

together.

THE IBL GROUP MAGAZINE



WHAT ■ WE MEAN ■ BY
SHAPING ■ BETTER LIVES
AND ■ BETTER TOMORROWS ■
TOGETHER

IBL

The next ten years

by Claire Coulier

Head of Communications at IBL

Ten years. For a group nearly two centuries old, a decade might not seem like much. And yet ten years are enough to change the trajectory and scale of a business.

Since the amalgamation a decade ago that created IBL as we know it, the Group has grown in scale, scope and ambition. It has gone from a Mauritian champion to a regional player with deep roots across the Indian Ocean and East Africa. This change was built progressively: through conviction, hard work, discipline, and a sense of timing.

IBL is many things. A complex, demanding organisation, not always easy to explain to an external audience, nor even to understand from within. But above all, it is a Group that keeps moving.

Every day, our people build, solve, adapt, integrate, negotiate and deliver - in factories and on construction sites, in warehouses, shops and offices, across markets with very different realities and

demands. And that is the real story of the past ten years. It's in the daily effort behind the financial figures or the acquisitions we announce. It lies in what we actually do, consistently, to turn strategy and ambition into something tangible.

That is what *shaping better lives and better tomorrows* looks like in practice. Not a tagline, but rather, years of concerted work: creating jobs, improving access to goods and services and contributing, in practical ways, to the countries and territories where we operate.

As a private sector Group, performance matters. It is what allows us to invest, to grow, to remain resilient and to create value over time. But growth is only meaningful if it serves those around us - our customers, our teams, our partners, our communities and the wider economies of which we are part.

What stands out about IBL is its capacity to act: to carefully assess

an opportunity, make a decision and move forward. But also to build more resilient businesses, more regional career paths, more genuinely useful services, and stronger connections between the territories where we operate.

That is what a group looks like when it has learned to scale without becoming rigid, and to grow its regional footprint without losing sight of where it came from. The past ten years have had their twists and turns, but what they have shown, clearly, is this: when IBL sets a direction, it finds the energy, talent and determination to follow through.

This latest issue of *together* is not just a look back. It's an opportunity to take stock of what has been built, and recognise the people who built it - while asking ourselves: what do we want IBL's next ten years to look like?

DIX ANS, ÇA N'EST QU'UN DÉBUT

Qu'est-ce que dix ans dans la vie d'une entreprise ? Ils suffisent à transformer en profondeur une trajectoire. En dix ans, IBL est passé d'un leader mauricien à un acteur régional. Cette évolution est le fruit du travail, de la conviction et d'une certaine capacité à avancer lorsque le moment est juste.

Chaque jour, nos équipes transforment concrètement l'ambition en réalité. Une partie de ce travail est visible. Une autre se fait plus discrètement. Façonner le quotidien et le monde de demain n'est pas une intention abstraite, mais une somme d'actions réelles.

Et c'est bien là que se trouve l'histoire de ces dix années : dans l'effort continu.

Loin d'être une ligne droite, cette trajectoire a révélé une vérité essentielle : lorsque la direction est donnée, IBL a l'énergie, les talents et la volonté nécessaires pour aller de l'avant.

Ce numéro de *together* n'est pas seulement un regard en arrière. C'est un temps pour reconnaître ce qui a été construit, et celles et ceux qui l'ont façonné... Tout en gardant à l'esprit que dix ans, au fond, ce n'est qu'un début.

6

10 ans de fusion

The decade that changed IBL's scale

La décennie qui a transformé IBL



14

ensemble

L'ESSEC : un vivier de talents pour penser l'Afrique autrement

Building the talent Africa needs

18

Grandir sans perdre en cohérence

Growing with clarity

24

IBL on the Move : un réel élan collectif en 14 éditions

Where sport meets solidarity



30

façonner durablement le quotidien...

Une présence engagée pour l'avenir de la région

Invested in the region's future

32

Growing across the region, differently

Grandir dans la région, autrement

38

Taxi by ala-lila, powered by Uber : un nouvel élan pour la mobilité

Rethinking mobility in Mauritius

40

The invisible engine

Le moteur invisible

46

...et le monde de demain

IBL Energy : une approche régionale de la transition énergétique

Powering East Africa and the Indian Ocean's energy transition

50

DotExe Ventures: betting on Africa's tech future

Le capital-risque technologique d'IBL en Afrique

54

Cap sur une navigation bas carbone !

CNOI charts a new course in sustainable maritime construction

60

wiiv enters a new era

wiiv entre dans une nouvelle ère



62

Building an Indian Ocean business, one market at a time

Opérer sur l'océan Indien, un marché à la fois

72

sans oublier d'où on vient

Inside IBL East Africa: from an investment office to a regional platform

Dans les coulisses d'IBL East Africa



62

Building an Indian Ocean business, one market at a time



32

Growing across the region, differently



54

Cap sur une navigation bas carbone !

n°10 Juin 2023

together.

together is IBL biannual magazine.

Publication director: Claire Coulier

Creative lead: Jacqueline Bax de Keating

Project leads: Julien Chettiar, Elena Boulart

Editorial team: Anissa Macaulay, Camille Grenouille, Elena Boulart, Eugénie Sauzier-de Rosnay, Haddiyah Tegally, Jyoti Punjabi, Michel Chui Chun Lam, Valentine Ducray

Photographers: Eric Lee

Contributors: Michael Adams, Anaïs César, Gaël Devienne

Conception, design & art direction: OXO

Printing: IPC Ltée

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, in any form or by any means, without the prior permission of IBL Ltd.



Nos articles vous attendent en version bilingue complète sur notre blog.

Find the full articles in English and French on our blog.

DIX
ANS
DE
FUSION

« Nous
construisons
pour le long
terme. »

“We are building
for the long term.”

— Arnaud Lagesse
Group CEO • IBL



The decade that changed IBL's scale

When Ireland Blyth and GML merged in 2016, the ambition was not simply to create a larger group. It was to build an organisation capable of operating, scaling and competing beyond Mauritius, while remaining rooted in the strengths that had shaped both groups for decades. Ten years later, IBL is present in 20 countries, employs more than 40,000 people and generates more than half of its revenue outside Mauritius. In FY2024 alone, Group revenue surpassed Rs 100 billion – a reflection of how far IBL has transformed over the past decade.

“We learned some lessons the hard way.”

Looking beyond Mauritius

The merger brought together two historic Mauritian institutions. On one side was GML Investissement Ltée, the Lagesse family's investment holding, with roots dating back to 1938. On the other was Ireland Blyth, one of Mauritius' oldest operating groups. The combined scale was already significant. But for Arnaud Lagesse, Group CEO of IBL, the central question was how IBL could continue to grow within the limits of the Mauritian market. “We were hitting walls,” he says simply.

That realisation marked the beginning of a broader shift. Future growth would require an organisation able to expand across markets while remaining disciplined, focused and operationally excellent. Group Head of Corporate Services Thierry Labat, who moved from GML into strategic leadership roles within IBL after the merger, saw firsthand how the Group began redefining its ambitions. He remembers two organisations operating in fundamentally

different ways: GML as a lean investment holding structure where subsidiaries operated independently with their own governance, and Ireland Blyth as a more centrally managed operating group supported by head office functions. “The real work started after the merger,” he says.

The merger did not lead to teams being dismantled. Instead, over time, shared services, cross-functional collaboration and a stronger common culture gradually reshaped the organisation. That alignment became essential as the Group started looking more seriously beyond Mauritius, including at opportunities in Mozambique, Gabon and Uganda. Those experiences, however, highlighted the complexity of operating across the continent. “We learned some lessons the hard way,” Arnaud says candidly. Those lessons proved valuable. Regional expansion would require patience, operational expertise and far greater discipline in how opportunities were assessed.

The Beyond Borders strategy

In 2018, IBL strengthened its presence in Nairobi to better understand the East African market and evaluate long-term opportunities across the region. Over the following years, IBL would go on to invest roughly USD 380 million across the East African and Indian Ocean region. But the early phase was defined less by expansion than by discipline. For nearly three years, the team studied markets, built relationships and assessed opportunities without signing a single deal.

Then COVID-19 arrived. Mauritius closed its borders for eighteen months. While the immediate priority was to protect livelihoods and stabilise operations at home, the crisis also created space to rethink IBL's long-term direction. Arnaud brought in McKinsey teams from Johannesburg, Casablanca and Paris to help shape the Group's next phase of development. What emerged was the Beyond Borders strategy; a roadmap to accelerate IBL's regional ambitions, focused on sectors where the Group already had operational expertise and credibility. East Africa alone represented more than 260 million consumers – and IBL had already spent years studying the market before making its move.

“Behind the Group's expansion is a strong emphasis on people, leadership and talent development.”

Building a regional platform

When Naivas and Quickmart simultaneously came onto the market in Kenya, IBL assessed both opportunities and ultimately invested in Naivas, then a 60-store supermarket chain with significant growth potential. Today, Naivas operates 114 stores and generates close to USD 900 million in revenue. Alongside the acquisition of Run Market in Réunion, the transaction significantly increased the scale of IBL's regional operations and accelerated the shift towards a more geographically diversified revenue base. International operations now contribute more than half of Group revenue.

The investment also drew international attention. At a dinner hosted by French President Emmanuel Macron at the Élysée Palace in March 2026, and attended by Arnaud Lagesse, IBL was cited by the CEO of Amethis – the private equity firm previously invested in Naivas – as an example of successful long-term collaboration between Mauritian, Kenyan and French partners. For Patrice Robert, Deputy Group CEO, IBL's approach goes beyond acquisition. "We are not private equity. We are operators," he says.

That operational focus has shaped the way IBL integrates and supports businesses across its ecosystem. Run Market entered the portfolio as a loss-making business and returned to positive EBITDA through operational restructuring and regional integration. HealthActiv and Harley's followed a similar logic, operating today as a connected regional healthcare platform that shares logistics, infrastructure and digital capabilities across markets. The same discipline also applies to portfolio decisions. The part divestment of AfrAsia reflected a deliberate choice to sharpen the Group's focus around its core operational clusters and long-term strategic priorities.

A culture built to travel

Behind the Group's expansion is a strong emphasis on people, leadership and talent development. "IBL has always known how to identify the right people for the right roles," says Patrice. "That ability to identify, trust and grow leaders has become increasingly important as the Group has expanded across markets. It's one of the things that sets us apart from many traditional family groups." Today, nine CEOs report directly to Patrice, each with significant ownership over their businesses, while remaining aligned with the Group's broader direction. The GREAT Academy, IBL's internal leadership and business transformation programme, has also helped support that culture.

Today, across 20 countries and 40,000 people, the aim is to build IBL's values, shared operating culture and long-term vision into a way of connecting teams across markets and businesses. "We are not just here for the next five years," says Arnaud. "We are building for at least the next fifty and we are definitely a local player in each and every international market."

"We are not private equity. We are operators."

La décennie qui a transformé IBL

Né de la fusion entre Ireland Blyth et GML en 2016, le Groupe IBL s'est fixé une ambition claire : dépasser les limites du marché mauricien pour construire une organisation régionale d'envergure. Dix ans plus tard, le Groupe est présent dans 20 pays, emploie plus de 40 000 personnes et génère plus de la moitié de son chiffre d'affaires à l'international, avec un revenu dépassant 100 milliards de roupies en 2024. Comment la transformation s'est-elle opérée ?

Elle n'a pas été immédiate. Une première expérience difficile en Afrique subsaharienne a encouragé le Groupe à discipliner sa démarche. Dès 2018, IBL installe ainsi une équipe à Nairobi et passe près de trois ans à étudier le marché est-africain sans signer le moindre accord. L'objectif ? Observer et comprendre. Puis la crise Covid accélère sa réflexion stratégique : avec l'appui de McKinsey, IBL formalise sa

stratégie Beyond Borders et choisit de se centrer sur des secteurs où le Groupe dispose d'une expertise opérationnelle avérée.

Les investissements qui suivent – notamment Naivas et Harley's au Kenya, Run Market et Basalt à La Réunion – illustrent une philosophie constante : IBL se définit comme un opérateur et un investisseur actif, qui travaille de près avec des partenaires locaux et de confiance, triés sur le volet, pour s'assurer que chaque acquisition soit réussie et puisse s'intégrer durablement à l'écosystème du Groupe.

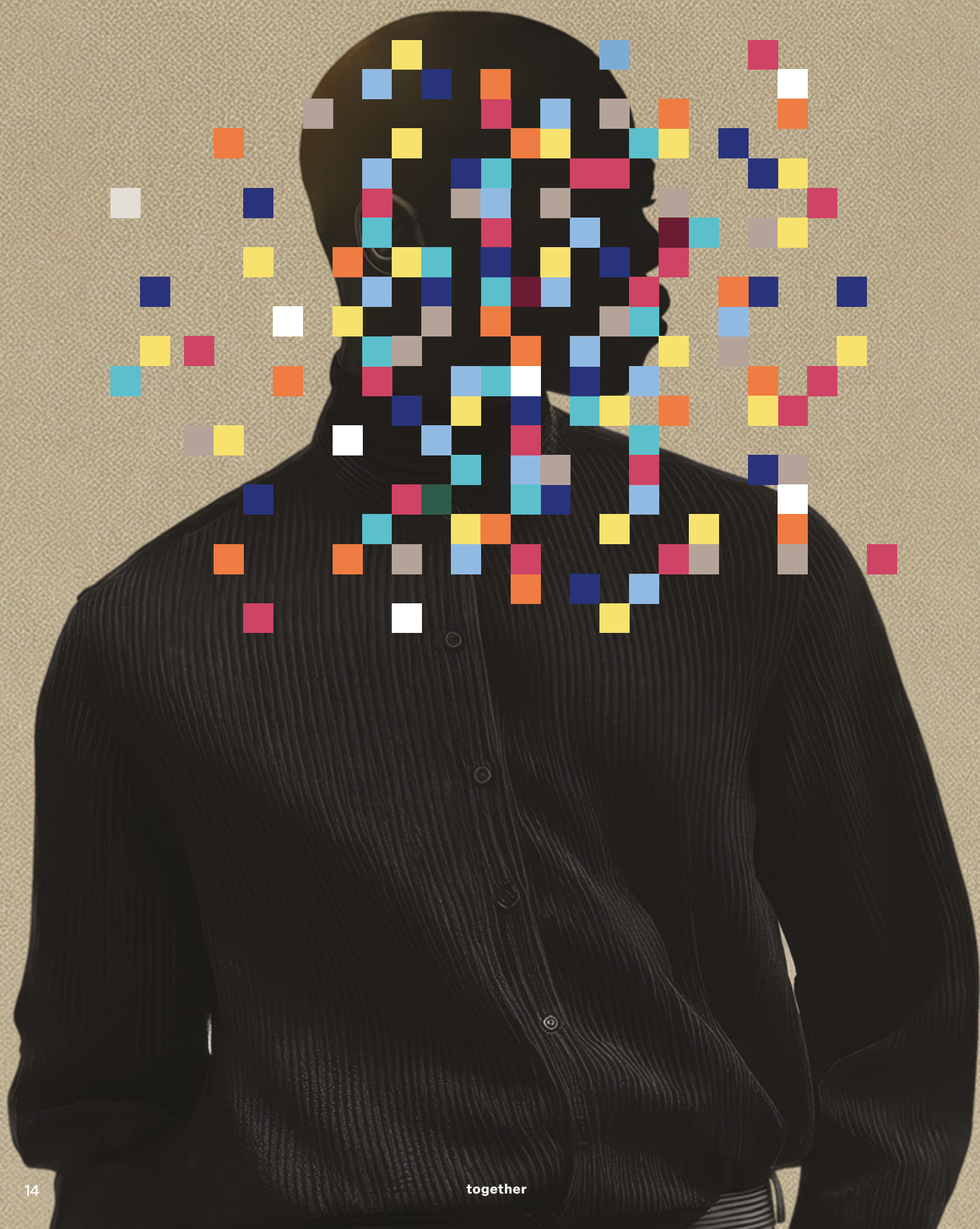
Au cœur de cette expansion, une culture du leadership transmissible et un focus appuyé sur l'excellence opérationnelle, entre esprit régional et véritable ancrage local. Car pour Arnaud Lagesse, l'horizon ne s'observe pas à cinq, mais à cinquante ans.

ENSE- MBLE

“We need people who can hold their ground and stay sharp when things get complicated.”

« Ce que nous recherchons : de la solidité et de l'agilité pour continuer à créer de la valeur dans des environnements mouvants. »

— Steena Kistnen
Head of Group People Transformation • IBL



L'ESSEC : un vivier de talents pour penser l'Afrique autrement

À travers son partenariat avec la Chaire « Business and Industry in Africa » de l'ESSEC, IBL s'inscrit dans une conviction simple : accompagner le développement du Groupe – et la transformation des économies africaines – passe aussi par la formation de talents capables de comprendre et d'opérer dans des environnements complexes et en constante évolution.



Steena Kistnen
Head of Group People
Transformation • IBL



Benoît Chervelier
Cofondateur & Directeur •
Essec Chair

Une formation ancrée dans les réalités africaines

Parmi les 24 chaires de l'ESSEC, celle-ci occupe une place à part. Lancée en 2025 par une école dont l'esprit pionnier remonte à 1907, elle est la seule à se concentrer exclusivement sur l'Afrique ; ses industries, ses marchés, ses dynamiques propres. Ce positionnement inédit se reflète jusque dans la géographie du parcours. Les étudiants évoluent entre trois campus, chacun sur un continent : Cergy, Singapour et Rabat – où un trimestre entier est dédié aux enjeux africains. Des voyages d'immersion complètent cette formation ; en Côte d'Ivoire en 2025, au Kenya en 2026, marché que le groupe IBL connaît bien.

« À l'issue du programme, la mention de la chaire figure sur le diplôme : un signal fort de ce que cette formation revendique comme singularité », explique Benoît Chervelier, cofondateur et directeur exécutif de la chaire, banquier d'affaires doté de plus de 20 ans d'expérience sur le continent africain, et enseignant le « *Doing Business in Africa* ».

Des profils formés pour des environnements mouvants

Pour IBL, l'enjeu dépasse la seule excellence académique. « Ce que nous recherchons, ce ne sont pas uniquement des profils bien formés – mais de la solidité et de l'agilité pour continuer à créer de la valeur dans des environnements mouvants », explique Steena Kistnen, Head of Group People Transformation chez IBL. La diversité de parcours au sein des mêmes promotions de la chaire – mêlant jeunes diplômés et profils expérimentés – contribue directement à cet objectif. Elle

permet de former des talents plus ouverts et adaptables, capables de déchiffrer une situation complexe avec davantage de nuance. « Dans les environnements où IBL opère, cette qualité compte presque autant que les compétences elles-mêmes », confie Steena.

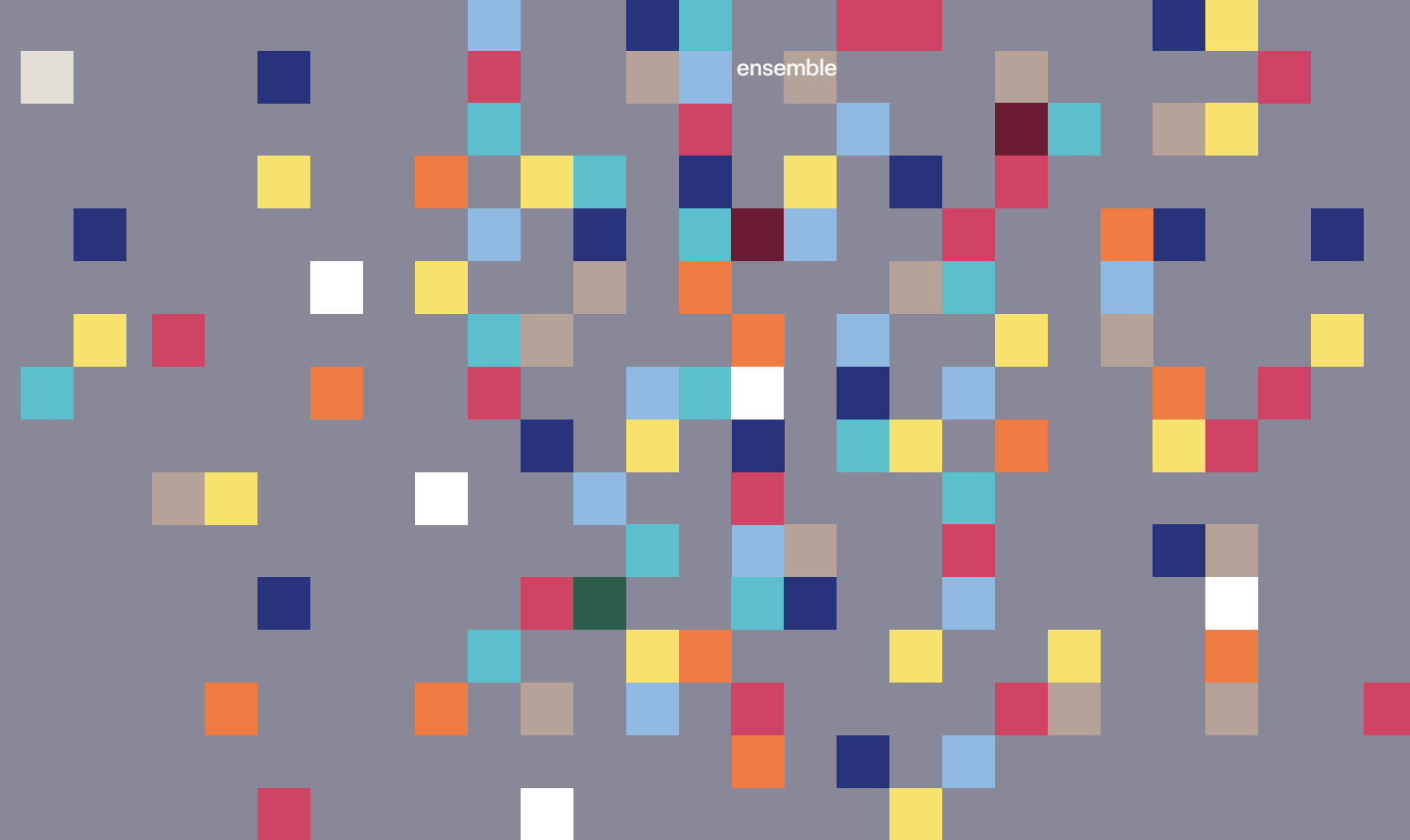
Le regard neuf comme levier d'amélioration

Une fois en entreprise, ces profils apportent un nouveau regard. Un processus trop lourd, une friction récurrente entre équipes, une décision qui tarde... Pour Steena, c'est évident : « Leur apport est intéressant lorsqu'il permet à l'entreprise de voir avec plus de clarté ce qu'elle avait fini par ne plus interroger, mais il doit s'accompagner d'écoute et d'une vraie capacité à comprendre le contexte », souligne Steena.

Construire dans la durée

Le vivier prend forme. Pour que le projet tienne toutes ses promesses, l'ambition des prochaines années sera de le structurer davantage : mieux repérer les potentiels, créer de vraies passerelles avec les entreprises du Groupe, et mesurer l'impact non pas selon le nombre de participants, mais selon leur contribution réelle dans le temps.

Car ce qui se construit ici dépasse un simple dispositif de formation. Benoît Chervelier en est convaincu : « C'est un vivier qui est en train de se constituer, un véritable réseau d'alumni, permettant de construire le monde et l'Afrique de demain avec des personnes engagées. »



ESSEC: building the talent Africa needs

IBL's partnership with ESSEC's "Business and Industry in Africa" Chair is built on a simple premise: supporting the Group's long-term regional ambitions and the transformation of African economies requires people who understand the continent's specific markets, realities and operational complexities.

A programme built around African realities

Launched in 2025, this is the only one of ESSEC's 24 chairs that is dedicated entirely to the African context. The programme gives students exposure to African

business realities with a full term in Rabat and field visits to Côte d'Ivoire and Kenya. "Recognising the chair on the diploma is a deliberate choice," says Benoît Chervelier, co-founder and Executive Director of the chair. "It's a statement of intent."

Resilience over credentials

"We need people with the resilience and agility to continue creating value in fast-moving and often complex environments," says Steena Kistnen, Head of Group People Transformation at IBL. Cohorts mix new graduates with experienced professionals, building adaptability that no curriculum alone can teach.

Once inside organisations, these profiles often bring a different lens. "Their value comes from their ability to challenge with nuance and clarity – but also from their willingness to listen and understand context first," explains Steena.

Playing the long game

The next phase is about identifying talent earlier, strengthening ties across Group businesses, and measuring success not by headcount but by real impact. As Benoît Chervelier puts it: "we're building a network of people genuinely invested in Africa's future."



Grandir sans perdre en cohérence

Donner un cap à un groupe diversifié ne relève jamais d'un seul exercice. Il se construit à travers la stratégie, les choix d'investissement, la gouvernance, la culture, les équipes et les décisions prises. Dans cette dynamique, la marque et l'architecture de marque jouent un rôle complémentaire : elles permettent de rendre le cap plus clair, plus cohérent et plus facile à comprendre.

Pour IBL, cet enjeu revêt une importance particulière à mesure que le Groupe se régionalise, investit dans de nouveaux marchés et rassemble des métiers aux réalités très différentes. La question est alors celle de l'équilibre : comment construire un récit capable de traverser les géographies, tout en restant pertinent dans chaque contexte local ? En pratique, il s'agit de créer une histoire commune, ancrée dans la raison d'être, les valeurs, la gouvernance et l'ambition régionale d'IBL, tout en permettant à chaque entreprise et territoire de l'exprimer à travers ses propres preuves, références et réalités de marché.

C'est là que l'architecture de marque prend tout son sens. L'objectif n'est pas de faire parler toutes les entreprises de la même manière, ni d'effacer ce qui les rend proches de leur marché. Il est nécessaire de créer suffisamment de cohérence pour permettre aux parties prenantes de comprendre ce qui relie les différentes activités du Groupe, ce qu'IBL porte collectivement et la manière dont chaque entreprise contribue à une direction commune.

Un enjeu stratégique

En 2025, IBL effectuait un rafraîchissement identitaire. Si le logo du Groupe est resté inchangé, ses messages, ses codes et son positionnement ont, quant à eux, été affinés pour mieux refléter son évolution près de dix ans après la fusion IBL-GML : un groupe régional ancré à Maurice, avec des activités, des métiers et des réalités plurielles.

L'enjeu dépasse largement la communication. Il s'agit de clarifier l'architecture du Groupe : ce qui relève d'un socle commun, ce qui doit rester propre à chaque entreprise et la manière dont l'ensemble peut être compris sans effacer les singularités.



Ce type d'exercice exige d'abord un travail d'alignement : « Qu'il s'agisse d'une création de marque ou d'un rafraîchissement identitaire, le premier défi est d'embarquer toutes les parties prenantes », explique Jacqueline Bax de Keating, Creative Communications and Campaign Manager chez IBL. Elle précise : « C'est un moment clé d'alignement et d'engagement autour de la marque. Il faut ensuite parvenir à la faire évoluer dans un environnement en constante mutation, sans jamais dénaturer son ADN, tout en évitant les discours formatés pour lui permettre de se différencier ».

Faire évoluer l'identité avec l'entreprise

Cette réflexion ne concerne pas uniquement le Groupe : elle se retrouve aussi au niveau de certaines filiales, lorsque leur évolution appelle une identité mieux structurée.

C'est le cas de Manser Saxon, qui a récemment entrepris un exercice de rafraîchissement identitaire. Depuis plus de 30 ans, l'entreprise contribue à bâtir certains des espaces les plus emblématiques de Maurice. Mais au fil du temps, elle a aussi évolué et structuré plusieurs expertises sous une même bannière. « Il était important que notre identité reflète ce que nous sommes aujourd'hui : nos valeurs, nos ambitions, mais aussi la diversité de nos activités », explique Smiti Somar, Marketing & Communications Officer chez Manser Saxon. « L'exercice ne visait pas juste à adopter un nouveau logo, mais aussi une manière plus claire de structurer nos sous-marques et de nous positionner sur le marché. Cette réflexion s'est traduite par l'évolution de certains noms de nos filiales, qui ont repris l'association et le capital confiance du nom Manser Saxon. Tornado Ltd est ainsi devenue Manser Saxon HVAC Ltd, et une nouvelle unité commerciale a été lancée sous le nom de HOME by Manser Saxon ».

*« Qu'il s'agisse
d'une création de
marque ou d'un
rafraîchissement
identitaire,
le premier défi
est d'embarquer
toutes les parties
prenantes. »*

C'est désormais IBL Energy qui se prête à l'exercice. Engagée dans un travail de rebranding en vue de mieux refléter l'évolution de son activité (voir l'article à ce sujet p. 50), l'entreprise utilise la marque comme outil de lisibilité à sa structuration, soutient son ambition régionale et pose un cadre pour accompagner les prochaines étapes de son développement.

Entre autonomie et appartenance, un juste équilibre

Dans le contexte de croissance et de diversification propre à IBL, l'équilibre est le maître-mot. Opter pour une marque trop centralisée risque d'effacer la singularité des métiers. À l'inverse, une marque trop fragmentée menace de fausser la compréhension du Groupe. L'enjeu est donc de construire une architecture claire : assez forte pour créer de la cohérence, assez souple pour laisser chaque entreprise jouer pleinement son rôle. « Nous voyons cela comme une force complémentaire, affirme Smiti. Bénéficiaire du soutien et de la crédibilité de la marque IBL, tout en continuant à affirmer notre identité et notre expertise ».

Une opinion partagée par Jacqueline Bax de Keating : c'est bien là, selon elle, que repose la force d'un tel groupe. « D'un côté, la marque IBL apporte un socle commun : une raison d'être et des valeurs qui créent du lien entre des activités très différentes. Mais de l'autre, l'autonomie de ses marques est cruciale pour que celles-ci puissent exister pleinement. »

Dans cette logique, le rafraîchissement identitaire d'IBL prend tout son sens. Il ne s'agit pas simplement de moderniser une expression de marque, mais bien de donner au Groupe un langage commun qui accompagne sa transformation, soutient son développement régional et raconte avec plus de finesse la contribution de ses différentes activités à une ambition collective.

« La marque IBL apporte un socle commun (...). Mais l'autonomie de ses marques est cruciale pour que celles-ci puissent exister pleinement. »

Growing with clarity

For a diversified group like IBL, a common direction is built through strategy, investment choices, governance, culture, people and the decisions made every day. The brand and brand architecture play a complementary role: they help make that direction clearer, more coherent and easier to understand.

For IBL, this becomes more important as the Group grows across the region. The question is: how to build a Group narrative that can travel across geographies while remaining meaningful in each local context? In practical terms, this means creating a common IBL story while allowing each business and territory to express it through its own proof points, references and market realities.

This is also where brand architecture matters. The goal is not to make every company speak in exactly the same way, or to erase what makes each

business relevant to its market. It is to create enough coherence for stakeholders to understand how the different parts of the Group connect, what IBL stands for, and how its businesses contribute to a shared direction.

It was with this objective in mind that IBL undertook a brand refresh in 2025. Without changing its logo, the Group refined its messaging and positioning to better reflect what it has become nearly a decade after the Ireland Blyth-GML merger: a regional group with a diverse portfolio of businesses, a Mauritian heritage, and a growing presence across the Indian Ocean and East Africa.

The same process is also taking place across several subsidiaries. Manser Saxon has streamlined its brand architecture, while IBL Energy is currently working through its own rebranding process to better support the next stage of its development.



IBL on the Move

un réel élan collectif en 14 éditions

Ils courent, nagent et pédalent ensemble... Année après année, des milliers de participants, de 6 à 75 ans, se retrouvent pour IBL on the Move, événement phare du Groupe et l'un des rendez-vous sportifs et solidaires les plus fédérateurs de Maurice.

Né en mars 2013, avant la fusion entre GML et Ireland Blyth, l'événement a grandi, évolué, changé de nom... Mais jamais de cap. Sa signature, *Moving for a cause*, résume à elle seule une philosophie qui dépasse le cadre d'une simple compétition sportive. Pour IBL, l'événement traduit aussi une conviction plus large : celle qu'une entreprise peut jouer un rôle concret dans le renforcement du lien social et du tissu associatif mauricien.

« Chaque année, une association est sélectionnée par le comité d'IBL on the Move et la Fondation Joseph Lagesse, puis soutenue grâce aux frais d'inscription collectés - qui sont ensuite reversés à l'ONG bénéficiaire » rappelle Rachel Odillard, Events Specialist chez IBL. En quatorze éditions, ce sont ainsi quatorze différentes causes qui ont été portées : l'aide à l'emploi, la lutte contre les addictions, la santé, la protection des femmes vulnérables... Et ce, à travers les associations The Good Shop, Les Cuisines Solidaires, Collectif Urgence Toxida (CUT), et Kinouété, pour n'en nommer que quelques unes.

« Porté par les valeurs d'inclusion et de vivre ensemble du groupe IBL, l'événement crée un pont concret entre le monde de l'entreprise, les organisations associatives et le grand public autour d'une cause commune, qui compte pour la société mauricienne » poursuit Rachel. « Au-delà du soutien financier, il offre de la visibilité aux associations, sensibilise le public à leurs missions et fédère une communauté engagée. C'est une manière de valoriser le travail essentiel réalisé chaque jour par le tissu associatif mauricien ».

Des fonds qui transforment des vies

Pour les associations bénéficiaires, l'impact est souvent décisif. En 2022, le Centre d'Amitié de Bambous a pu rénover sa crèche et maintenir ses équipes grâce aux fonds récoltés. Sa directrice, Annema Ravina, se souvient de l'événement avec une émotion intacte : « Vivre une levée de fonds est une expérience inoubliable. 2022 était une année difficile et IBL on the Move s'est avéré un don du ciel ».

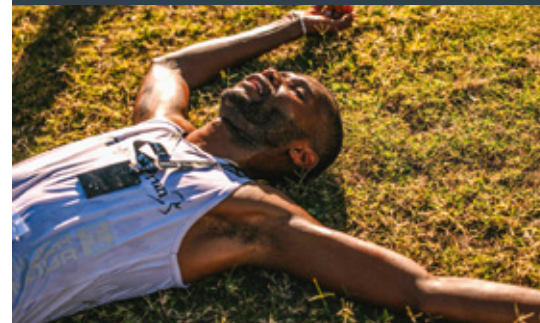
En 2024, Pedostop, qui accompagne les enfants victimes d'abus sexuels sur les plans thérapeutique et juridique, a pu souffler. « Grâce à ces fonds, nous avons pu payer les frais de suivi pendant un an et demi », témoigne Virginie Bissessur, directrice de l'association. « Cela nous a permis d'accompagner plus de 50 bénéficiaires ».

Enfin, le 9 avril 2026, Kinouété a pu, grâce aux fonds récoltés - Rs 1.3 millions au total - lancer officiellement son projet dédié aux jeunes : Using Sports as an Alternative to Drug Use and Delinquency. Cela s'est traduit notamment par la signature de conventions de partenariat avec dix clubs sportifs locaux.

Une 14^e édition tournée vers l'inclusion

Cette année, la thématique portait sur la promotion de l'inclusion des personnes en situation de handicap. À l'issue d'un appel à projets lancé en 2025, c'est l'APEIM et son projet Callithea Café qui ont été retenus. Celui-ci forme et accompagne des personnes en situation de handicap intellectuel pour les aider à développer leurs compétences et à s'intégrer durablement dans le monde du travail. « Leur projet s'est distingué par sa pertinence et son impact, en parfaite adéquation avec les valeurs de cette édition », fait ressortir Rachel. De son côté, Julien Quenette, Directeur des Programmes de l'APEIM, souligne l'importance de l'événement au-delà du financement : « Nos bénéficiaires se sont vraiment sentis inclus, et c'est ce qui me permet de dire : mission accomplie ».

Quatorze éditions, quatorze associations et déjà des centaines de vies touchées pour cette initiative qui s'est progressivement imposée comme un rendez-vous unificateur, où entreprises, associations et grand public se mobilisent autour d'un même objectif : faire avancer concrètement des causes qui comptent pour la société mauricienne.



Le Dodo Trail, l'autre incontournable du calendrier sportif

Imaginé en 2011, le Dodo Trail est un défi intense au cœur des plus beaux paysages du sud-ouest mauricien. Au fil des éditions, il a su attirer amateurs et professionnels venus de Maurice et d'ailleurs... En effet, pas moins de 27 nationalités sont représentées sur sa ligne de départ ! Pour l'édition 2026, il devrait accueillir un nombre record de plus de 350 participants étrangers.

Cette diversité lui confère une énergie singulière, portée par le dépassement de soi, la passion et un véritable esprit de communauté. Si son rayonnement permet de placer le pays sur la carte des destinations sportives et nature par excellence, il est avant tout, pour le groupe IBL, une occasion précieuse de tisser des liens entre les territoires et de valoriser le savoir-faire mauricien.

IBL ON THE MOVE where sport meets solidarity



Since 2013, IBL on the Move has brought together thousands of participants aged 6 to 75 each year through running, swimming and cycling, becoming one of the Group's flagship events and Mauritius' most recognised solidarity initiatives.

Created before the merger between GML and Ireland Blyth, the event has evolved over fourteen editions while remaining rooted in its *Moving for a Cause* philosophy. Each year, the event's registration fees are donated to an NGO selected by the IBL on the Move committee and Fondation Joseph Lagesse. For IBL, the event also reflects a broader conviction that the private sector must play a meaningful role in society, in this case by strengthening social ties and supporting the work of NGOs in Mauritius.

Funds that transform lives

Over the years, the initiative has supported causes linked to healthcare, employability, addiction prevention, vulnerable women and the inclusion of people with intellectual disabilities, through organisations including Collectif Urgence Toxida, Pedostop, Kinouété and APEIM. In 2024, Pedostop was able to finance follow-up care for more than 50 beneficiaries, while Rs 1.3 million was raised in 2025 for Kinouété to launch a youth programme in partnership with ten local sports clubs.

A platform for collective impact

Fourteen editions later, IBL on the Move continues to bring together businesses, NGOs and the wider public around causes that matter to the Mauritian society.

The Dodo Trail, bringing together local and international trailers

Created in 2011, the Dodo Trail takes runners across the stunning landscapes of southwest Mauritius. Drawing participants from 27 nationalities (with over 350 international runners expected in 2026) it has become a regionally significant event that celebrates community, personal challenge, and the best of Mauritian know-how.

FAÇONNER DURABLE- MENT LE QUOTIDIEN...

“We have done the groundwork. Now it is about pushing harder and getting more out of what we have built.”

« Les bases sont posées. L'enjeu est d'accélérer pour renforcer notre impact dans la région. »

— Fabrice Adolphe
Group Head of FMCG & Healthcare Distribution • IBL



Arnaud Lagesse, Group CEO d'IBL, et Sophie Sidos-Vicat, Présidente des Conseillers du Commerce extérieur de la France, réunis sur la scène principale du forum Africa Forward, en présence du Président français Emmanuel Macron.

Une présence engagée pour l'avenir de la région

En mai 2026, deux événements majeurs ont rythmé le calendrier des leaders d'IBL : Africa Forward à Nairobi et Africa CEO Forum à Kigali. Une mobilisation significative pour le Groupe, qui traduit concrètement l'ambition portée par la stratégie Beyond Borders.



À Nairobi, les 11 et 12 mai, IBL était représenté par Arnaud Lagesse, Group CEO, Patrice Robert, Deputy Group CEO et Michel Pilot, COO d'IBL East Africa. Le sommet a été l'occasion d'échanger sur la construction de partenariats durables entre l'Europe, l'océan Indien et l'Afrique, la transformation agricole ou encore le rôle des plateformes régionales dans le développement de nouveaux corridors économiques. Arnaud Lagesse a également rejoint l'Africa France Impact Coalition, aux côtés d'une trentaine de CEO africains et français, pour co-construire une feuille de route commune pour contribuer au développement du partenariat Nord-Sud. En marge du Sommet, Pierre Egot, COO d'IBL Energy, a participé aux travaux des Conseillers du Commerce Extérieur de la France.

Les 14 et 15 mai, les échanges se sont poursuivis à Kigali, à l'occasion de l'Africa CEO Forum. IBL y était représenté par Arnaud Lagesse, Patrice Robert, Michel Pilot, Pierre Egot, Cédrik Le Juge, Group CFO et Andréas Von Paleske, CEO de Naivas. Un moment important pour aller à la rencontre de chefs d'entreprise, institutions et partenaires qui, eux aussi, s'engagent à façonner l'avenir économique du continent africain sur le long terme.

Pour IBL, la croissance en Afrique ne se résume pas uniquement à investir des capitaux. Elle se construit dans la durée, avec une bonne compréhension des marchés et des relations de confiance. Ces deux rendez-vous marquent donc une étape, pas une fin. L'objectif, désormais, sera de transformer les discussions en partenariats concrets, et les ambitions en projets créateurs de valeur durable.

Invested in the region's future

May 2026 was a busy month on the continental stage. Two of Africa's most significant business gatherings, Africa Forward in Nairobi and the Africa CEO Forum in Kigali, brought IBL leaders to the heart of the conversations shaping the continent's economic future.

In Nairobi, Arnaud Lagesse, Group CEO, Patrice Robert, Deputy Group CEO and Michel Pilot, COO of IBL East Africa, joined discussions on sustainable partnerships, agricultural transformation and regional economic corridors. Arnaud Lagesse also joined the Africa France Impact Coalition, working alongside thirty African and French CEOs on a shared North-South roadmap. Pierre Egot participated in sessions with the French Foreign Trade Advisors.

In Kigali, IBL was represented by Arnaud Lagesse, Patrice Robert, Michel Pilot, Pierre Egot, COO of IBL Energy, Cédrik Le Juge, Group CFO, and Andréas Von Paleske, CEO of Naivas, who connected with the leaders and institutions committed to shaping Africa's long-term economic future.

The work ahead is to turn promising conversations into real partnerships and shared ambitions into projects that create lasting value.

Growing

across

region,

the

differently



Across the Retail cluster and FMCG & Healthcare Distribution activity, IBL is building a regional presence by creating stronger links between its businesses.



At the heart of IBL's Beyond Borders strategy, beyond the number of new markets entered or financial figures, are integrated ways of working, collaboration, and – fundamentally – people. The regional development of the Retail cluster and of the Group's FMCG & Healthcare Distribution activity shows what that means in practice.

Retail: multiple brands, collective intelligence

From one market to another, IBL's Retail businesses face very different operational realities. In Mauritius, Winners is opening new stores despite fierce competition. In Réunion, Run Market is in the midst of a major transformation programme. In Kenya, Naivas' model is increasingly driven by organic growth. Yet despite the different contexts, the businesses have a major advantage: they can draw on the experience of the other Retail businesses in the Group.

The collaboration between Winners and Naivas is one example. In e-commerce, data and loyalty programmes, Mauritian and Kenyan teams have begun sharing their approaches – not to standardise them, but to learn from one another. Today, IBL team members are embedded in strategic posts at Naivas, strengthening the flow of practices and expertise between the Retail cluster's different businesses.



FMCG and Healthcare Distribution: when businesses strengthen one another

A similar regional dynamic is being built on the complementarity between two of the Group's other activities: fast-moving consumer goods (FMCG) distribution, notably led by BrandActiv, which has been operating in Mauritius and across the region since 2022, and healthcare distribution, driven by HealthActiv in Mauritius and Harley's in East Africa.

Following the acquisition of a majority stake in Harley's, significant structuring work has strengthened common foundations and aligned operating models between HealthActiv and Harley's: new departments have been created, logistics infrastructure modernised, digital transformation accelerated. That work now serves as a springboard for BrandActiv's regional acceleration, driven by a cross-functional steering committee.

What has emerged is a model of integrated distribution covering both Healthcare and FMCG in markets where very few players can offer that combination. "We have done the groundwork. Now it is about pushing harder and getting more out of what we have built," explains Fabrice Adolphe, Group Head of FMCG & Healthcare Distribution at IBL.





Adapting to very different realities

While these activities operate at a regional scale, the challenges they face vary considerably. In both cases, adaptability has become essential to maintaining their growth trajectory across the region.

In retail, the current geopolitical climate is putting direct pressure on costs, forcing brands to constantly find the right balance between competitiveness and affordability. "Private-label brand development is a key lever for offering accessible alternatives, particularly in a context where transport and energy costs are weighing on the entire sector," notes Aldo Létimier, Group Head of Retail at IBL. Work on shelf organisation and product ranges has also helped improve margins while keeping prices among the most competitive on the market.

For FMCG and Healthcare Distribution, the challenge lies in adapting to the cultural and

operational realities of each country. Between Mauritius and East Africa, ways of working and local market dynamics can differ significantly. "We build on proven models and adapt them to local realities, while drawing strength from cross-functional capabilities in logistics, supply chain and distribution. That combination is what drives our acceleration across the region," says Fabrice.

IBL's regional growth is not only about new markets, new stores or new acquisitions. It is also about the way teams work together, share expertise and adapt what they have learned from one market to another. Across Retail, FMCG and Healthcare Distribution, this is what Beyond Borders looks like in practice: practical collaboration, stronger foundations and businesses that grow by learning from one another.



Grandir dans la région, autrement

Entre le cluster Retail et l'activité FMCG & Healthcare Distribution, IBL construit une présence régionale qui repose de plus en plus sur la capacité de ses entités à travailler ensemble, fidèle à son ambition Beyond Borders.

Dans le cluster Retail, les enseignes Winners, Run Market et Naivas évoluent sur des marchés aux réalités différentes. Pourtant, elles partagent leurs expertises en matière de e-commerce, de data ou de fidélisation : la circulation des talents et des bonnes pratiques renforce cette intelligence collective.

Du côté FMCG et Healthcare Distribution, le rapprochement entre HealthActiv et Harley's a permis de renforcer les bases communes, tout en créant un point d'appui pour accélérer le développement régional de BrandActiv. Cette complémentarité crée un avantage distinctif sur plusieurs marchés.

Dans des marchés différents par leurs réalités économiques, culturelles et opérationnelles, la réussite du Groupe repose donc moins sur l'expansion seule que sur sa capacité à connecter ses entités. Méthodes partagées, fonctions mutualisées, savoir-faire qui circulent et adaptation locale : c'est dans ces liens humains et organisationnels que Beyond Borders prend tout son sens.

Taxi by ala-lila,

powered by Uber

un nouvel élan
pour la mobilité

Depuis son lancement le 25 mars 2026, Taxi by ala-lila, powered by Uber s'ancre progressivement dans le paysage mauricien.

Commander un taxi via une simple appli ? Si l'idée n'est pas nouvelle, elle n'est pas évidente. Car sur un marché où les usages restent encore largement informels, proposer un service fiable et structuré suppose à la fois une technologie robuste et un accompagnement humain adapté aux réalités du terrain.

Une transformation attendue

Deux sons de cloche, une même problématique : un manque de fiabilité. D'un côté, les résidents, touristes et entreprises sont à la recherche de solutions de déplacement plus accessibles, plus prévisibles et mieux encadrées. De l'autre, les chauffeurs de taxi font face à une demande fluctuante et des pratiques encore peu structurées. Ce qui impacte directement leurs revenus et les incite à adopter des modes de fonctionnement encore largement informels.

Dans ce contexte, l'arrivée de Taxi by ala-lila, powered by Uber répond à une attente réelle, tant du côté des usagers que des professionnels du secteur. Alors même que plusieurs milliers de demandes de trajets sont déjà enregistrées quotidiennement, de plus en plus de chauffeurs rejoignent la plateforme chaque jour, confirmant une belle dynamique de croissance sur le marché de la mobilité.

Conçue comme un pont entre chauffeurs indépendants et passagers, la plateforme Ala-lila, créée par Logidis en 2016, est aujourd'hui renforcée par l'expertise de Uber, qui lui apporte une technologie éprouvée, des standards de service structurants et un accès élargi à la demande. Ensemble, ils façonnent un modèle qui repose sur l'intégration de

chauffeurs détenteurs d'une licence PSVL (Public Service Vehicle Licence), en conformité avec le cadre réglementaire mauricien. La plateforme introduit également de nouveaux services, tels que la possibilité de partager un retour d'expérience. Au-delà de l'aspect sécuritaire, très attendu par les utilisateurs, ces interactions contribuent à faire évoluer progressivement la qualité de service. L'enjeu : prendre appui sur les spécificités locales pour apporter plus de fiabilité et de structure à un secteur en pleine mutation.

Une adoption rapide et des standards en construction

Rééquilibrer le cadre des services de mobilité est en effet l'objectif premier de Logidis pour Taxi by ala-lila, powered by Uber. En coulisses, ses équipes accompagnent une transformation qui dépasse le simple lancement de produit : il faut, en parallèle, améliorer des habitudes déjà bien ancrées dans la réalité locale. Chacun joue son rôle avec engagement : les usagers partagent leur feedback, signalant des zones d'amélioration, et les chauffeurs prennent acte de ces demandes pour mieux répondre à leurs attentes. Cette phase d'ajustement, nécessaire et intrinsèque à toute évolution, permet aux chauffeurs de mieux s'approprier ce nouvel outil et de l'intégrer à leurs opérations afin de s'adapter à un marché en pleine évolution.

Conscientes de ces enjeux, les équipes de Logidis travaillent activement à accompagner cette montée en compétences et à renforcer la fiabilité du service. Une démarche progressive, qui vise à contribuer durablement à une mobilité plus fluide, plus prévisible et résolument tournée vers l'avenir !

Rethinking mobility in Mauritius

Since its launch on 25 March 2026, Taxi by ala-lila, powered by Uber, has been steadily establishing its presence in the Mauritian market. While booking a taxi through an app may sound simple, building a reliable and structured service in a market still shaped by informal practices requires both robust technology and a strong understanding of local realities.

Mobility today extends far beyond transportation alone. It is increasingly linked to accessibility, tourism, employment, and digital transformation, reflecting broader shifts taking place across Mauritius.

Building a more structured ecosystem

Passengers are seeking greater convenience and consistency, while drivers

continue to navigate fluctuating demand and operational uncertainty. Thousands of ride requests are already being logged daily, with new drivers joining the platform every week.

Originally developed by Logidis, the ala-lila platform is now strengthened by Uber's technology, service standards, and broader demand network. Built around PSVL-licensed drivers and aligned with the Mauritian regulatory framework, the platform also introduces features such as post-ride feedback, helping strengthen service quality and accountability.

Beyond the technology itself, the initiative reflects a broader ambition: the Group's contribution to an increasingly structured, and future-ready mobility ecosystem for Mauritius.

The

invisible

engine



Yanniss Fayd'herbe
COO · IBL Logistics



What it takes to operate at the intersection of global trade and regional ambition

Behind many of the things that make daily life and business possible, there is a layer of work most people never see. The imported machinery that arrives on time. The aircraft that departs as scheduled. The cargo hold loaded in the right sequence, at the right temperature, bound for the right destination. None of it happens by accident. It is made possible, daily, by people most of us will never meet. Within IBL's Services cluster, the Logistics, Aviation and Shipping segment (LAS) is precisely this kind of operation. Essential, complex, and often invisible.

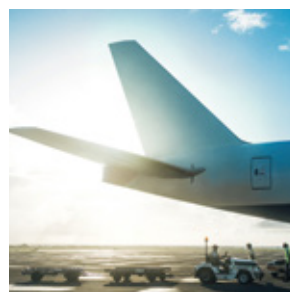
A world in motion, under pressure

According to IATA, USD 8 trillion worth of goods are transported by air cargo annually. That's approximately 33% of world trade by value, but less than 1% by volume. That extraordinary ratio tells you everything about the nature of what moves by air: high-value, time-critical, often difficult to replace. The COVID-19 pandemic exposed the fragility of supply chains in ways that have permanently altered how businesses think about resilience. Since then, instability in the Middle East has added further pressure.

An end-to-end role

LAS operates across freight forwarding, warehousing, distribution, air connectivity, and maritime services, forming an end-to-end supply chain offering with solutions a standalone operator would find difficult to replicate. "Cross-cluster collaboration accelerates decision-making, reduces duplication, and ensures better alignment with the Group's overall strategy," explains Yanniss Fayd'herbe, COO of IBL Logistics.

But the model is only as strong as the thinking behind it. As supply chains become more complex and disruptions more frequent, LAS is deliberately strengthening the way it anticipates and responds: better data, stronger forecasting, standardised processes, and digital tools. "The more we invest in digital capabilities, the more we free our people to focus on innovation and operational excellence rather than crisis management. That shift is fundamental to where we're taking this business," adds Yanniss.



The regional ambition

LAS has a clear objective. Built around three pillars – innovation, excellence, and talent – the cluster is positioning itself not as a transporter of goods, but as a strategic partner for businesses navigating complex, multi-geography supply chains. The vision is for Mauritius to function as a stronger connector in the emerging architecture of Indian Ocean and African trade, with LAS helping to make that connectivity commercially viable.

“Getting there requires more than ambition,” says Yannis. “It requires investment, talent development, and operational discipline.”



The people behind the machine

Behind the systems and the strategy are the people: logistics coordinators, aviation specialists, warehouse teams, supply chain analysts, and many more. Professionals operating in a 24/7 environment where the margin for error is narrow and the stakes are consistently high. As the sector evolves, investing in human capital is as strategic as any infrastructure investment. “A forward-looking mindset, especially around sustainability and innovation, is becoming a key differentiator,” concludes Yannis.

Most people will never see this work. They will simply benefit from it: in the products on their shelves, the flights that connect them, the supply chains that keep businesses and economies moving.

That invisibility is not a limitation. For LAS, it is often the measure of a job well done.



Mauritius, a strategic crossroads

Mauritius sits on the natural maritime corridor connecting the ports and manufacturing centres of Asia to the resource-rich regions of Africa and the markets of the Atlantic. A highway that carries over one-third of the world's bulk cargo traffic and two-thirds of its oil shipments. That highway is now under growing pressure. The Red Sea crisis and disruptions around the Strait of Hormuz have simultaneously affected two of the world's most critical maritime chokepoints. The IMF recorded a 74% surge in trade volume rerouting via the Cape of Good Hope, pushing thousands of additional vessels directly past Mauritius.

On aviation, Mauritius boasts direct connections to nine out of the 15 largest aviation hubs worldwide. On trade, a web of regional blocs and bilateral agreements provides preferential market access to nearly 70% of the world's population. The geographic and commercial case for Mauritius as a regional logistics hub is, on paper, strong. The question is who moves fast enough to make it real.

Le moteur invisible

Ce qu'il faut pour opérer à l'intersection du commerce mondial et de l'ambition régionale.

Au sein du cluster Services d'IBL, le segment Logistique, Aviation et Shipping (LAS) orchestre de façon invisible des opérations pourtant essentielles de notre quotidien : fret, entreposage, connectivité aérienne et services maritimes.

Cette invisibilité est justement la marque de son efficacité. Car LAS a fait le choix d'une approche proactive, fondée sur la donnée, la prévision et la digitalisation, plutôt que sur la réaction aux crises, et où l'humain joue un rôle déterminant. Sa force réside également dans l'écosystème IBL, dont les synergies inter-pôles accélèrent la prise de décision et démultiplient les capacités d'un opérateur logistique classique.

Dans un contexte mondial sous tension – hausse de 230 % des coûts maritimes sur certaines routes Asie-Europe, perturbations en mer Rouge, résilience des chaînes d'approvisionnement mise à rude épreuve – Maurice, situé sur les grands corridors maritimes et aériens mondiaux, constitue un hub logistique régional au potentiel considérable. LAS entend en être l'un des moteurs en s'appuyant sur trois piliers : expansion régionale, excellence opérationnelle et développement des talents.

Son invisibilité n'est pas fortuite : elle est la mesure d'un travail bien fait.

... ET LE
MONDE
DE
DEMAIN

“Synergies can emerge between these startups and companies within the Group.”

« Des synergies peuvent se créer entre ces startups et des entreprises du Groupe. »

— Laurent Fayolle
Managing Director • DotExe Ventures

IBL Energy :

une approche
régionale de
la transition
énergétique

Enjeu stratégique clé de la région océan Indien et Afrique de l'Est, l'énergie se trouve au croisement de défis majeurs : volatilité géopolitique, pression climatique et croissance des besoins industriels. Les entreprises et économies doivent désormais sécuriser leur approvisionnement tout en accélérant leur transition énergétique. Dans ce contexte, IBL Energy construit progressivement une plateforme régionale de solutions énergétiques durables en alliant production, efficacité énergétique, mobilité électrique et valorisation des déchets.



Pierre Egot
COO • IBL Energy

Au cœur de la vision à long terme du Groupe

Depuis 2020, IBL Energy accompagne les entreprises mauriciennes et de la région dans leur transition énergétique. Elle s'est d'emblée positionnée sur une clientèle industrielle et commerciale, en cohérence avec le cœur d'activité d'IBL. « IBL Energy se focalise principalement sur les clients qui partagent le même ADN que le groupe IBL. Les solutions que nous leur proposons ont été elles-mêmes testées et validées en interne » explique Pierre Egot, Chief Operating Officer d'IBL Energy.

Si le solaire photovoltaïque constitue un pilier naturel de son développement, IBL Energy a rapidement élargi son approche en intégrant une dimension essentielle : l'efficacité énergétique. « Nous avons développé des services d'audit et de gestion énergétique en temps réel. Grâce à ces outils, nous aidons les entreprises à mieux comprendre, piloter et optimiser leur consommation énergétique ». Cette expertise leur permet d'anticiper leurs besoins et de réduire les pics, notamment aux heures de pointe. À la clé : baisse des coûts et diminution de la pression sur le réseau national.

Des projets d'envergure à l'échelle nationale

En parallèle, IBL Energy investit dans le photovoltaïque en partenariat avec des industriels. À Maurice, deux initiatives retiennent l'attention : SeaBrew Solar (15 MW), développé avec Phoenix Beverages, Froid des Mascareignes et Marine Biotechnology Products ; et Basalt Solar (10 MW), en partenariat avec UBP. Pour le pays, ces projets présentent un intérêt environnemental et revêtent une dimension économique stratégique : « L'énergie produite est achetée par le Central Electricity Board en roupies, contribuant ainsi à limiter durablement les besoins en devises », souligne Pierre Egot.

Au-delà de la production d'énergie, IBL Energy investit également dans les infrastructures nécessaires à l'évolution des usages énergétiques, à travers des partenariats stratégiques à long terme et le lancement de projets innovants. Ainsi,

en 2023, le premier réseau de bornes de recharge pour véhicules électriques à Maurice a été déployé avec Vivo Energy. Ce réseau, baptisé E-Motion, compte à ce jour 26 stations de recharge et contribue à promouvoir concrètement la mobilité électrique sur le territoire.

Cette même année marque aussi l'entrée en opération d'Énergie des Mascareignes. Ce projet, mené avec Green Create Holdings Ltd, transforme les effluents industriels – principalement des usines de Princes Tuna Ltd et de Marine Biotechnology Ltd – en biogaz et bio-fertilisants, et assure le traitement des eaux usées. Unique dans la région, cette installation, s'inscrit dans un modèle circulaire et accompagne déjà d'autres secteurs d'activité, comme l'agro-alimentaire.

Une présence régionale progressive

Cette logique dépasse largement le marché mauricien. IBL Energy se développe à l'échelle régionale en portant une attention particulière à l'Afrique de l'Est, où les entreprises font face à un besoin croissant de solutions fiables. Depuis mars 2023, l'entreprise – avec les fonds d'investissement à impact Stoa et Inspired Evolution – est actionnaire majoritaire d'Equator Energy. Avec quelque 150 installations photovoltaïques au Kenya, en Ouganda et au Zimbabwe, il s'agit du leader du solaire commercial et industriel dans la région.

Aujourd'hui, l'entreprise amorce une nouvelle phase de son développement avec une identité, prochainement dévoilée, clarifiant sa proposition de valeur. Cette transformation traduit une ambition : accompagner la transition énergétique des entreprises tout en contribuant au développement des infrastructures de demain à l'échelle régionale.



IBL Energy: powering East Africa and the Indian Ocean's energy transition

Energy is an increasingly strategic issue for the Indian Ocean and East Africa, as geopolitical volatility, climate pressure and rising industrial demand push businesses and economies to secure supply while accelerating their energy transition. In this context, IBL Energy is building a regional platform in power generation, energy efficiency, electric mobility and waste-to-value projects.

At the heart of the Group's long-term vision

Since 2020, IBL Energy has supported industrial and commercial clients in Mauritius and across the region through solutions first tested within the Group. Alongside solar photovoltaic projects, the company has quickly expanded into real-time energy management services designed to help businesses understand and optimise consumption, reduce peak demand and ease pressure on the national grid.

Large-scale projects with national impact

In Mauritius, IBL Energy has developed SeaBrew Solar (15 MW), alongside Phoenix Beverages and partners, and Basalt Solar (10 MW) with UBP. In 2023, the company also launched Mauritius' first electric vehicle charging network with Vivo Energy. That same year marked the launch of Énergie des Mascareignes, transforming industrial effluents into biogas and biofertilisers while also treating wastewater through a circular model unique to the region.

Expanding across East Africa

IBL Energy is also growing its regional presence through various investments across the region. Together, these initiatives reflect the Group's ambition to support the region's long-term energy transition.



DotExe Ventures: betting on Africa's tech future

Over the past few years, IBL has steadily expanded into new markets and innovation ecosystems across Africa. The ambition remains twofold: to gain a better understanding of these rapidly evolving ecosystems while actively contributing to them through investments in high-potential startups. It was in that context that DotExe Ventures, the Group's venture capital arm, was launched in 2022.



Laurent Fayolle
Managing Director • DotExe
Ventures

The idea first emerged in 2019, when the Group was looking to expand its strategy in East Africa. “Despite operating in multiple sectors, and despite the growth of tech ecosystems in Africa, IBL had limited exposure to tech players,” explains Laurent Fayolle, Managing Director of DotExe Ventures.

From the outset, DotExe Ventures adopted a steady and progressive approach to its investments, a testament to the Group’s philosophy: building for the long term while surrounding itself with the right expertise. The company partnered with 4Di Capital, a South African fund manager. “We had the humility to recognise that we were not experts in tech investment, especially in Africa. That is why we partnered with a recognised player and developed an innovative co-management model,” Laurent Fayolle explains. The partnership led to the creation of 4Di DotExe Fund I, an investment vehicle through which IBL committed USD 10 million via DotExe Ventures.

The fund aims to support high-growth tech startups at seed stage across Africa, helping them grow while creating long-term value. For IBL, the initiative also has a broader purpose: staying close to fast-moving entrepreneurial ecosystems, better understanding the transformations reshaping its sectors, and identifying potential areas of collaboration over time. “While it’s not the primary objective, synergies could emerge between these startups and companies within the Group,” adds Laurent.

Some startups are already collaborating with IBL businesses. For instance, one

startup developing an AI-powered logistics platform now works alongside Naivas in Kenya and Phoenix Beverages in Mauritius. These exchanges are helping the company refine its value proposition through market-specific insights that could later be applied elsewhere.

DotExe Ventures also serves as a strategic monitoring tool for the Group. “Our presence in these ecosystems allows us to identify disruptive players that could eventually reshape markets or erode our market share.” Aligned with the Group’s vision, investment decisions are driven first and foremost by the people behind the projects. Before any due diligence begins, the first assessment focuses on founders themselves: their background, values and execution capabilities. “We spend a great deal of time with founders and their teams. That is an essential step before carrying out a deeper evaluation of the company itself,” Laurent points out.

After several years of activity, DotExe Ventures is now entering a more structured phase. “The indicators are positive. Today, we have a diversified portfolio across both sectors and geographies.” The 4Di DotExe Fund I will reach maturity in 2029, and could be extended until 2031. By then, some portfolio companies will have raised additional funding, while others may be reaching the point where the fund is preparing an exit. Beyond these milestones, DotExe Ventures reflects IBL’s broader way of working: remaining closely connected to market transformation while continuing to build for the long term.

DotExe Ventures : le capital-risque technologique d’IBL en Afrique

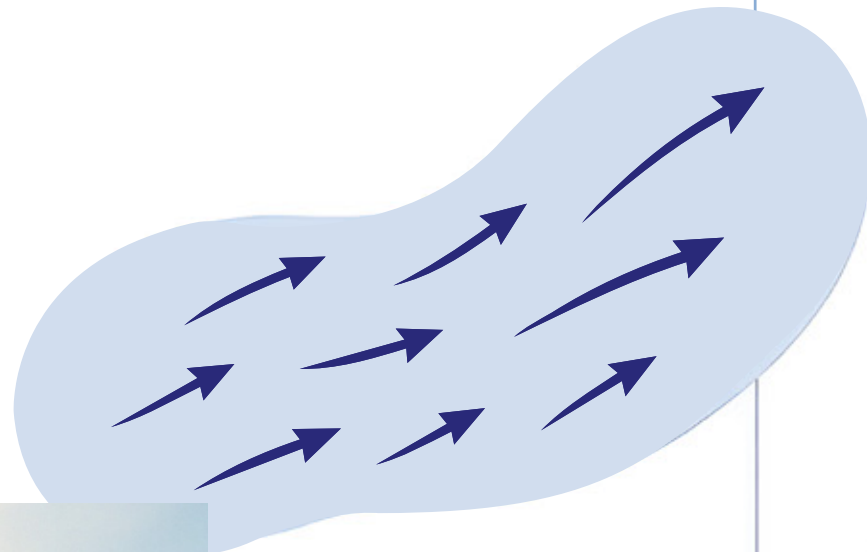
Créée en 2022, DotExe Ventures est la structure de capital-risque du groupe IBL. Elle est née de la volonté du Groupe d’investir dans les écosystèmes technologiques africains pour accompagner et soutenir leur essor rapide.

Pour aborder ce terrain complexe, DotExe Ventures adopte une approche humble et progressive. C’est dans cette optique qu’il s’est associé à 4Di Capital, un gestionnaire de fonds sud-africain expérimenté. Ce partenariat donne naissance au véhicule 4Di DotExe Fund I, dans lequel IBL engage 10 millions de dollars, ciblant des start-up technologiques à fort potentiel au stade d’amorçage en Afrique.

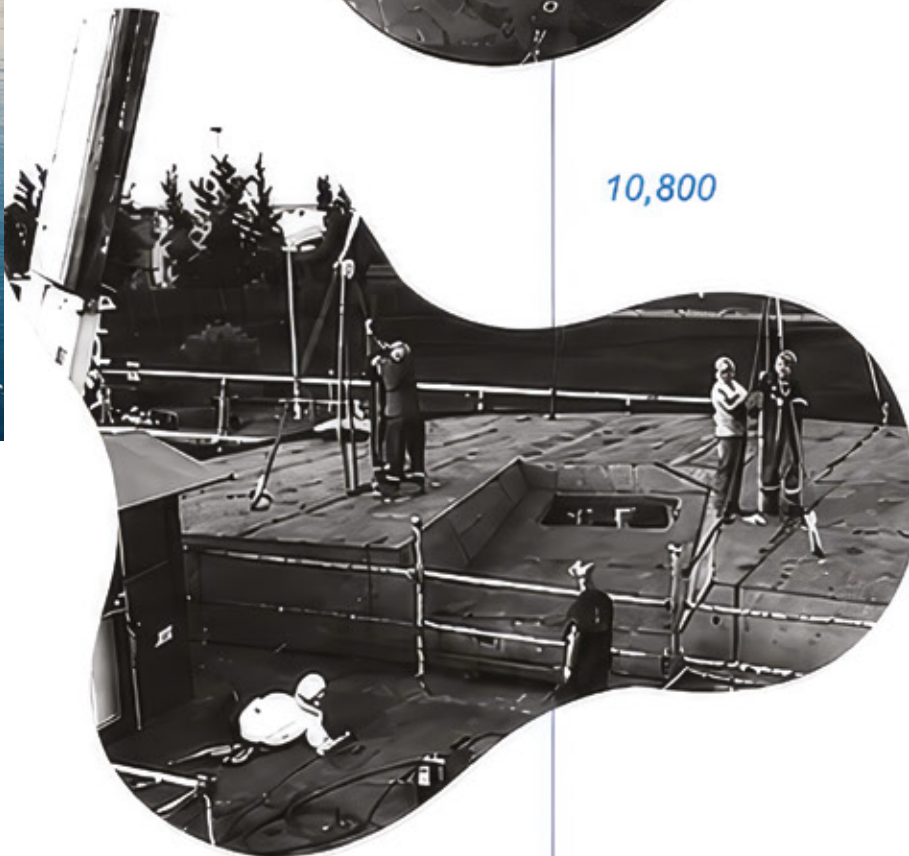
L’ambition dépasse le seul retour financier : il s’agit aussi de comprendre les transformations sectorielles en cours, d’anticiper les disruptions et de créer des synergies avec les entreprises du Groupe. La démarche repose à la fois sur le potentiel et sur les valeurs de l’entreprise : le parcours de ses fondateurs, leur capacité d’exécution et leur vision sont finement analysés – une étape préalable à tout investissement.

Avec un portefeuille désormais diversifié, 4Di DotExe Fund I devrait arriver à maturité en 2029, illustrant l’ancrage progressif d’IBL dans l’innovation technologique africaine.

10,200

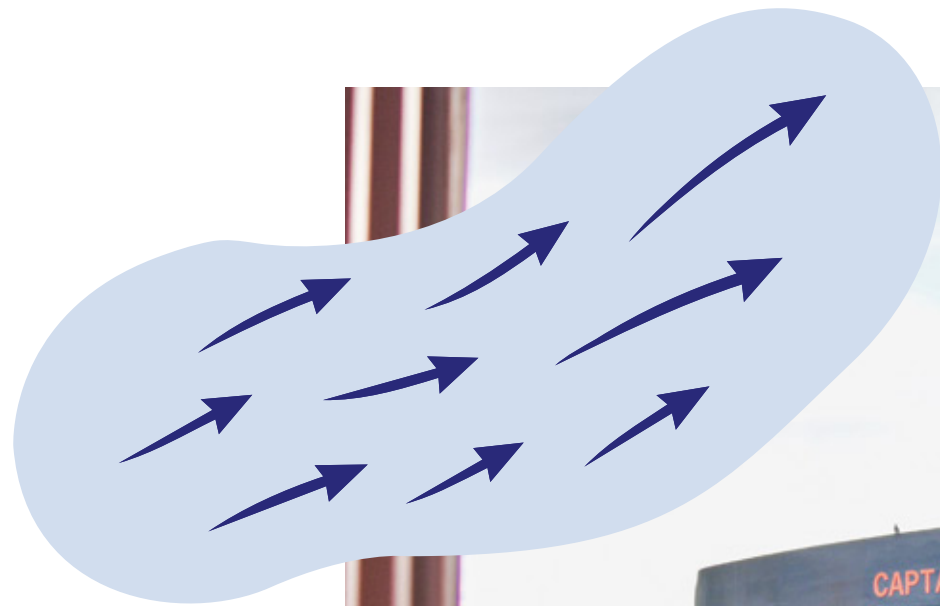


10,800



Cap sur une navigation bas carbone !

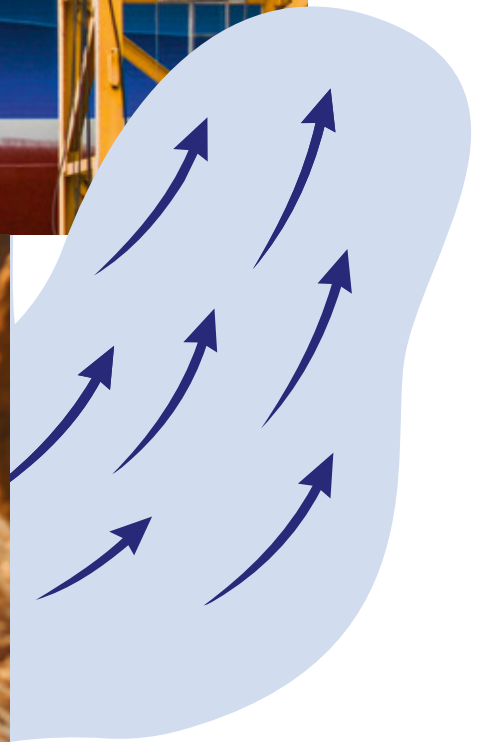
Depuis sa création en 2001, le Chantier Naval de l'Océan Indien (CNOI), implanté dans la rade de Port-Louis, construit patiemment une réputation qui dépasse largement les frontières de Maurice. Son dernier projet en date : la construction du Captain Arctic, un voilier français bas carbone commandité par Selar, nouvel armateur « *sustainable native* », qui prendra la mer fin 2026. Le point sur cette aventure.



Un bijou de technologie

Explorer à moindre impact, est-ce possible ? Oui, selon Sophie Galvagon, capitaine polaire et armatrice qui, avec Julia Bijaoui et Quentin Vacher, a lancé la compagnie maritime Selar. Les des explorations intrusives en territoires polaires fragiles, ils portent la vision d'une navigation décarbonée, dont le premier-né est en cours de construction à Maurice.

Le projet est ambitieux : construire un navire fonctionnant grâce aux ressources naturelles, réduisant ainsi de 90 % les émissions carbone par rapport à un navire équivalent classique. D'élégantes voiles solaires de 35 m de haut et recouvertes de 2 000 m² de panneaux solaires, de l'autoproduction d'eau grâce à une désalinisation ingénieuse de l'eau de mer, un système de chaudière à granulés et une isolation intelligente, une centrale de traitement des déchets organiques... Chaque aspect de ce yacht a été imaginé pour intégrer des alternatives plus respectueuses à chaque poste de consommation énergétique. Le résultat : un bateau en acier de 70 mètres pouvant accueillir 36 voyageurs, 20 membres d'équipage et 4 guides pour des expéditions uniques, qui s'écrivent au fil des envies des guides présents.





CNOI, berceau du Captain Arctic

Si ce projet prend vie à Maurice, ce n'est pas un hasard. Avec 41 constructions à leur actif, les équipes de CNOI font de l'innovation un maître-mot. Habitué des gros projets et partenaire de longue date de la Marine nationale française, le chantier avait déjà, en 2012, fait parler de lui avec l'agrandissement d'un bateau de pêche australien dont la partie additionnelle avait été fabriquée sur plan avant l'arrivée du navire et son découpage. C'est d'ailleurs de cette façon que CNOI a procédé pour le Captain Arctic : pendant que la coque était en train d'être fabriquée à

Dubaï, les équipes préparaient les superstructures du bateau afin qu'elles soient prêtes à être rajoutées une fois la coque arrivée à Maurice.

C'est grâce à son savoir-faire qu'il obtient ce nouveau contrat, suite à un appel d'offres international.

« Chacune des constructions que nous avons entreprises a apporté son lot de défis et d'innovations. Le Captain Arctic, en tant que voilier polaire d'exploration, ne déroge pas à la règle. Mais à une autre échelle ! », soutient Franck Piriou, directeur général. Car sa coque, une pièce spectaculaire de 700 tonnes, ne représente qu'une

partie d'un travail titanesque. « Le Captain Arctic est le plus grand bateau que nous avons construit jusqu'à présent. Nos équipes de construction travaillent d'arrache-pied afin que le bateau soit prêt pour la livraison en octobre de cette année ».

Un projet qui témoigne de la capacité de CNOI à structurer et exécuter des projets d'envergure internationale, tout en se positionnant comme un acteur engagé dans la construction d'atouts durables au service de nos marchés. Un écho de la transformation à l'œuvre dans la région.

CNOI charts a new course in sustainable maritime construction

Since it was founded in 2001, CNOI has quietly built a reputation for complex maritime construction projects. Its latest achievement, the Captain Arctic, a low-carbon exploration sailing vessel and the largest ever built by CNOI, is set to launch in late 2026. It reflects both the shipyard's operational capabilities and the Group's broader strategy in delivering technically demanding projects at an international scale.

Engineering a new generation of exploration

Commissioned by French sustainable cruise company Selar, the vessel has been designed to reduce carbon emissions by 90% compared to a conventional equivalent, notably through solar sails covered with 2,000 m² of solar panels, seawater desalination, and onboard waste treatment systems.

Mauritian expertise on an international stage

With 41 vessels built to date and a long-standing partnership with the French Navy, CNOI secured the project through an international tender. While the hull was being built in Dubaï, teams in Mauritius simultaneously prepared the vessel's superstructures ahead of final assembly.

wiiv enters a new era



wiiv's recent revamp marks a new stage in the platform's evolution. Designed to strengthen connections across the IBL brand ecosystem, the app is positioning itself as much more than a traditional loyalty programme. We spoke with Cécile Masson Henry, Head of Marketing, Loyalty and Sustainability at Winners, to learn more about wiiv's new capabilities and long-term potential

Since its launch in 2019, wiiv has established itself as one of the country's leading loyalty programmes. It now counts around 260,000 members, representing more than a third of Mauritius' active population, with portfolio brands including Winners, MedActiv, Ala-lila and The Lux Collective.

The redesigned app reflects the Group's ambition to deepen engagement with its consumer base while better supporting everyday needs. "We wanted to increase usage and strengthen engagement by improving the user experience," explains Cécile. "The platform is now more intuitive, dynamic and engaging, with several new services integrated into the experience."

Everyday usefulness at the core

The result is a smoother platform designed to make daily shopping simpler and more practical. Winners, whose teams manage wiiv internally, is the first to benefit

from the rollout of its new features: special offers, the option to prepare shopping lists in advance and an expanded points balance. "The prices displayed are updated daily, allowing users to better plan their shopping according to both their budget and loyalty points," Cécile explains. "This brings more convenience and offers peace of mind, and reflects our commitment to supporting Mauritians in a more challenging economic environment."

Other major additions include in-store product scanning to streamline checkout preparation, as well as access to detailed purchase history through the app.

Innovation driving smarter consumption

The new wiiv app is the first platform of its kind in Mauritius' food retail sector. Developed by Réunion-based agency Squirrel and drawing on expertise already deployed through Run Market in Réunion Island, the platform combines regional experience with local ambition.

Now powered by a more agile in-house back-end, wiiv can evolve more rapidly by integrating new features, services and partnerships over time.

The next step is clear: building shopping experiences that are increasingly aligned with consumer expectations and everyday realities. wiiv's new evolution is another step in that direction.

wiiv entre dans une nouvelle ère

Lancé en 2019, wiiv s'est imposé comme l'un des principaux programmes de fidélité à Maurice avec quelque 260 000 membres et son portefeuille de marques IBL (incluant Winners, MedActiv ou encore The Lux Collective). Sa récente refonte marque une nouvelle étape dans l'ambition du Groupe de mieux servir et fidéliser ses consommateurs par le biais de l'innovation technologique.

L'application repensée mise avant tout sur l'utilité quotidienne : expérience utilisateur plus fluide et ergonomique, offres spéciales, liste d'achat à créer en amont de son shopping, prix mis à jour quotidiennement, scan de produits en magasin et accès à l'historique des transactions... Autant de fonctionnalités pensées pour accompagner les Mauriciens dans leur quotidien – et d'autant plus pertinentes face à un contexte économique complexe.

Développée avec l'agence réunionnaise Squirrel, forte de l'expérience de Run Market à La Réunion, la plateforme s'appuie sur un back-end interne agile, permettant une évolution rapide des services.

Building an Indian Ocean business, one market at a time

Why trust is the real work of any acquisition

The acquisition of Seychelles Breweries by Phoenix Beverages Ltd (PBL) was part of a direction the company has been building towards for several years: moving from a Mauritius-based business with regional interests into a truly Indian Ocean beverage group.

The case for Seychelles Breweries was compelling from the get-go. As a business, it is resilient, anchored in a tourism-driven economy with a growing middle class and the kind of local brand loyalty that takes decades to build. For PBL, it also added an important third market alongside Mauritius and Réunion, strengthening the Group's presence across the Indian Ocean.

But acquiring a business is only the beginning. The real work starts afterwards.

Taking time to understand

For many companies, integration is where acquisitions become difficult. The instinct is often to impose, to standardise too quickly, to assume that what works at home will work elsewhere.

PBL has taken a more phased approach. Year one has been focused mainly on building trust: understanding the SeyBrew business, working with its team, taking the time to learn before acting. "We came in with humility, not a playbook," explains Bernard Theys, Chief Executive Officer at PBL.

From the second year onwards, PBL expects to build more tangible synergies in areas such as procurement, technical expertise, and commercial best practices.

For PBL, a central question is what needs to be standardised, and what stays local. Processes, governance frameworks, safety standards, financial systems – the architecture of a business – benefit from consistency. Brand identity, marketing, product formulations, and community relationships (the things a consumer actually sees and feels) remain intentionally local and close to the market.

Building scale across markets

Operating across markets also creates opportunities. Shared forecasting and joint procurement can help reduce costs. Commercial insights can be exchanged across teams rather than built separately in each country. Coordinated innovation pipelines accelerate time-to-market for new products. And a talent mobility framework that offers regional career paths rather than island-bound ones makes PBL a more attractive and resilient employer.

On top of this, PBL's partnership with The Coca-Cola Company in Mauritius and Réunion gives its portfolio the strength of one of the world's most recognised beverage brands, makes fuller use of its production and distribution infrastructure, and reinforces its credibility with international partners.

Together, these developments position PBL as a regional operator with the ability to work across multiple markets, rather than as a collection of local businesses.

Close, but not the same

It's important to remember that cultural proximity can be misleading. "The assumption that neighbouring islands are naturally alike is simply wrong. Each has its own pace, communication norms, and definition of professionalism and belonging," explains Patrice Sheik Bajjeet, Senior Marketing Manager at PBL. Acknowledging those differences, rather than assuming a generic "island culture", is critical.

This acquisition also says something about the way PBL approaches growth. Beyond the strategic fit, its success will depend on the quality of the relationship between the teams: the trust between them, the way they work together, and their ability to align around shared objectives. Synergies, integration and performance all become easier when that foundation is in place.



Michael Adams

What PBL looks for in its acquisitions

- A clear strategic fit with the Group's Indian Ocean ambitions
- A strong business with trusted local brands
- A leadership team with whom the Group can build a real partnership

Opérer sur l'océan Indien, un marché à la fois

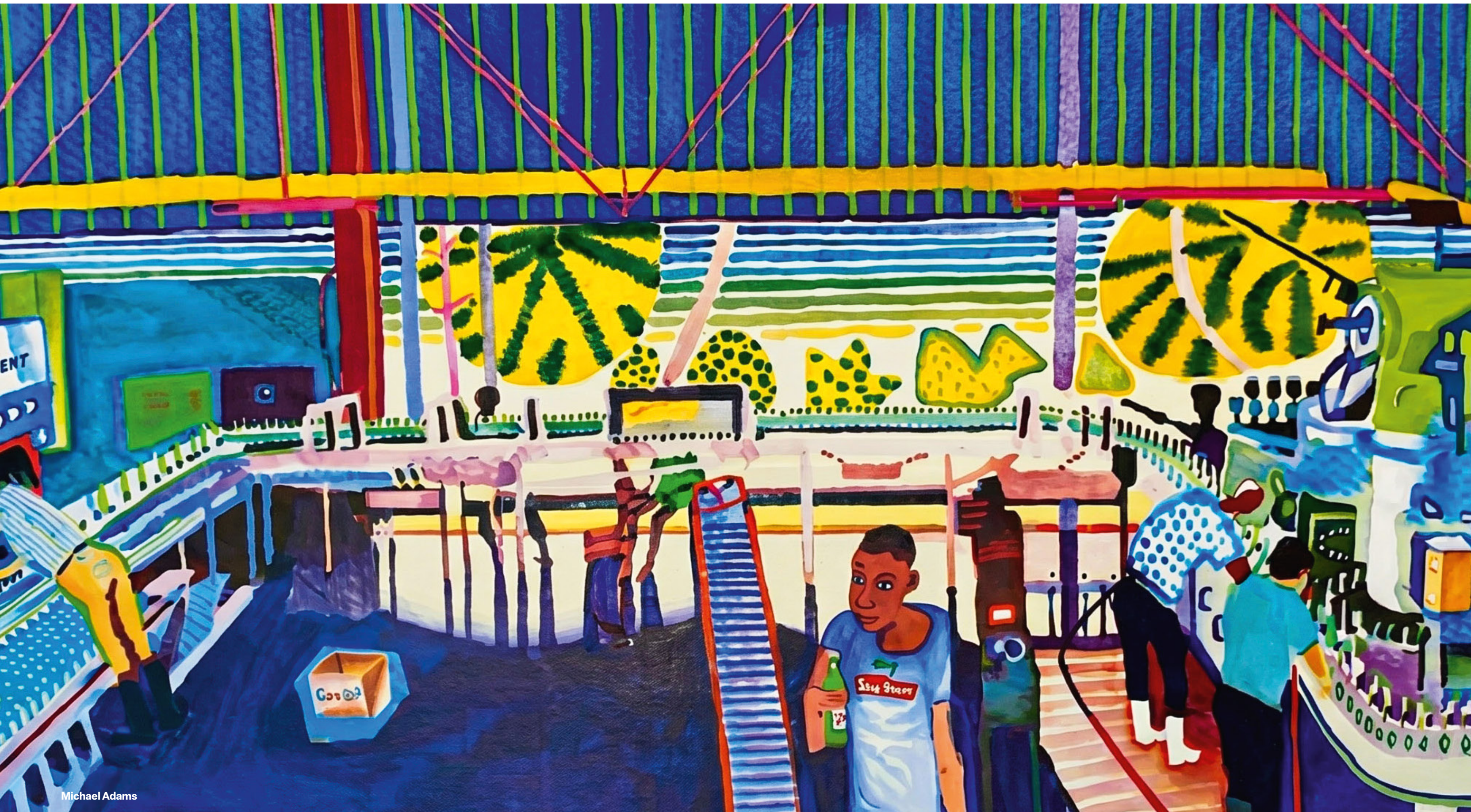
L'acquisition de Seychelles Breweries par Phoenix Beverages (PBL) illustre une stratégie de croissance régionale réfléchie, fondée sur la confiance plutôt que sur l'idée d'imposer un modèle uniforme.

Cette opération donne à PBL l'opportunité de consolider un réseau intégré dans l'océan Indien : après Maurice et La Réunion, cap sur les Seychelles. La cible était attractive : une entreprise résiliente, ancrée dans une économie touristique dynamique, avec des marques locales solides.

L'intégration est l'étape à laquelle beaucoup d'acquisitions échouent. Forte de ce constat, PBL choisit la progressivité. La première année est dédiée à l'écoute et à la compréhension, avant d'engager les synergies opérationnelles prévues dès la deuxième année. Le Groupe distingue ce qui peut être harmonisé (gouvernance, systèmes, processus) de ce qui doit rester local (marques, marketing, culture).

Le partenariat avec Coca-Cola, via Edena Boissons, renforce encore la crédibilité et la solidité du Groupe à l'échelle internationale.

Au fond, la leçon de PBL est simple : la croissance durable commence par la confiance.



Michael Adams



Michael Adams



Michael Adams



Michael Adams

Artist

Born in Malaysia in 1937, Michael Adams studied art in England before founding the Graphic Design Department at Makerere University in Uganda and later establishing himself as a freelance artist across East Africa. Internationally acclaimed, he has exhibited in numerous countries and completed a wide range of artistic commissions. His work is deeply inspired by the beauty of the Seychelles, where he has lived since 1972. In 2001, he was awarded the Member of the Order of the British Empire (MBE) for his contribution to the arts.

This article is illustrated with works depicting the Seybrew factory, which he created in the 1970s and which were later acquired by Seybrew.

Discover more about his creative world:
www.michaeladamsart.com

Né en Malaisie en 1937, Michael Adams a étudié l'art en Angleterre avant de créer le département de graphisme de l'Université de Makerere, en Ouganda, puis de devenir artiste indépendant en Afrique de l'Est. Reconnu à l'international, Michael expose dans de nombreux pays et réalise diverses commandes artistiques. Son art est essentiellement inspiré par la beauté des Seychelles, où il vit depuis 1972. Il a reçu en 2001 la médaille de Membre de l'Empire britannique pour sa contribution à l'art.

Ses œuvres, vendues à SeyBew dans les années 1970, illustrent cet article.

Découvrez son univers artistique :
www.michaeladamsart.com

SANS
OUBLIER
D'OÙ
L'ON
VIENT

*“In just a few years,
the nature and
scale of IBL in East
Africa changed
considerably.”*

*« En quelques années
seulement, la nature et
l'envergure d'IBL en Afrique
de l'Est ont considérablement
évolué. »*

— Michel Pilot
COO • IBL East Africa

Inside IBL in East Africa



From an investment office to a regional platform



Michel Pilot
COO • IBL East Africa

When IBL opened its East Africa office in Nairobi in 2018, the ambition was: to establish a presence on the ground, understand the market and identify long-term business development and investment opportunities across the region. Eight years later, that lean and agile team plays an important regional coordination role for the Group in East Africa - helping IBL stay close to its businesses, partners and opportunities across retail, healthcare, renewable energy, agriculture, financial services and FMCG distribution. We spoke to Michel Pilot, COO of IBL East Africa, about the origins of the office, the evolution of the Beyond Borders strategy and the role East Africa now plays within the wider Group.

What was the original mission of IBL East Africa when the office first opened in 2018?

Initially, the objective was really to establish an IBL presence in East Africa and build the right network on the ground. A lot of time was spent meeting local stakeholders, understanding the investment ecosystem and building relationships with banks, family offices, lawyers and the wider business community. At that stage, the Nairobi office was mainly focused on business development, sourcing investment opportunities, evaluating markets and supporting the Group's M&A ambitions in the region.

What changed after Covid?

If anything, Covid reinforced the importance of the Beyond Borders strategy. In 2021, the Group launched a strategic sprint with McKinsey to reassess priority sectors and refine the regional roadmap. Retail, healthcare distribution, FMCG distribution, renewable energy, logistics and industrial property quickly emerged as strategic sectors in which IBL believed it could create long-term value. The pace accelerated very quickly after that. The Naivas deal moved particularly fast. It came to us in late 2021 and was signed in June 2022. One year later, IBL increased its participation from 40% to 51%. That said, we looked at more than sixty deals before completing any major transactions. We were extremely selective about the opportunities we pursued.

How significant was the Naivas acquisition for IBL East Africa?

It was a turning point - both for the East Africa office and the IBL Group overall. Today, Naivas operates 114 stores and generates close to USD 900 million in annual revenue. It's a major contributor to the Group's revenue. Alongside that deal, we also completed the acquisition of healthcare distributor Harley's, Equator Energy in renewable energy, and several other investments and business set-ups and partnerships across the region. In just a few years, the nature and scale of IBL in East Africa changed considerably.

How has the role of the Nairobi office evolved since those first investments?

Initially, we mainly acted as a business development and investment advisory office. Today, the role is much broader. We now function more as an integration and value creation office for IBL's activities in Kenya, Uganda, and Tanzania and across the region. That means helping portfolio companies align with Group governance, supporting value-creation initiatives and operational integration, managing stakeholders on the ground and creating synergies between businesses. We are the oil in the engine. Our role is to bring people together, maintain relationships and make sure the ecosystem functions smoothly.

Relationship-building seems to play an important role in East Africa. How do you approach that personally?

Relationships here are built over time and often outside formal meetings. A lot of it happens through conversations, dinners, visiting each other's homes and genuinely taking the time to understand people beyond the transaction itself. You need to be present and invest in the relationship long before discussing business. That human aspect is extremely important and something we value and place a lot of emphasis on as a team.



So, what's next for IBL in East Africa?

We are still playing an advisory and integration role, but increasingly we are also connecting businesses across the IBL ecosystem and identifying opportunities for collaboration between East Africa and the Indian Ocean. There is a strong talent pool here and strong execution capability and I think the future will involve much more cross-fertilisation between the Group's different markets, not only operationally, but also through people and expertise.



DANS LES COULISSES D'IBL EAST AFRICA


Créé à Nairobi en 2018 pour identifier des opportunités d'investissement en Afrique de l'Est, le bureau IBL East Africa a profondément évolué en huit ans.

Initialement centré sur la prospection et le développement de réseaux, c'est après le Covid qu'IBL East Africa a véritablement accéléré sa stratégie. Son objectif : créer de la valeur à long terme dans les secteurs de la distribution, la santé, la distribution FMCG, les énergies renouvelables, la logistique et l'immobilier industriel.

Dans la lignée de la stratégie Beyond Borders, l'acquisition de Naivas – aujourd'hui 114 magasins et près de 900 millions de dollars de chiffre d'affaires annuel – a marqué un tournant majeur pour le Groupe. D'autres opérations ont suivi, notamment dans la distribution pharmaceutique avec Harley's et les énergies renouvelables avec Equator Energy.

Le bureau joue aujourd'hui un rôle d'intégration et de création de valeur, favorisant les synergies entre les entreprises du portefeuille et renforçant les liens entre l'Afrique de l'Est et l'océan Indien. Une dynamique de collaboration étroite que le Groupe IBL entend amplifier dans les années à venir.





Notre capacité à agir, à imaginer,
à construire, est une force
que nous faisons vivre chaque jour.
Ensemble.

Dans chacun des défis relevés,
dans chaque idée partagée,
chaque initiative, chaque envie de progresser.

Depuis dix ans, cette énergie nourrit notre mouvement.
Et demain, elle restera notre plus grande ressource.

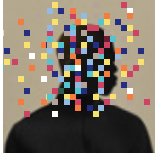


Merci à toutes celles et tous ceux
qui ont fait de cette dernière décennie un succès.

Our capacity to act,
to imagine, to build,
is what moves us forward as a
Group and a team every day.

Every challenge we overcome,
every idea, every initiative, every ambition.

For the past ten years, this energy has shaped our progress.
And it will always remain our greatest resource.

Thank you to all those who have made the last ten years possible.

WHAT  WE 
MEAN  BY
SHAPING 
BETTER LIVES 
AND  BETTER
TOMORROWS 
TOGETHER 



The decade that shaped IBL

Over the past ten years, IBL has grown into a regional force in the Indian Ocean and East Africa by staying close to what each market needs. Food. Supermarkets. Logistics. Financial services. Healthcare. Transport. Sectors that keep economies moving, create jobs and serve people every day. For us, that's what it means to shape better lives and better tomorrows - making progress practical, useful and shared for those we serve.

Find out more by scanning the QR code.