

NUMERO SPECIAL

Le magazine interne des Entreprises Bharti

bharti TODAY



20 PAYS... 3E OPÉRATEUR MONDIAL DE TÉLÉPHONIE MOBILE LE PLUS IMPORTANT...
346 MILLIONS DE CLIENTS...

RÉTROSPECTIVE

MOT DU PRÉSIDENT

Chers collègues,

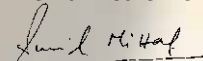
C'est comme si c'était hier seulement, même si vingt années se sont écoulées depuis que nous avons lancé l'un des premiers réseaux indiens de téléphonie mobile à Delhi en 1995. De quelques milliers de clients dans une seule ville, notre réseau s'étend aujourd'hui à 20 pays à travers l'Asie et l'Afrique, couvre plus de deux milliards de personnes et dessert plus de 346 millions de clients. Aujourd'hui, en tant que 3e opérateur mondial de téléphonie mobile, nous avons toutes les raisons d'être fiers de nous.

Au cours de ces années, la communication mobile s'est complètement métamorphosée. Les réseaux exclusivement vocaux ont évolué pour devenir des médias globaux qui concourent aux activités bancaires, au commerce, aux loisirs et à la gouvernance. L'introduction permanente de nouvelles technologies et de nouvelles applications fait du secteur une plateforme extrêmement dynamique et excitante. Pionnier de cette révolution dans le deuxième plus important marché mondial de téléphonie mobile, dont elle connaît l'évolution depuis ses premiers pas, Bharti Airtel a assisté de près à l'impact transformationnel du secteur. De façon générale, cela fut et continue d'être un périple extrêmement réjouissant pour nous.

Vingt ans c'est une période bien longue. La remémoration des événements au cours d'une aussi longue période peut s'avérer complexe, mais néanmoins agréable. Pour moi, chaque étape du chemin - petite ou grande, occupe une place importante dans notre histoire, que ce soit notre entrée à Himachal Pradesh, le premier lieu de nos opérations en dehors de Delhi en 1996 ou notre acquisition des actifs de Zain Telecom en Afrique en 2010, marquant la première grande affirmation de notre ambition planétaire. Le fait de les relater ne traduira pas seulement notre attachement à l'histoire, mais cela nous donnera une perspective de nous-mêmes, de qui nous sommes.

J'espère que ce numéro particulièrement commémoratif aidera les lecteurs à vivre les moments magiques qui ont fait d'Airtel ce qu'elle est aujourd'hui.

Bien amicalement!



Sunil Bharti Mittal

Sommaire

3 20 ans: Une croissance au-delà de l'imagination

14 S'élever au sommet, s'étendre au monde entier

18 Galerie d'innovations

22 Création d'une identité mondiale, adulée par plus de 346 millions de personnes

28 Assistance aux plus démunis

20 ans CRÉATION AU-DELÀ DE l'imagination

Bharti Airtel lança le premier service de téléphonie mobile de Delhi le 27 septembre 1995. Il est intéressant de rappeler que la Société n'a facturé aucun tarif à ses abonnés durant son premier mois de service. La Société a finalement démarré ses services commerciaux le 14 novembre 1995. Connue pour son esprit d'anticipation en matière de service à la clientèle, Airtel avait signé des accords d'itinérance avec plusieurs pays avant son lancement.



“ Nous aimerions laisser à nos abonnés un peu de temps pour qu'ils testent le système eux-mêmes, jusqu'à ce qu'ils maîtrisent parfaitement son fonctionnement et soient sûrs de son efficacité et de sa qualité, c'est la raison pour laquelle nous ne facturerons aucun frais de communication jusqu'au 23 octobre 1995. ”

– Sunil Bharti Mittal lors du lancement du service mobile de Bharti Airtel

1994:
Annonce de la
marque



1994:
Campagne de
pré-lancement



1994: Définition de
la mobilité



1994: Publicité de
pré-inscription le
15 novembre 1994



1995

Commencement du périple

En **1995**, Bharti Airtel commence son périple dans le domaine de la télécommunication avec le lancement de son service de téléphonie mobile dans la capitale nationale Delhi.



▲ Sunil Bharti Mittal (troisième à partir de la gauche); Bashir Currimjee (troisième à partir de la droite); Dr Mo Ibrahim (deuxième à partir de la droite) et Rakesh Bharti Mittal (premier à partir de la droite) en compagnie d'autres dignitaires lors du lancement du service d'Airtel à Delhi.

1996

Sortie des frontières de la capitale nationale avec son entrée dans l'État montagneux du nord, Himachal Pradesh.

En **décembre 1996**, Bharti Airtel lança son service mobile à Himachal Pradesh. C'est la première fois qu'Airtel s'aventurait en dehors de Delhi, son État d'origine.



▲ Sunil Bharti Mittal en compagnie de Virbhadra Singh, l'honorable ministre en chef de Himachal Pradesh lors de l'inauguration du réseau d'Airtel dans l'État.

En 1997, Bharti Airtel devint le premier fournisseur de service de téléphonie mobile en Inde, franchissant le cap des 1.00.000 de clients.

1998

Bharti Airtel met fin au monopole de l'État en matière de services de téléphonie fixe en lançant le premier service privé de téléphonie fixe.

Après avoir été la première société privée de l'Inde à obtenir une licence de téléphonie fixe en 1997, Bharti Airtel lança le premier service privé de téléphonie fixe à Indore, dans l'État de Madhya Pradesh en **juin 1998**. L'honorable Premier Ministre de l'époque, Atal Bihari Vajpayee reçut le premier appel émis à partir du réseau d'Airtel de l'honorable Ministre d'État chargé des télécommunications de l'Union, Kabindra Purkayastha.



▲ Rajan Bharti Mittal; Sunil Bharti Mittal et Digvijay Singh, Honorable Ministre en Chef de Madhya Pradesh lors de l'inauguration du Central Principal d'Airtel à Indore.

1997

Partenariat avec British Telecom

Basée à Londres et spécialisée dans la télécommunication, British Telecom (BT) a acquis une participation de 21.05% pour cent au sein de Bharti Airtel.



▲ Sunil Bharti Mittal et Sir Iain Vallance, Président de British Telecom lors d'une conférence de presse pour annoncer officiellement le partenariat avec British Telecom.



Acquisition de JT mobiles et implantation dans les états du sud d'Andhra Pradesh et de Karnataka.

1999

En **décembre 1999**, Bharti Airtel a acquis la majorité des actions de JT Mobiles qui était le fournisseur de services de téléphonie mobile dans les États du sud de Karnataka et d'Andhra Pradesh. L'initiative permet à la Société de devenir le plus grand opérateur de télécommunication privé du pays.



◀ L'équipe de direction de Bharti Airtel et de JT Mobiles lors de l'annonce de l'acquisition officielle de la majorité des actions de JT Mobiles

2000

Fourniture de services de télécommunication à Karnataka

Entrée à Andhra Pradesh



▲ Sunil Bharti Mittal et Rajan Bharti Mittal lors du lancement des services d'Airtel à Karnataka en **Mai 2000**.

▲ (De la gauche vers la droite) Rajan Bharti Mittal; N Chandrababu Naidu, Honorable Ministre en chef d'Andhra Pradesh; Sunil Bharti Mittal et Rakesh Bharti Mittal lors du lancement du service d'Airtel dans l'État en **Juin 2000**.

Accueil de Singtel parmi ses partenaires

En **août 2000**, Bharti Airtel et Singapore Telecommunications (Singtel) nouèrent un partenariat stratégique, avec l'investissement de 400 millions USD de ce dernier au sein d'Airtel. Ce fut à l'époque le plus grand financement consenti par un investisseur international dans le secteur des télécommunications indien.



▲ (De la gauche vers la droite) Akhil Gupta; Dilip Pathak; S.E.Wong Kivok Pun; Sunil Bharti Mittal; Lee Hsien Yang, PDG de Singtel; Sin Hang Boon et Rajan Bharti Mittal lors de l'annonce de l'investissement réalisé par Singtel au sein de Bharti Airtel.

2001

Lancement du réseau i2i

En **Mars 2001**, Bharti Airtel en collaboration avec Singapore Telecommunications (Singtel) annonce la mise en place du Réseau i2i, la première Société privée de liaison sous-marine. La coentreprise 51:49 construit un réseau de câbles sous-marins à fibres optiques de 3200 km reliant Chennai (Inde) à Tuas (Singapour) avec une capacité élevée de transmission haut débit de 8.4 térabits par seconde. Le coût de réalisation s'élève à 250 millions USD.



▲ Sunil Bharti Mittal; Atal Bihari Vajpayee, Premier Ministre de l'Inde (deuxième à partir de la gauche); Goh Chok Tong, Premier Ministre de Singapour (deuxième à partir de la droite) et Lee Hsien Yang, PDG de Singtel (à droite) lors du lancement du réseau de câbles i2i.

Acquisition de Spice Cell en vue de pénétrer Calcutta

Le **16 juillet 2001**, Bharti Airtel annonça qu'elle avait acquis la totalité des actions de Spice Cell 10, le plus grand fournisseur de services mobiles de Calcutta à l'époque, afin d'opérer dans la "cité de la joie".

En octobre 2001, Bharti Airtel franchit le cap d'un million de clients en Inde.

Lancement du service de téléphonie mobile à Chennai suite à l'acquisition de SkyCell Communications

En **Octobre 2001**, Bharti Airtel lance le service de téléphonie mobile à Chennai suite à l'acquisition d'une participation majoritaire de 89.5 per cent auprès de SkyCell Communications au début du mois de septembre de la même année.



▲ (De la gauche vers la droite) Anil Nayar; P H Rao; Rajan Bharti Mittal; Akhil Gupta et Sunil Bharti Mittal lors du lancement du service d'Airtel à Chennai.

Présentation d' "IndiaOne"

Le 17 octobre 2001, Bharti Airtel annonce le lancement de 'IndiaOne', le premier service interurbain national du secteur privé en Inde, une étape décisive dans la réduction du tarif des appels interurbains nationaux avec une baisse impressionnante de 90 pour cent. La Société signe un accord d'interconnexion avec la société publique Videsh Sanchar Nigam Ltd. (VSNL) pour des services téléphoniques internationaux.



▲ (De la gauche vers la droite) Hemant Sachdev, Badri Agarwal, Sunil Bharti Mittal et N Arjun lors du lancement de 'IndiaOne'

2002

Introduction à la bourse

Le **2 février 2002**, Bharti Airtel clôture avec succès la première introduction à la bourse pour le placement de l'intégralité des titres du carnet d'ordres. L'émission a été ouverte le 28 janvier 2002 pour des actions de participation d'un montant total de 185 millions représentant 10 pour cent du capital de la Société après l'émission. L'émission a été surpassée 2.5 fois. Le prix étant fixé à 45 Rs par action, la Société a collecté un montant de 8.338.500.000 Rs.



▲ L'équipe de direction de Bharti Airtel en train de se réjouir lorsque la société conclut la première introduction en bourse pour l'intégralité des titres.



◀ La cérémonie de la cloche à la bourse de Bombay (BSE) a débuté avec l'inscription en bourse du PAPE de Bharti Airtel. Présentée par Airtel, la cloche a continué à sonner même aujourd'hui pour chaque nouvelle inscription.

Déploiement de ses ailes à travers le Pendjab

Bharti Airtel lança ses services mobiles au Pendjab en **février 2002**. La société enregistre 30.000 clients durant le premier mois de son démarrage, ce qui constituait à l'époque 10 pour cent du marché des abonnés de téléphonie mobile dans la région. Par ailleurs, en un peu plus d'un an après son lancement au Pendjab, la Société enregistre son 300.000ème client dans la région.

▶ Rajan Bharti Mittal; Sunil Bharti Mittal et Rakesh Bharti Mittal lors du lancement d'Airtel au Pendjab.



Lancement de son service à UP (ouest) et à Uttaranchal



▲ (De la gauche vers la droite) Sarvjit Singh Dhillon; Rajan Bharti Mittal; Jan Campbell (de Ericsson) et Hemant Sachdev à Kerala lors du lancement de service d'Airtel à Uttar Pradesh (Ouest) en **juin 2002**.

Introduction du service de téléphonie mobile à Kerala



▲ (De la droite vers la gauche) T Elango; Jan Campbell (de Ericsson); Rajan Bharti Mittal; P H Rao; Sunil Bharti Mittal et Anil Nayar lors du lancement du service d'Airtel à Kerala en **juillet 2002**.

Introduction du service de téléphonie mobile à Maharashtra



▲ (De la gauche vers la droite) Anil Nayar; Sunil Bharti Mittal; Rajan Bharti Mittal et Sanjay Kapoor lors du lancement du service d'Airtel à Maharashtra en **juillet 2002**.

Gujarat commence à parler d'Airtel



▲ (De la gauche vers la droite) Anil Nayar; Sunil Bharti Mittal; Rajan Bharti Mittal et Sanjay Kapoor lors du lancement du service d'Airtel à Ahmedabad en **août 2002**.

2003

Introduction du GPRS



▲ (De la gauche vers la droite) Hemant Sachdeva; Kareena Kapoor, ambassadrice de la marque Airtel et actrice de Bollywood et Anil Nayar lors du lancement du service de messagerie multimédia (MMS). Kareena Kapoor lança le service en envoyant un MMS à l'équipe de cricket de l'Inde qui participait à la coupe du monde en Afrique du Sud.

En **février 2003**, Bharti Airtel introduisit le service général de radiocommunication par paquets (GPRS) dans son réseau. Le lancement du service a permis aux clients d'accéder au service de messagerie multimédia (MMS) qui combine les messages textes, les photos, les images et les clips sonores, une fonction exceptionnelle à l'époque.

Une étape à marquer d'une pierre blanche



▲ Sunil Bharti Mittal et Sanjay Nandrajog (à droite) félicitent Priya Tripathi (au milieu), le millionième client d'Airtel dans le cercle en **juin 2003**

Le cap des 3 millions de clients est dépassé

En Mars 2003, Bharti Airtel devint le premier opérateur de téléphonie mobile à avoir franchi le cap des trois millions de clients. Pour célébrer l'évènement, la Société organise une compétition sportive baptisée "Airtel 3 Million Cricket Cup" (Coupe de cricket consacrant les millions de clients d'Airtel) opposant les équipes Invitation XI de l'Inde et Invitation XI du Sri Lanka au stade Wankhede à Bombay. Les recettes de l'évènement ont été offertes à Bharat Ratna Lata Mangeshkar pour son hôpital spécialisé dans le traitement du cancer.

2004

Elle marque l'histoire de la télécommunication; ouvre la voie en rompant le modèle de la sous-traitance

Premier modèle opérationnel en son genre, il devient par la suite un célèbre cas d'école à Harvard Business School. Le modèle devient un point de repère clé dans les salles de réunion à travers le monde.

Partenariat historique avec IBM

Le **26 mars 2004**, Bharti Airtel et IBM concluent un accord historique, en vertu duquel Airtel confiait ses besoins en équipements, en logiciels et en services informatiques au fournisseur d'infrastructures et de services informatiques.

L'audace de Bharti en concluant de tels accords lui a valu d'être à la une du Wall Street Journal et d'attirer l'attention des opérateurs de télécommunication du monde entier avec son "externalisation inversée" - l'histoire d'une Société indienne externalisant son réseau télécom et informatique en occident.

- Harvard Business School
(Externalisation stratégique de Bharti Airtel Limited. Un an plus tard.) Août 2006



▲ (De la gauche vers la droite) Jai Menon; Tim Shaughnessy, VP des Services globaux d'IBM, Asie Pacifique; Sunil Bharti Mittal; Colleen Arnold Directrice générale du secteur des communications mondiales d'IBM et Akhil Gupta lors de la signature de l'accord.

Signature d'accords de gestion de réseau avec Ericsson et Nokia

En 2004, Bharti Airtel conclut des partenariats stratégiques avec le fournisseur suédois d'équipements mobiles et le géant des communications



finlandais Nokia afin de construire et de maintenir les réseaux mobiles d'Airtel dans 16 cercles de télécommunication. Ces initiatives visant à construire et à gérer des réseaux de grande envergure ont été les premières de ce genre dans le monde.

Airtel se procure EDGE

Bharti Airtel procède au lancement commercial des services de taux de données améliorés pour l'évolution globale (EDGE) à Delhi en **septembre 2004**. Le service permet aux delhites d'être les premiers dans le pays à bénéficier de contenus multimédias riches sur leurs téléphones dotés de la technologie EDGE.



◀ (De la gauche vers la droite) Jan Campbell; Directeur Général d'Ericsson Inde; Sanjay Nandrajog et Don Price au lancement de la technologie EDGE à Delhi.

Lancement de son service au J&C

En **octobre 2004**, Bharti Airtel introduit le service mobile au Jammu-et-Cachemire. Le lancement fait d'Airtel le premier fournisseur privé de services mobiles à opérer dans l'État.



▲ (De la gauche vers la droite) RVS Bhullar; Akhil Gupta; Sunil Bharti Mittal; Manoj Kohli et Vinod Sawhney lors du lancement du service d'Airtel au Jammu-et-Cachemire.

2005 Déploiement de son service à Assam et réalisation d'une couverture nationale de l'Inde

Bharti Airtel atteint son objectif, qui est d'offrir des services mobiles à l'Inde de long en large, avec le lancement du service mobile à Assam en **mars 2005**.



▲ Sunil Bharti Mittal et Tarun Gogoi, Honorable Ministre en chef d'Assam lors du lancement d'Airtel dans l'État (deuxième à partir de la droite)

Couverture nationale de l'Inde célébrée



◀ Le **12 avril 2005**, Sunil Bharti Mittal lance le plus grand rallye automobile de l'Inde - 'Airtel One India Challenge' pour fêter l'achèvement de sa couverture nationale de l'Inde. Ce rallye automobile historique a été conçu pour rendre hommage à l'esprit "Une Inde, Un réseau, Une Airtel".

2007



Mise en place d'une Société indépendante spécialisée dans les tours de télécommunication mobile

En **juillet 2007**, Bharti Airtel crée une Société indépendante spécialisée dans les tours de télécommunication du nom de Bharti Infratel en se défaisant de ses actifs en matière d'infrastructures passives (tours mobiles).

Bharti Infratel en collaboration avec Vodafone et Aditya Birla Telecom crée les tours de l'Indus en novembre 2007. Bharti Infratel détient 42 pour cent des parts de la coentreprise.

Une croissance explosive, une évolution incomparable

Le cap des 50 millions de clients est franchi

En **Octobre 2007**, Bharti Airtel franchit le cap des 50 millions de clients. Grâce à cette réalisation, la Société reçut la distinction de Société de télécommunication affichant la plus rapide croissance au monde et ayant atteint cet exploit dans un seul et même pays- en 143 mois depuis le début de ses activités.



▲ L'équipe de direction d'Airtel lors de la célébration du cap des 50 millions de clients

La barre des 100 millions d'utilisateurs est dépassée

En **Mai 2009**, Bharti Airtel célèbre une étape déterminante avec l'enregistrement de son 100 millionième client du mobile en Inde. Cet événement marquant a permis à la Société de figurer parmi les trois plus grands opérateurs de service mobile dans un même pays et d'être classée sixième plus grand opérateur mondial de télécommunication intégrée dans un territoire national.



▲ (De la gauche vers la droite) Manoj Kohli; Gary A Cohen, Directeur Général du Secteur des Communications d'IBM; Carl-Henric Svanberg, PDG d'Ericsson; Sunil Bharti Mittal; Chumpol NaLamlieng, Président de Singtel; Rajan Bharti Mittal; Simon Beresford - Wylie, Président de Nokia-Siemens et Sanjay Kapoor, PDG de Bharti Airtel en Inde et en Asie du Sud lors de la célébration du cap des 100 millions de clients.

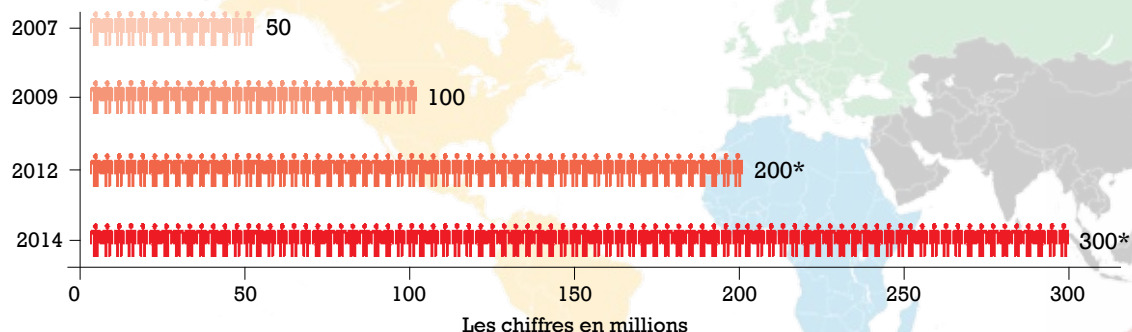
200 millions de clients acclament Airtel

Bharti Airtel atteint la barre des 200 millions de clients à travers ses opérations en **2012**. Les deuxièmes 100 millions de clients ont été atteints en seulement trois ans.

300 millions de clients lui font confiance

En **juillet 2014**, Bharti Airtel ajoute un autre fleuron à sa couronne en franchissant le cap des 300 millions de clients à travers ses opérations. Les 100 millions des 300 millions de clients ont rejoint la famille Airtel en moins de deux ans. 70 millions des clients sont basés en Afrique, où Airtel est le plus grand opérateur mobile en termes de présence géographique, avec une couverture de 17 marchés.

Le périple de Bharti Airtel (Les étapes importantes de son portefeuille clients)



* Inclut l'Afrique

Bharti Airtel sert une clientèle dépassant 346 millions d'individus grâce à ses opérations (au mois de novembre 2015).



2008

Lancement d'Airtel Digital TV (la télévision numérique d'Airtel)

L'expérience télévisuelle en Inde atteint un nouveau sommet avec l'introduction par Bharti Airtel du service révolutionnaire de radiodiffusion directe à domicile (DTH) pour un divertissement familial en 2008. Par ailleurs, la nouvelle technologie, Airtel Digital TV compte à son crédit plusieurs innovations telles qu'une télécommande universelle aussi bien pour le décodeur que pour le téléviseur, ce qui offre un meilleur confort au téléspectateur et une grande capacité de mémoire du décodeur permettant une utilisation d'un plus grand nombre d'applications.

(De la gauche vers la droite) Manoj Kohli, Atul Bindal et N Arjun lors du lancement national d'Airtel Digital TV en 2008 à Delhi



2010

Dévoilement d'une nouvelle image de marque mondiale

En **Novembre 2010**, Bharti Airtel introduit une nouvelle image de marque basée sur une approche globale. Conçu par la Société londonienne Brand Union, le logo présente un symbole placé pour la première fois au-dessus et en dessous du nom de la marque. La nouvelle identité de la marque permet à Airtel de présenter une image unifiée à ses clients situés dans différentes localités du monde.



▲ Sunil Bharti Mittal et Sanjay Kapoor, PDG de Bharti Airtel en Inde et en Asie du sud lors du lancement de la nouvelle identité de la marque.

2011

Lancement du service 3G de renommée internationale en Inde

Bharti Airtel introduit son premier service 3G (Téléphonie mobile de troisième génération) en Inde avec un lancement au Bangalore en **janvier 2011**. À peine 72 heures après son lancement, plus de 100.000 clients s'inscrivirent pour bénéficier de la technologie.

3G aux Seychelles

Très peu de personnes savent qu'Airtel a introduit son premier service 3G aux Seychelles en **décembre 2006** bien avant son lancement en Inde. Cette initiative permit à la Société d'être le premier fournisseur indien de services de télécommunication à offrir le service 3G.



▲ (De la gauche vers la droite) Atul Bindal, Président des services mobiles de Bharti Airtel; Karthi, acteur populaire dans l'industrie cinématographique tamoul et ambassadeur de la marque Bharti Airtel et Vineet Taneja, Directeur des opérations (dans le Sud) de Bharti Airtel lors du lancement du service 3G à Chennai. C'était le deuxième lancement de la 3G dans le pays par la Société après Bangalore, où la technologie a fait son entrée en Inde.

2012 Bharti Airtel libère la technologie ultra rapide 4G en Inde

Bharti Airtel écrit une nouvelle page de l'histoire de l'industrie des télécommunications indienne avec l'introduction de la technologie 4G LTE (Long Term Evolution) à Calcutta le **10 avril 2012**. Cette évolution technologique permet aux clients d'accéder à une vitesse de connexion mobile ultra rapide, presque dix fois supérieure aux débits existants.



▲ (De la gauche vers la droite) Sunil Bharti Mittal; Kapil Sibal, Honorable Ministre de l'Union chargé des Communications et des Technologies de l'information et Sanjay Kapoor, PDG de Bharti Airtel en Inde et en Asie du Sud lors de l'événement de lancement de la technologie 4 G à Calcutta.

2014 Lancement de Wynk Music



▲ (De la gauche vers la droite) Anand Chandrashekar, Chef de produit de Bharti Airtel; Srinivasan Gopalan, Directeur chargé des entreprises consommatrices de Bharti Airtel et Devraj Sanyal, Directeur général de Universal Music et d'EMI Music en Asie du Sud lors du lancement de Wynk Music, la première application musicale de Bharti Airtel

Lancement du service 4G à travers l'Inde

Le **6 août 2015**, Bharti Airtel annonce le lancement de son service de haut débit 4G dans 296 villes à travers l'Inde. Grâce à cette technologie, les clients partout dans le pays peuvent bénéficier d'une connexion sans fil à haut débit, regarder des vidéos HD en streaming de manière ininterrompue, télécharger des films, de la musique et des images à une vitesse inouïe.



▲ (De la gauche vers la droite) Raghunath Mandava, Directeur responsable de l'expérience client; Harmeen Mehta, Directrice des systèmes d'information (DSI); Gopal Vittal, Administrateur général et PDG de l'Inde et de l'Asie du Sud; Srinivasan Gopalan, Directeur responsable des entreprises consommatrices; Ajai Puri, Directeur responsable des opérations de marché et Abhay Savargaonkar, Directeur en charge des services de réseau du Groupe lors du lancement du service 4G sur l'ensemble du territoire indien.

2015

Bharti Airtel devient le troisième plus grand opérateur mobile du monde

En **juin 2015**, Bharti Airtel franchit une étape majeure de son histoire lorsque World Cellular Information Service (WCIS) basé à Londres reconnaît Airtel comme étant le troisième opérateur de téléphonie mobile le plus important du monde avec 303 millions d'abonnés couverts par ses opérations en Asie et en Afrique.

Classement	Opérateur	Connexions mobiles sans fil (millions)*
1.	China Mobile	626,27
2.	Vodafone Group	403,08
3.	Bharti Airtel	303,10
4.	China Unicom	299,09
5.	America Movil	274,14

(*Source: World Cellular Information Service)

Démarrage du Projet Leap



▲ (De la gauche vers la droite) Abhay Savargaonkar, Directeur des Technologies (CTO) de Bharti Airtel; Gopal Vittal, Administrateur général & PDG de Bharti Airtel (en Inde et en Asie du Sud) et Shyam Mardikar, Responsable de l'architecture et de la planification de Bharti Airtel lors du lancement du 'Projet Leap' le programme de transformation du réseau d'Airtel en **novembre 2015**

S'ÉLEVER AU SOMMET, S'ÉTENDRE AU MONDE ENTIER



S'élever au sommet, s'étendre au monde entier

Méconnues par la plupart de ses suiveurs, les aspirations mondiales de Bharti Airtel ont commencé à se définir bien avant son entrée chez ses voisins en l'Asie du Sud (Sri Lanka et Bangladesh) et son acquisition très appréciée de Zain en Afrique. Rappelons-nous en 1997, au moment où la Société venait juste de commencer ses activités en Inde et comptait en tout 100.000 clients, elle avait soumissionné pour l'obtention d'une licence de téléphonie mobile au Botswana en Afrique, bien que cela s'avéra infructueux. Finalement, Airtel fit son entrée en outre-mer en janvier 1998 avec le lancement de ses opérations dans l'État insulaire des Seychelles. Le reste appartient à l'histoire, puisque la Société a étendu sa présence sur vingt pays dans deux continents avec une couverture de plus de deux milliards de personnes dans le monde entier. En fin de compte...



1998

Intégration des Seychelles dans son réseau

▲ L'équipe de direction d'Airtel dirigée par Sunil Bharti Mittal et Rajan Bharti Mittal et Son Excellence James Michelle, Vice-président de la République des Seychelles (quatrième à partir de la droite) lors du lancement du service télécom de la Société dans le pays.

En **janvier 1998**, Bharti Airtel devint le premier fournisseur de services de télécommunication indien à offrir des services en dehors du pays avec le lancement de son service mobile dans l'archipel des Seychelles dans l'océan indien.

2009

Bonjour Sri Lanka

Bharti Airtel traverse le détroit de Palk pour atteindre le Sri Lanka et lance une nouvelle opération dans l'état insulaire en **janvier 2009**. Le service a été lancé sur un réseau de pointe de 2,5G et de 3,5G mis en place environ en une année. C'est le plus rapide déploiement de réseau réalisé par un opérateur mobile au Sri Lanka.



◀ Sunil Bharti Mittal et Chua Sock Koong, PDG du Groupe Singtel et Membre du Conseil d'administration de Bharti Airtel accueillis avec des tambours traditionnels sri-lankais lors de l'inauguration du premier Centre des relations d'Airtel.

Les files d'attente interminables et tortueuses à l'extérieur du Centre des Relations le jour du lancement ont été fort éloquentes.



2010

Entrée au Bangladesh

En **janvier 2010**, Bharti Airtel a intégré le Bangladesh dans ses opérations grâce à l'acquisition de 70 pour cent du capital de Warid Telecom, une filiale exclusive du Groupe d'Abou Dhabi basé aux EAU. L'accord prévoit un investissement de 300 millions de dollars américains - le plus grand investissement jamais réalisé au Bangladesh par une société indienne. Plus tard, en Mai 2013, Airtel a acquis les 30 pour cent restants de Warid Telecom pour faire de la filiale sa propriété exclusive.

2010

Au Tour de l'Afrique

En **Juin 2010**, Bharti Airtel a fait la plus importante acquisition jamais réalisée à l'étranger dans les marchés émergents avec le rachat de Zain Afrique BV dans 15 pays pour une valeur de 10.7 milliards de dollars américains. Avec cette acquisition, Airtel est devenue la cinquième compagnie de téléphonie mobile et sa clientèle totale est passée à 179 millions d'abonnés.



▲ Akhil Gupta; Sunil Bharti Mittal et Manoj Kohli annoncent l'acquisition de Zain Africa

Lancement de la marque Airtel en Afrique



▲ (De la gauche à la droite) Manoj Kohli, Fayaz King, Directeur Général, Airtel Zambie, Sunil Bharti Mittal et Akhil Gupta lors du lancement de la nouvelle marque à Lusaka en Zambie en 2010

Les Seychelles entrent dans son portefeuille Africain

En **Août 2010**, Airtel a acquis 100 pour cent du capital de Telecom Seychelles. Avec cette percée, Airtel étendra sa présence dans 16 pays africains.



▲ L'Équipe Dirigeante d'Airtel Afrique à la rencontre de 'Airtel afrICAN' tenue à Kampala en 2010

2011

La barre des 50 millions de clients en Afrique est atteinte

En **Novembre 2011**, Airtel Afrique a célébré un jalon important lorsqu'il a eu son 50 millionième client mobile sur le continent. La Compagnie a réalisé ce jalon 17 mois seulement après le rachat des opérateurs de téléphonie mobile de Zain en Afrique.

2012

Lancement de ses activités au Rwanda

En **Mars 2012**, Airtel Afrique annonça le lancement de ses activités au Rwanda, augmentant ainsi sa présence dans 17 pays sur le continent africain.



▲ (De gauche à droite) Manoj Kohli; Pierre Damien Habumuremyi, Monsieur le Premier Ministre de la République du Rwanda et Marcellin Paluku, Directeur Pays, Airtel Rwanda lors du lancement d'Airtel à Kigali, Rwanda

Les activités d'Airtel en Afrique (2012)



▲ Avec le lancement des activités d'Airtel au Rwanda, la Société a augmenté sa présence sur le continent africain dans 17 pays et est ainsi devenue le plus grand opérateur de téléphonie mobile sur le continent en termes de couverture géographique

2013

Rachat de Warid en Ouganda

Airtel Afrique a racheté Warid Telecom en Ouganda en **Avril 2013**. L'acquisition consolide la position d'Airtel comme le deuxième plus grand opérateur de téléphonie mobile en Ouganda avec une clientèle de plus de 7.4 millions et plus de 39 pour cent de part de marché.

Plus grand opérateur au Congo Brazzaville

En **Novembre 2013**, Airtel Afrique a racheté les actions du Groupe Warid au Congo Brazzaville. L'accord marque la deuxième acquisition d'Airtel en Afrique après l'Ouganda. Avec cette acquisition, Airtel devient le plus grand opérateur mobile au Congo Brazzaville, avec près de 2.6 millions de clients.

2014

Lancement de son premier service 4G en Afrique

En **Novembre 2014**, Airtel a lancé son service 4G aux Seychelles, qui est devenu le premier réseau commercial LTE de l'opérateur en Afrique. Par ailleurs, les Seychelles ont également été le premier marché où Airtel a lancé son service 3G en 2006.



▲ Christian de Faria (PDG d'Airtel Afrique) (deuxième à gauche) et S.E. James Michel (Président de la République des Seychelles) (au milieu) avec l'équipe dirigeante d'Airtel Afrique lors du lancement du service Airtel 4G aux Seychelles



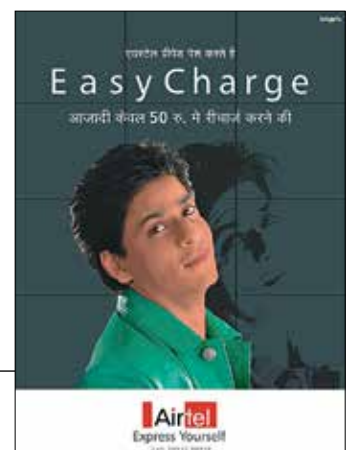
Galerie de l'Innovation

De premier opérateur en Inde à avoir introduit la musique sur les téléphones mobiles au lancement de nouveaux services comme "Easy recharge", "les lignes prépayées illimitées" et le transfert d'argent par mobile, Bharti Airtel a toujours été au premier rang des innovations majeures qui créent un impact et transforment positivement la vie de ses clients. En voici quelques exemples.

2004

Easy recharge

En **Janvier 2004**, Bharti Airtel a introduit 'Easy Recharge' un produit prépayé unique et révolutionnaire qui permet aux clients prépayés de recharger leurs cartes prépayées avec n'importe quel montant convenant à leur bourse à partir de 50 Rs. Les clients peuvent également recharger leurs cartes prépayées en se déplaçant dans n'importe quel endroit couvert par Airtel en Inde.



Les Mélodies

En **Juillet 2004**, Bharti Airtel a lancé le service «Hello Tunes», qui marque ainsi le début de la musique sur le mobile en Inde. L'initiative a donné une autre touche du mobile au client. Elle permet au correspondant qui appelle des clients d'Airtel d'écouter des chansons et d'autres extraits sonores à la place des sonneries traditionnelles des téléphones.



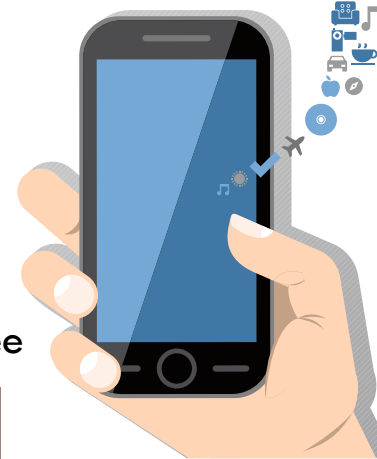
Premier à lancer le BlackBerry en Inde

En **Octobre 2004**, Bharti Airtel a conclu un partenariat avec Research In Motion pour introduire en exclusivité le BlackBerry en Inde qui était alors considéré comme la plus puissante innovation pour les e-mails mobiles instantanés.



2005

Carte prépayée illimitée



En **Décembre 2005**, Bharti Airtel a introduit la première carte prépayée en Inde avec une durée de validité illimitée évaluée à 999 Rs. La carte permet à un client de recevoir toujours des appels sans avoir à recharger ou se soucier de la période de validité de la carte.

2006

Songcatcher - Musique Instantanée sur les mobiles

Bharti Airtel lance 'Songcatcher' - la toute première «musique instantanée sur les mobiles» en Inde en **Novembre 2006**. Ce service a complètement changé la façon dont les utilisateurs mobiles téléchargeaient des chansons sur les mobiles. On demandait aux clients de composer un code pour le service et de rapprocher le téléphone à la source de la musique. Le logiciel de reconnaissance de la voix alors montrait les chansons disponibles sur la base de données d'Airtel. Une fois acceptée, la chanson est téléchargée comme une "mélodie d'accueil".



2007

Le Projet d'infrastructure de connexion eGRAM au Gujarat



▲ Le projet eGRAM est inauguré par Shri Narendra Modi, Honorable Premier Ministre du Gujarat et Manoj Kohli à Amreli, Gujarat

En **Octobre 2007**, Bharti Airtel est le partenaire du gouvernement du Gujarat dans le «projet d'infrastructure de connexion eGRAM ». En vertu de ce premier programme unique en son genre dans le pays, la Compagnie a entrepris un vaste exercice de connexion en milieu rural reliant 13.716 villages du Gujarat avec les Centres de services communs (CSCs) en mettant en place des infrastructures de télécommunication.



2008

Lancement de 'l'iPhone 3G 'en Inde

Bharti Airtel en partenariat avec Apple a lancé l'iPhone 3G pour ses clients en Inde. L'iPhone 3G "combinait toutes les caractéristiques révolutionnaires de l'iPhone ainsi que la mise en réseau 3G qui était deux fois plus rapide comparée à la version antérieure de 'iPhone '.



2011

Airtel Money

En **Janvier 2011**, Bharti Airtel lance « Airtel Money » la première plate-forme de services bancaires mobiles de l'Inde qui permet aux utilisateurs de verser de l'argent sur le compte de leurs téléphones mobiles. Le système alors fonctionne comme un porte-monnaie virtuel. Airtel Money était le premier service de portefeuille mobile en Inde à offrir un service de transfert d'argent dirigé par un groupe télécom.

2012

Bharti Airtel a fait un bond technologique très significatif dans la gestion du réseau lorsqu'il a mis en marche son Centre d'Expérimentation du Réseau ultra moderne en Octobre 2012. Basé à Manesar, Haryana, le CER est la première infrastructure en son genre en Inde qui fait le suivi de la qualité du réseau d'Airtel à travers le mobile, le fixe, l'ADSL haut débit, le SRD, le M-Commerce, les Services Entreprises, les Systèmes de Câblages Internationaux et les points d'accès à Internet à partir d'un seul endroit.

Le CER est mis en marche



▲ (De gauche à droite) Sanjay Kapoor, Président Directeur Général de Bharti Airtel Inde et Asie du Sud ; Kapil Sibal, l'Honorable Ministre de l'information & des Télécommunications et Sunil Bharti Mittal, lors du lancement du Centre d'Expérimentation du Réseau Airtel à Manesar, Haryana

2014



Wynk Music

En **Septembre 2014**, Bharti Airtel lance 'Wynk Music' - une application mobile agnostique permettant aux amateurs de musique de savourer leurs chansons préférées sur leurs smartphones tout en s'adonnant à leurs activités. La plate-forme permet aux clients d'accéder à une «discographie» bien choisie de 1.7 million de chansons régionales et internationales dans huit langues. Ce lancement a permis à Airtel de devenir le premier opérateur de télécommunications à introduire une application mobile OTT (Over-the-Top) sur le marché indien. 'Wynk Music a atteint 12 millions de téléchargements près de 12 mois après son lancement

One Touch Internet

En **Novembre 2014**, Bharti Airtel lance 'One Touch Internet' - une initiative unique en son genre visant à élargir le service Internet aux utilisateurs profanes en Inde. 'One touch Internet' est un portail WAP (Wireless Application Protocol) conçu avec une interface simple, sécurisée et intuitive qui permet aux utilisateurs profanes de l'internet mobile d'accéder facilement à l'Internet.



Création d'une identité mondiale, appréciée par plus de 346 millions de clients

Au fil des années, la Marque Airtel s'est développée bien au-delà de ses origines indiennes pour émerger comme une marque mondiale très adulée. Largement reconnue comme étant la plus grande marque qui s'est imposée au niveau mondial, Airtel a réussi à bâtir une relation de proximité avec ses clients à travers ses activités en Asie et en Afrique. À travers les multiples changements d'identité au cours des années, la marque a créé des offres très attrayantes sur le long terme à travers des campagnes totalement innovantes avec des stars pour épater ses clients dans ces marchés de consommation fortement concurrentiels.

Le Logo d'Airtel au fil des années



1994



2002



2010

Le logo d'Airtel a connu trois changements majeurs depuis que la Société a commencé le service mobile en 1995. Au fil des années, la marque a évolué pour refléter l'environnement et l'évolution préférentielle des clients à travers les zones géographiques.

1 Beaucoup de noms ont été proposés pendant plusieurs jours avant que 'AirTel' ne fût choisi personnellement par Sunil Bharti Mittal.

3 D'autres noms avaient été proposés tels que 'Be One', 'Tango', 'Bee Tel' et 'BTel'.

5 Les slogans associés à ce logo sont 'Restez en contact' et 'Communiquez quand vous voulez'.

7 Les clients l'ont évidemment perçu comme une marque internationale. Les autres marques qui l'ont secondé sur le marché à l'époque étaient AT & T et Telstra.

2 'AirTel' a été choisi, car il reflète l'innovation technologique de la téléphonie au détriment de la radio et de la télévision - ce qui constitue un prolongement naturel de la télécommunication sur les mobiles.

4 «Airtel» était également en phase avec les ambitions internationales du Groupe, reflétant sa vision d'être une vitrine mondiale et offrant le meilleur service technologique à ses clients.

6 Il s'est inscrit dans une logique de marque qui donne de l'inspiration et un nouveau mode de vie, au-delà du prix / tarif abordable.

COMMENT LA MARQUE 'AIRTEL' A ÉTÉ CONÇUE ...

CRÉATION D'UNE IDENTITÉ MONDIALE, APPRÉCIÉE PAR PLUS DE 346 MILLIONS DE CLIENTS

Les Campagnes emblématiques de la marque

Du slogan 'Restez en contact' en 1995 au slogan 'Le meilleur réseau pour votre smartphone,' en 2014 Airtel a su créer plusieurs campagnes mémorables pour offrir un service innovant avec une ingénieuse valeur ajoutée. En voici quelques-uns.

Restez en contact (1995)



L'avenir vous appartient (2000)



Vivez chaque instant ... (2002)



Exprimez-vous (2003)



Plus de barrières dans votre communication (2008)



Le Smartphone Network (2014)



Har ek friend zaroori hota hai (2011)



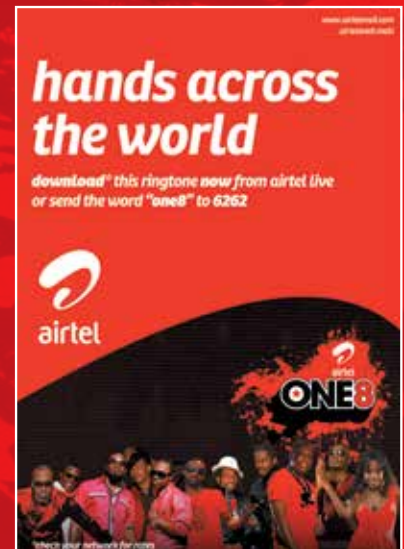
Construction d'une identité africaine de la marque

Après leur implantation sur le continent il y'a cinq ans de cela, la marque Airtel a réussi à se faire une place de choix dans ces marchés à travers ses campagnes promotionnelles innovantes. Dans les marchés africains majoritairement jeunes, le sport, le mode de vie et la musique sont les principaux thèmes de ces campagnes.



Le Friendship Network (2010)

Cette campagne permet à la jeunesse africaine de se connecter avec des amis et de créer des opportunités



Airtel ONE8 (2010)

Réunit les huit meilleurs chanteurs africains avec R Kelly, pour l'unité du continent à travers leur hit 'Hands across the world'



Les stars en herbe d'Airtel (2011)

Ce tournoi offre une opportunité aux footballeurs en herbe de montrer leurs talents



Airtel Trace Music (2014)

Ce concours de chant donne aux apprentis musiciens une chance de réaliser leur rêve en appelant simplement et en chantant sur leur téléphone



It's Now (2015)

Encourage les jeunes à saisir les opportunités actuelles. La campagne met l'accent sur Yaya Touré dont le succès est une source de fierté et d'accomplissement

Une ribambelle de stars

Les ambassadeurs de la marque ont énormément contribué à l'expansion «d'Airtel» et ont joué un grand rôle dans le rapprochement de la marque avec ses clients. Le partenariat avec ces icônes a enrichi la marque avec des valeurs qu'elle représente dans leur vie respective, ce qui crée une identité qui répond aux aspirations des communautés locales. En voici quelques-uns.

La star du cinéma Indien **Karishma Kapoor** a été la vedette de la campagne d'Airtel magique en 2001.

Le choix de la superstar de Bollywood **Shah Rukh Khan** en 2001 en tant que vedette de la marque symbolise les masses qui s'identifient à la star et à la marque.

En Août 2002, Airtel a choisi l'un des plus célèbres compositeurs de musique de l'Inde **A R Rahman** qui est également surnommé le «Mozart de l'Orient» pour promouvoir sa marque. La mélodie que **A R Rahman** a composée pour Airtel est l'un des sons les plus téléchargés de la musique mobile dans le monde.

En 2002, Airtel identifie l'actrice de Bollywood **Kareena Kapoor** pour coller son image à sa marque et séduire davantage la jeunesse.

Le Capitaine de l'équipe indienne de Cricket **Sourav Ganguly**, surnommé par beaucoup « le Prince de Calcutta » a été choisi comme ambassadeur de la marque Airtel en 2002 permettant ainsi à la marque de renforcer ses liens avec les habitants de la «Cité de la Joie».

Pour accroître la popularité d'Airtel dans le Sud de l'Inde, la star du cinéma **R Madhavan** a été enrôlée en 2002 comme ambassadeur de la marque pour la société.

En Octobre 2003, Airtel choisit la légende indienne du cricket **Sachin Tendulkar** comme son nouvel ambassadeur pour la marque Airtel. Le Cricket étant le sport le plus suivi en Inde, cette initiative a immensément glorifié la marque « Airtel » puisqu'elle a inculqué un sentiment de fierté parmi les clients qui font partie du réseau Airtel.

Vidya Balan a été choisie comme la vedette d'Airtel en 2008.

Saif Ali Khan a été choisi par Bharti Airtel pour promouvoir sa marque en 2008.

Bharti Airtel Lanka a choisi **Kumar Sangakkara** comme ambassadeur de la marque en 2009, une des icônes du sport le plus populaire au Sri Lanka et ancien capitaine de l'équipe de cricket du Sri Lanka.

En Juin 2015, l'icône du football africain **Yaya Touré** a été choisi comme la vedette d'Airtel en Afrique. Touré est le premier joueur à avoir porté le titre de «Joueur africain de l'année» à quatre reprises consécutives.



Karishma Kapoor



Shah Rukh Khan



A R Rahman



Kareena Kapoor



Sourav Ganguly



Sachin Tendulkar



R Madhavan and Vidya Balan



Saif Ali Khan



Kumar Sangakkara



Yaya Touré

CRÉATION D'UNE IDENTITÉ MONDIALE, APPRÉCIÉE PAR PLUS DE 346 MILLIONS DE CLIENTS

Sponsoriser le sport



Stimulé par l'intérêt accordé au sport en Inde et en Afrique, Airtel s'est activement associée aux instances sportives et aux organisateurs pour promouvoir beaucoup d'événements sportifs afin de renforcer sa position en tant que marque mondiale et avoir une plus grande part des clients.



Le Semi-Marathon Airtel Delhi

Au fil des années, 'le Semi-Marathon Airtel Delhi' (ADHM) est devenu l'un des événements sportifs les plus attendus en Inde réunissant des professionnels et ceux qui aiment courir. Organisé chaque année, une partie des profits de l'événement est versée au Programme scolaire Bharti Satya.

2011



Le Grand Prix de Formule 1 Airtel Inde

Le Grand Prix de Formule 1 a commencé en 2011 en Inde avec Airtel comme sponsor exclusif. L'initiative a donné aux amateurs indiens de sports automobiles l'occasion de vivre leur première sensation associée à la Formule 1.

Les stars montantes d'Airtel

En 2011, Airtel a lancé 'les stars montantes d'Airtel', le plus grand tournoi de football local à travers ses activités en Afrique. Le tournoi a vu la participation d'environ 11.000 équipes et 98.000 jeunes dans la première année de lancement. Le succès retentissant de l'ARS en Afrique a encouragé la Société en 2012 à élargir l'étendue de la chasse aux talents du football à travers l'Inde, le Sri Lanka et le Bangladesh. Le tournoi de détection des talents donne l'occasion aux jeunes prometteurs une chance unique de participer à une formation pendant une semaine dans les écoles de football de Manchester United.



Immersion dans la diversité culturelle de l'Inde

Au fil des années, la marque Airtel a fait preuve d'une forte volonté de se rapprocher des communautés locales de plusieurs façons. Que cela soit le plus grand festival culturel de Maharashtra Dahi Handi ou Bangalor Habba qui célèbre l'esprit de la ville ou la célèbre course de pirogue de Kerala, la marque a toujours été au cœur des communautés locales par le biais de son implication dans les événements qui rythment la vie des habitants.



▲ **Le Festival de Musique et Danse Kameswari' (Assam):** Le festival annuel de danse Kameswari montre la culture et la danse des Kamakhya, l'un des sanctuaires les plus sacrés de l'Assam



▲ **La Course de Pirogue (Kerala):** la célèbre course de pirogue de Kerala est organisée pendant l'Onam, le plus grand et le plus important festival de la région



▲ **Habba (Karnataka):** Le plus grand festival culturel du Bangalore qui célèbre l'esprit de la capitale du Karnataka



▲ **Kumbh Mela (Uttar Pradesh):** Tenu à Allahabad dans l'Uttar Pradesh, ce festival fait partie des plus grands rassemblements religieux dans le monde



▲ **Le festival Dahi Handi (Maharashtra):** Il fait partie intégrante de la culture de Maharashtra où les gens rejouent l'histoire du Seigneur Krishna qui, durant son enfance avait l'habitude de voler des pots de beurre accrochés aux plafonds. Dans le cadre du festival, des pyramides humaines sont érigées pour briser le Dahi Handi

▼ **Le Festival de Danse & Musique Konark (Odisha):** organisé annuellement, le Festival 'Danse & Musique Konark' met en valeur la riche culture et la tradition d'Odisha





Assistance aux plus démunis

Depuis le début, Bharti s'est fixé comme objectif d'assister la communauté où elle opère. Cet objectif a abouti à la création de la Fondation Bharti en 2000, la branche philanthropique du Groupe. Au fil des années, Bharti Airtel en plus d'être l'une des principales forces motrices des activités de la Fondation en Inde, a réussi à imprimer la marque de ses initiatives sociales sur d'autres marchés. Aujourd'hui, la Fondation intervient dans 254 écoles et centres de remise à niveau en Inde et assure la qualité de l'enseignement dans les écoles publiques, l'éducation holistique à plus de 61 000 enfants défavorisés en milieu rural. La Fondation Bharti collabore également avec de nombreux instituts de renommée internationale pour appliquer ses initiatives d'enseignement supérieur.

2006

L'École de Gestion des Technologies et des Télécommunications, l'IIT Delhi, de Bharti



▲ Sunil Bharti Mittal, Rakesh Bharti Mittal, Professeur Surendra Prasad, Directeur de l'IIT de Delhi et Manmohan Singh, l'Honorable Premier Ministre indien à l'inauguration de l'École de Gestion des Technologies et des Télécommunications de Bharti

La Fondation Bharti s'est associée avec l'Institut Indien de Technologie (IIT). Delhi a mis en place "l'École de Gestion des Technologies et des télécommunications" au sein de l'IIT de Delhi. L'institut a été créé dans la perspective «de former des leaders en télécommunication grâce à une excellente qualité de l'éducation et de la recherche».

Le Programme scolaire Satya Bharti

En 2006, la Fondation Bharti a démarré son programme phare «le Programme scolaire Satya Bharti» pour fournir une éducation de qualité gratuite aux enfants défavorisés avec un accent particulier sur les filles dans l'Inde rurale. Actuellement, 254 écoles Satya Bharti ont un impact positif sur plus de 40.000 enfants.



▶ Ecole Satya Bharti au Pendjab

2009

Le Centre de communication Bharti, IIT Bombay

Le Centre de communication Bharti a été créé en partenariat avec l'Institut Indien de Technologie (IIT) de Bombay pour la recherche dans les technologies de communication.



▲ Airtel Afrique ouvre les portes d'un avenir meilleur pour les enfants défavorisés

2010

Le programme d'Airtel Afrique 'Notre école'

En **2010**, Airtel Afrique présente son programme phare 'Notre école', une initiative d'adoption par l'école. Il vise à améliorer la qualité de l'enseignement dispensé aux enfants de communautés défavorisées. Depuis son lancement, la Société a adopté 45 écoles primaires en zones rurales dans 17 pays africains et pourvoit aux besoins de plus de 24.500 enfants.



▲ Rakesh Bharti Mittal (troisième à gauche); Kapil Sibal, l'Honorable Ministre pour le Développement des Ressources Humaines (deuxième à droite) avec les représentants de Indian School of Business (ISB) et Fletcher School of Law & Diplomacy, Université de Tufts (USA) lors de la signature du protocole d'accord pour la création de Bharti Institute of Public Policy

L'Institut de Politique Publique de Bharti, ISB Mohali

Bharti Enterprises en partenariat avec l'Indian School of Business (ISB) a créée 'L'Institut de Politique Publique de Bharti' (BIPP) en **Décembre 2010**. L'ISB a signé un protocole d'accord avec le Fletcher School of Law & Diplomacy, à l'Université Tufts, aux États-Unis, pour pouvoir créer l'institut ISB au campus de Mohali.

2013

Centres d'apprentissage Satya Bharti'

En **2013**, la Fondation a démarré 'les centres d'apprentissage Satya Bharti' pour mener un programme de mise à niveau en étroite collaboration avec 'Educate A Child' - une initiative mondiale lancée par Son Altesse Sheikha Moza bint Nasser du Qatar. Le programme vise à combler l'absence d'éducation pour les enfants non scolarisés et de les intégrer dans les écoles classiques. Au titre de cette initiative, plus de 800 écoles publiques sont couvertes à ce jour et plus de 20.000 enfants en tirent profit.



▲ Dans une Classe d'enfants non scolarisés

ASSISTANCE AUX PLUS DÉMUNIS



Programme d'appui à la qualité de Satya Bharti

En **2013**, la Fondation a démarré 'le Programme d'appui à la qualité de Satya Bharti', qui vise à répliquer les meilleures pratiques de l'enseignement dans les écoles Satya Bharti aux écoles publiques pour améliorer la qualité générale de l'apprentissage des élèves grâce aux enseignements axés sur les besoins. À ce jour, plus de 12.000 enfants ont bénéficié de ce programme à travers 25 écoles.



Une session de rattrapage dans une école publique sous la houlette du Programme d'appui à la qualité de Satya Bharti

2014 Satya Bharti Abhiyan

La Fondation Bharti a lancé le «Satya Bharti Abhiyan» en **août 2014**, une initiative visant à améliorer les infrastructures d'assainissement dans la zone rurale de Ludhiana. Elle prévoit d'investir jusqu'à hauteur de 100 Rs pour la construction de toilettes pour les ménages dépourvus de telles infrastructures dans plus de 900 villages au cours des trois prochaines années. Dans le cadre de cette initiative, la Fondation Bharti investit également pour l'amélioration des infrastructures sanitaires dans les écoles publiques avec la construction de toilettes séparées pour les filles.



Bénéficiaire de Satya Bharti Abhiyan dans le district de Ludhiana



2015 Nyaya Bharti

Lancé en **Novembre 2015**, «Nyaya Bharti», une première initiative en son genre pour aider les détenus défavorisés qui croupissent dans les prisons à travers le pays pour des infractions mineures. L'initiative vise à les assister juridiquement et financièrement et promouvoir la sensibilisation au sujet de droit constitutionnel de chaque individu à la défense juridique. Travaillant sous l'égide de la Fondation Bharti, 'Nyaya Bharti' est régi par un Conseil différent constitué d'éminentes personnalités juridiques avec à sa tête A S Anand (Ancien Président de la Cour Suprême de l'Inde) pour assurer le suivi et les orientations de l'initiative.



(De gauche à droite) Rakesh Bharti Mittal; Sunil Bharti Mittal et Vijaya Sampath, Principal Associé, Lakshmikumaran & Sridharan lors du lancement de l'initiative Nyaya Bharti à New Delhi



Le saviez-vous?



La mélodie qui accompagne Airtel, composée par A R Rahman, a enregistré plus de 150 millions de téléchargements, elle devient ainsi la mélodie mobile la plus téléchargée au monde.

Airtel Infratel, la filiale de Bharti, peut se targuer d'avoir érigé la haute tour GSM en Inde dans la région historique de Qutak Gompa dans la région de Leh. La tour se trouve à une hauteur de 11.645 pieds.

Les réseaux mobiles de Bharti Airtel ont passé plus 1.23 mille milliards deux cent trente millions de minutes de communication et plus de 333 pétaoctets durant l'exercice 2014-15.

La musique pour le divertissement uniquement sur un service mobile a été lancée pour la première fois sur le réseau Airtel. Ceux qui voulaient devenir des 'icônes indiennes' composaient le 646 et enregistrèrent leurs chansons pour faire leur entrée sur le marché des chants populaires.

L'initiative de la facture électronique d'Airtel Inde protège 24.000 arbres par an.

Bharti Airtel s'est créé un réseau en seulement 83 jours au Rwanda, ce qui fut le lancement le plus rapide de l'histoire sur un terrain vierge en Afrique sub-saharienne.

En 2002, Sunil Bharti Mittal fit un pari inhabituel de 50 dollars américains avec Craig Barret, président d'Intel - "A quelle date les téléphones mobiles supplanteraient les lignes fixes en Inde." Barret prédit que 2007 serait l'année de la transition, et M. Mittal prédit un an de plus, 2008. Sunil Mittal a perdu le pari puisque 2006 fut l'année charnière (bien avant même la prédiction de Barret!). Mais ceci n'était qu'un pari, M. Mittal admet qu'il a aimé sa défaite.