche'. En tant que partenaire technologique, Bharti Airtel fournit des solutions de connectivité par lesquelles elle relie l'émission de ticket au Point de Vente à travers un système bancaire électronique. D'autres partenaires du projet incluent Hatton National Bank (HNB), Sony Felica et Smart Metro, qui fournissent respectivement la solution bancaire, la carte de débit et les systèmes NFC. Tandis qu'à Matara, le système est utilisé sur 225 bus longue distance, à Badulla la technologie est opérationnelle sur 150 bus longue distance et 1200 bus inter provinciaux et provinciaux.





### Bharti Airtel Lanka boucle cinq années d'exploitation



Suren Goonewardene, PDG – Bharti Airtel Lanka allumant le grand bougeoir à cette occasion



### Airtel Bangladesh présente le 'Centre pour l'Expérience Client en Ligne'

**Cette initiative en ligne permet aux clients d'accéder à une expérience de service client dans un monde virtuel**

Les clients d'Airtel au Bangladesh ont une raison de plus de se réjouir puisqu'ils peuvent maintenant accéder au 'Centre pour l'Expérience Client en Ligne' pour jouir d'une expérience de services en ligne sur un espace numérique et de discuter directement avec les représentants du service client. Accessible à travers le portail web d'Airtel Bangladesh, le 'Centre

pour l'Expérience Client en Ligne' est un centre virtuel en animation 3D où les clients devront créer un profil pour bénéficier de services personnalisés. Il s'agit de la première initiative de ce genre dans le secteur des télécommunications et cela entre en droite ligne avec les efforts continus d'Airtel pour innover et redéfinir l'expérience de service client dans le pays.



Gopal Vittal, PDG (Inde & Asie du Sud), Bharti Airtel (troisième à partir de la gauche; première rangée) avec l'équipe de direction d'Airtel Bangladesh lors de sa visite à Dhaka



### 20 millions de hourras pour Hike Messenger

**Cinq millions d'utilisateurs ont été ajoutés au cours seulement des trois derniers mois**

**H**ike messenger de BSB a émergé comme l'une des applications de messagerie instantanée dont la croissance est la plus rapide. Conçue en Inde, sa base d'utilisateur est montée en flèche pour atteindre plus de 20 millions juste 18 mois après son lancement en décembre 2012. L'application a permis d'ajouter plus de cinq millions d'utilisateurs au cours des trois derniers mois. Actuellement, plus de 80% de ses utilisateurs ont moins de 25 ans, ce qui témoigne de sa popularité grandissante chez les jeunes. S'ajoutant à son bouquet de nouveautés, Hike a introduit deux services uniques: 'Transfert de Gros Fichier' qui permet

### BSB injecte un financement de \$US14 mn dans Hike

Suite à la croissance exponentielle de la base des abonnés de Hike, BSB a décidé en avril d'apporter un investissement additionnel de \$US 14 mn dans l'affaire. Le financement devrait à point nommé stimuler la croissance globale de Hike et lui permettre d'élaborer une stratégie opérationnelle.

aux utilisateurs de partager tout format de fichier jusqu'à 100 MB de taille - ce qui dépasse les limites d'attachement applicables à toutes les applications de messagerie instantanée et même les services de courriel et 'Mode Caché', une fonctionnalité du secteur qui aide les utilisateurs à cacher leurs chats privés loin du regard des autres.



### Bharti AXA GI envisage de se déployer vers les petites villes

**présente de nouveaux produits pour rehausser l'attrait**

**À** présent, les personnes vivant dans les villes comme Nanded, Jabalpur, Rourkela, etc. auront bientôt accès aux services de Bharti AXA General Insurance puisque la compagnie envisage de s'étendre dans les petites villes. La compagnie envisage d'ouvrir 29 agences supplémentaires au cours de l'année. La compagnie met en œuvre aussi une approche à volets multiples pour renforcer sa présence dans les segments de l'assurance automobile, l'assurance de détail et l'assurance maladie. Par exemple, sur le segment assurance automobile,

la compagnie envisage d'introduire de nouveaux produits, sous réserve des approbations réglementaires nécessaires qui offrent une solution personnalisée aux concessionnaires automobiles. De même, sur le segment de l'assurance maladie, la compagnie envisage d'offrir deux nouveaux produits - SmartSimple Health insurance qui vise une pénétration plus profonde de l'assurance maladie et SmartSuper Health Insurance qui vise les particuliers fortunés et qui offre une police complète avec des avantages supplémentaires.



### Centum envisage de former 50 000 jeunes

**Projet de développement des compétences initié dans le cadre du programme type STAR du gouvernement**

**F**aisant un grand bond en avant dans le développement de compétences et la formation professionnelle dans le pays, Centum Learning déroule actuellement le programme phare du gouvernement de l'Inde intitulé Programme Type d'Évaluation et de Récompense des Formations (STAR). Dans le cadre du projet, Centum collabore avec l'Organisme National de Développement des Compétences (NSDC) pour concevoir et dispenser des cours dans les différentes filières. Centum conduit ces programmes de formation dans plusieurs états en collaboration avec des organismes et entités du secteur en vue de former plus de 50.000 candidats pour servir différents secteurs tels que le commerce de détail, les télécoms, la bijouterie & la joaillerie et l'industrie automobile.



*Séance de formation sur le développement de compétences en cours*





# À l'honneur

Raj Jain,  
PDG, Bharti Retail

**U**n vétéran de FMGG et de l'industrie du détail, Raj Jain est un amoureux du golf, il aime voyager et être en contact avec de nouvelles cultures. Il est à vrai dire un homme curieux de tout. Ayant rejoint le Groupe depuis sept ans, il dirige avec succès les activités de commerce de détail au format multiple de Bharti au cours de ces années.

À son nouveau poste de PDG de Bharti Retail, il a pour mission spécifique de concevoir une nouvelle vision et orientation pour l'activité de détail remodelée du Groupe. Ceci se caractérisera par l'innovation et l'abordabilité avec pour but de croître et de servir les clients de la classe moyenne comme aucun autre détaillant dans le pays.

Raj pense qu'un commerce de détail organisé peut générer une énorme croissance dans le pays. En comparant l'Inde aux autres économies émergentes, il indique qu'actuellement le Brésil et la Chine ont une avance d'au moins dix ans sur l'Inde. Cependant, il est optimiste et pense que le nouveau gouvernement prendra les mesures importantes en vue de créer une infrastructure moderne, en rationalisant les normes fiscales et les programmes de développement de compétences - qui sont tous des facteurs essentiels au commerce de détail moderne. À son avis, Le "Client" est le leader commercial "Il vous apprendra une leçon chaque fois que vous le décevrez", déclare-t-il.

Raj est titulaire d'un Diplôme d'Ingénieur de l'Université de Delhi et a obtenu un Executive MBA de Kellogg School of Business. Il attribue sa réussite professionnelle à son ardeur au travail, son dévouement, sa capacité à rechercher les nouvelles opportunités et à s'adapter aux stratégies commerciales changeantes. Il le doit aussi aux 16 années qu'il a passées à Unilever, lorsqu'il a commencé sa carrière. À Unilever, il a acquis des compétences diversifiées, développé un esprit combatif et de discipline dans le travail. Son auteur favori est Charles Handy, le grand historien, philosophe et écrivain britannique qui écrit sur la gestion et le changement dans l'entreprise.

Vous comprendrez un peu son lien fort avec sa famille lorsque Raj vous dira que ses meilleures vacances c'est de "pantoufler à la maison". Il est actuellement basé à Gurgeon, il est marié et père de deux enfants.



**À son nouveau poste de PDG de Bharti Retail, il a pour mission spécifique de concevoir une nouvelle vision et orientation pour l'activité de détail remodelée du Groupe. Ceci se caractérisera par l'innovation et l'abordabilité avec pour but de croître et de servir les clients de la classe moyenne comme aucun autre détaillant dans le pays.**

DONNER

# DES AILES A VOS RÊVES

Initiatives de Bharti Airtel pour former les espoirs du football chez les enfants issus de milieux défavorisés

**D**Kanadoss a été accueilli par une salve d'applaudissements par les mordus du football lorsqu'il a fait son apparition à la salle de conférence pour un point de presse avant de s'envoler pour Rio de Janeiro au Brésil à la tête de l'équipe de l'Inde pour prendre part à l'édition 2014 de la Coupe du Monde des Enfants de la Rue. Il y'a environ un an de cela, Kanadoss faisait de petits boulots dans les gares et vivait dans la rue. Il s'est enfui de chez lui après le second mariage de son père de peur d'être maltraité. Jamais dans ses rêves l'adolescent de 16 ans, il ne s'est imaginé un jour être aussi populaire et être le capitaine de l'équipe de l'Inde dans son sport favori. Grâce à Bharti Airtel, l'équipe

de l'Inde pour l'événement, composée de 9 orphelins et d'enfants sans-abri s'est rendue au Brésil, que beaucoup considèrent comme la 'Mecque du Football', et qui est aussi le pays organisateur de la Coupe de Monde de la FIFA de cette année. Soutenir l'équipe indienne pour la Coupe du Monde des Enfants de la Rue est une autre initiative d'Airtel pour encourager les jeunes espoirs du football en plus du Programme extrêmement populaire Étoiles Montantes d'Airtel, la chasse aux talents du football de moins de 16 ans en Afrique et en Asie du Sud, qui offre aux jeunes prometteurs l'occasion de leur vie pour participer à un camp d'entraînement d'une semaine à la fameuse école de football de Manchester United.



Adressez vos contributions, idées et suggestions à:  
Corporate Communications, Bharti Enterprises Limited  
Bharti Crescent, 1, Nelson Mandela Road, Vasant Kunj, Phase II, New Delhi - 110 070.  
E-mail: [corporate.communication@bharti.in](mailto:corporate.communication@bharti.in)