

Autonomic Rennes 24 et 25 septembre 2009

Parc Expo Rennes Aéroport, Hall 5



Direction de l'Accessibilité du Groupe
M. Mai et C. Debeugny

Autonomic Rennes 24 et 25 septembre 2009



The poster features a dark red background with white and light red text and graphics. At the top, the word 'autonomic' is written in a large, bold, lowercase font. Below it, 'Mieux Vivre Grand Ouest' and '24-25 septembre 2009' are written in a smaller, bold, uppercase font. A row of five small icons represents different types of disabilities: a person in a wheelchair, a person with a hearing aid, a person with a white cane, a person with a hearing aid, and a person with a white cane. To the right of these icons, the text 'RENNES' and 'Parc Expo Rennes Aéroport' is displayed. Below the icons, the text 'Handicap', 'Dépendance', and 'Soutien à domicile' is listed. To the right of this list, '12^e édition' is written. In the center, there is a large, stylized graphic of several white human figures holding hands, with one figure in a wheelchair. At the bottom, the text '- ENTRÉE GRATUITE -' is written, and the website 'www.autonomic-expo.com' is displayed at the very bottom.

sommaire

Autonomic Rennes
un salon incontournable
du handicap et de la dépendance

1 contexte

2 Autonomic Rennes:
bilan 2007

3 2009 : 4 thèmes majeurs

4 une cible qualifiée

5 enjeux pour le Groupe

6 thème fédérateur

7 localisation

8 plan de communication

contexte

■ Autonomic Rennes

Ce salon professionnel et grand public rassemble tous les acteurs du handicap et de la dépendance et présente les dernières innovations en matière d'aides techniques et/ou de services permettant aux personnes handicapées ou aux personnes âgées de rester autonomes.



Autonomic Rennes 2009 est également un lieu incontournable de réflexions et d'échanges, notamment autour de conférences, animations et tables rondes : tourisme et accessibilité; ergonomie et logement; etc.

■ l'événement majeur du handicap

- 12ème édition
- 10 000 visiteurs attendus sur 2 jours
- 7500 m² d'exposition
- plus de 230 exposants
- horaires ouverture Grand Public : jeudi 24, 9h30 – 18h30 et vendredi 25, 9h30 – 18h00

■ organisateur : ADES

bilan du Salon Autonomic Rennes 2007

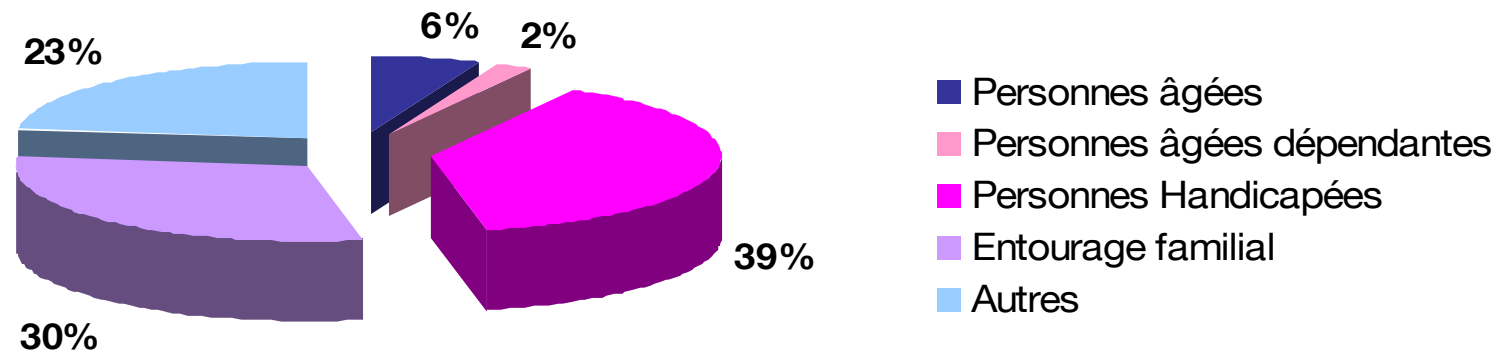
- une opportunité d'illustrer la mobilisation du Groupe en faveur de l'accessibilité à la communication pour tous, notamment les personnes âgées en situation de déficience et les personnes handicapées
- un objectif : rencontrer nos clients lors d'un salon spécialisé Handicap et Dépendance et présenter les innovations, mettre en avant nos expérimentations et les offres autonomie grâce à des démonstrations
- une conférence du Groupe: l'accessibilité à la communication des personnes âgées et handicapées
- nombre de visiteurs : **10 252**

5 thèmes majeurs en 2009

- **230 exposants dont la présence Orange, sous le pilotage de la Direction Accessibilité du Groupe**
- **la maison de l'Autonomie**
espace témoin mettant en situation des solutions pour l'aménagement et l'accessibilité de l'habitat et des personnes en perte d'autonomie ou handicapées (présence de quelques produits de la gamme Offres Autonomie, mais renvoi sur le stand B40 pour des démonstrations)
- **l'espace « Grand Age »**
carrefour d'échanges, de débats, d'informations avec la présentation des services existants pour l'accompagnement des personnes les plus âgées
- **l'espace « Emploi / Formation »**
composé d'un espace de recrutement et d'un espace atelier (interventions d'experts et responsables de ressources humaines)
- **conférences / forum**
lieu d'échange et de débats réunissant des professionnels de tous les secteurs, décideurs politiques, personnes handicapées, personnes âgées dépendantes et leurs représentants dont l'objectif est de sensibiliser, former et informer

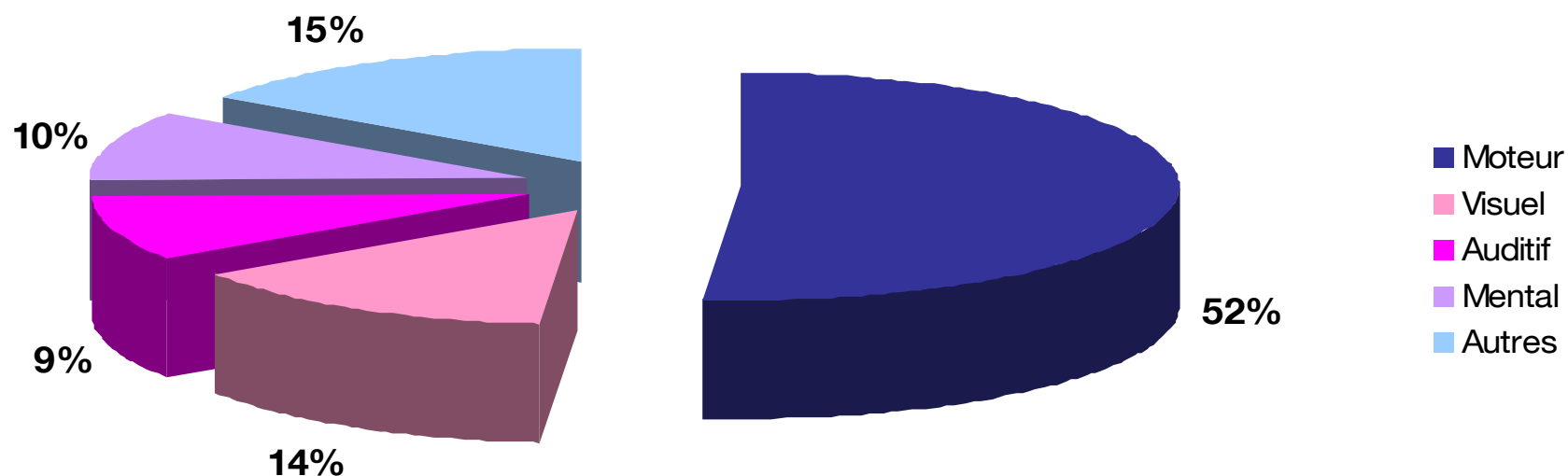
visiteurs grand public 2007

- 47% des visiteurs grand public sont directement concernés par les offres autonomie et 53 % indirectement



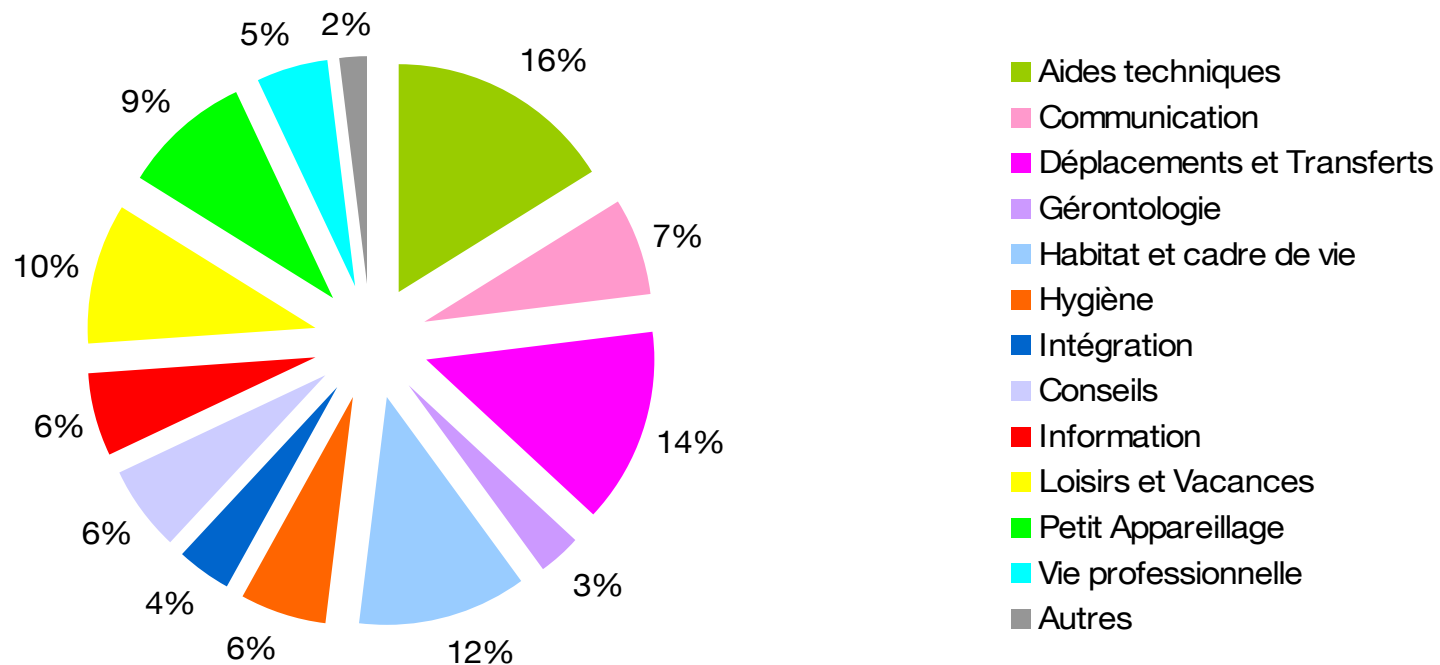
visiteurs grand public 2007

- l'ensemble des offres autonomie apporte une réponse adaptée aux différents visiteurs. La présentation sur le stand de l'Assistant vocal, d'Ocawa et de l'expérimentation concernant la mise en accessibilité du service de vente à distance pour les personnes malentendantes et sourdes répondaient aux attentes de 75 % des visiteurs



visiteurs grand public 2007

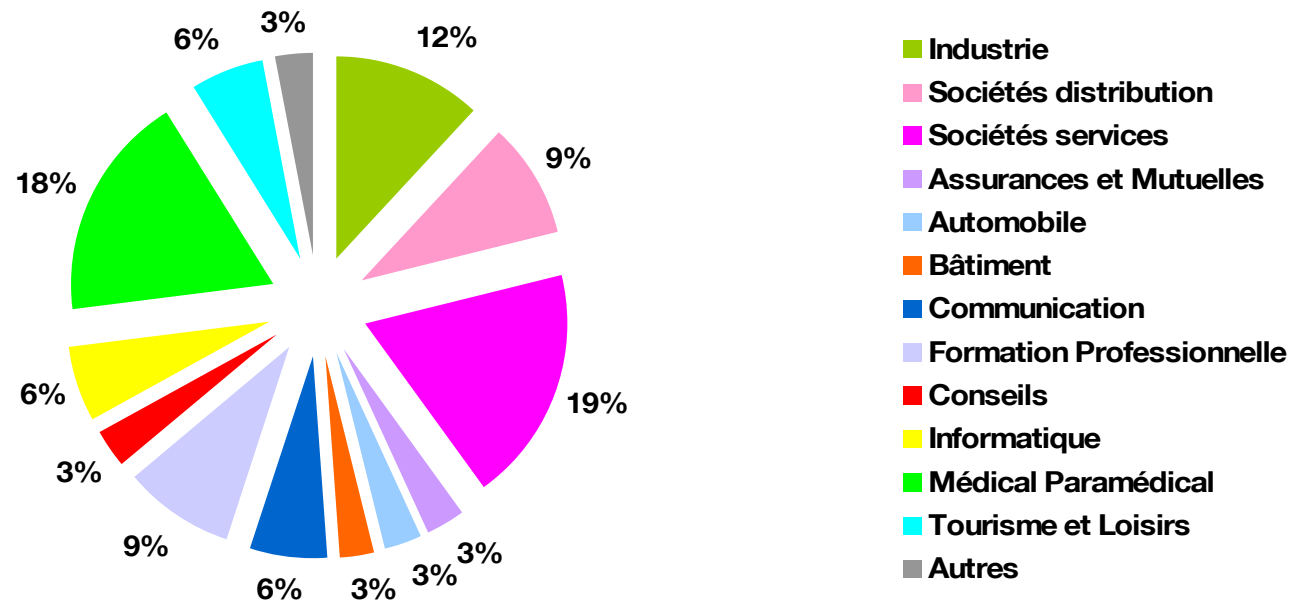
centres d'intérêt



visiteurs professionnels 2007

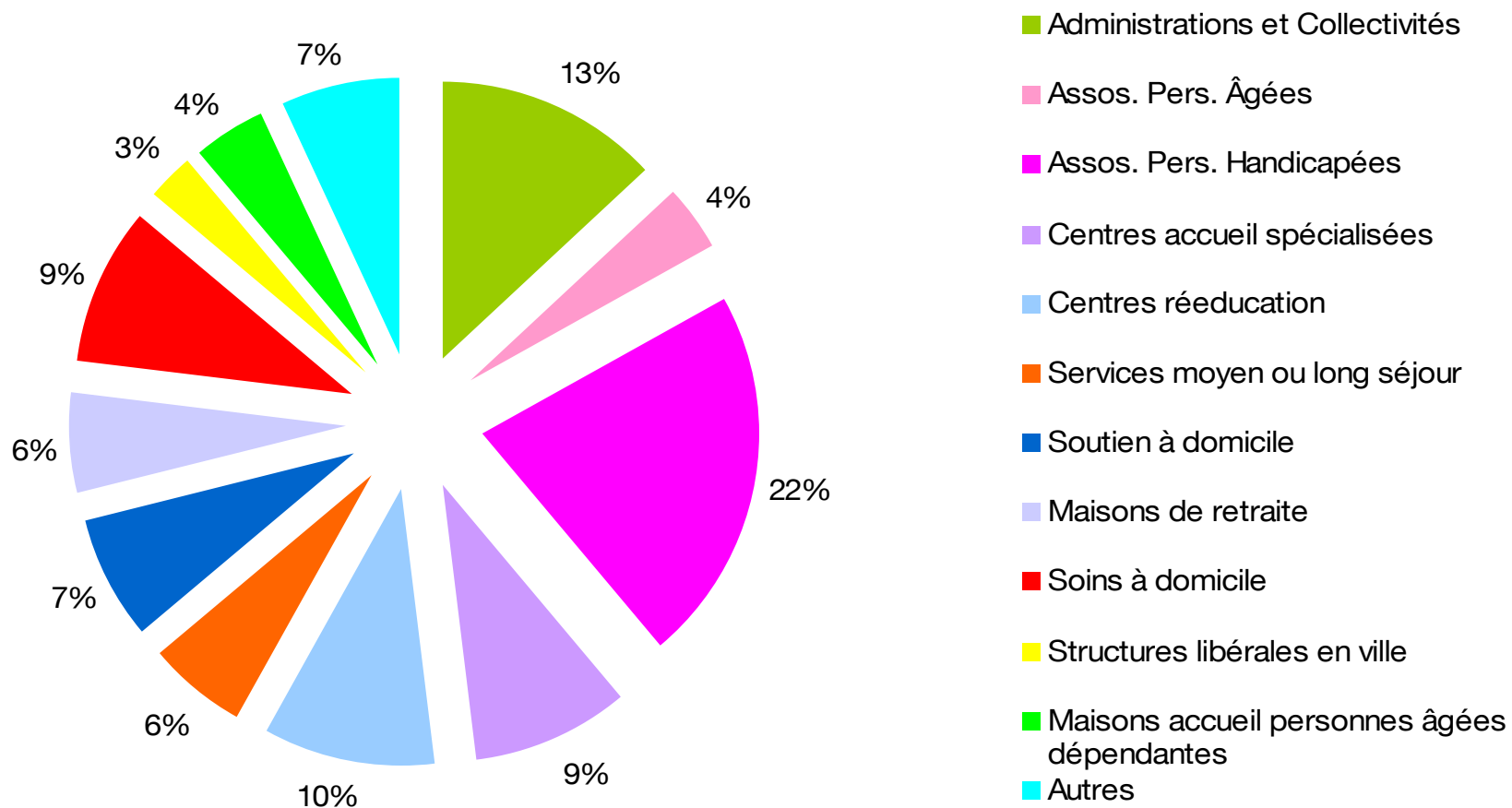
56% des visiteurs professionnels manifestent un intérêt pour les offres répondant aux besoins des personnes handicapées et 24% pour celles dédiées aux personnes âgées

■ types de sociétés



visiteurs professionnels 2007

■ type d'organismes ou associations



enjeux pour Orange

- **faire connaître l'implication d'Orange pour l'accessibilité à la communication**
 - expliquer la démarche accessibilité et son dispositif
 - positionner France Telecom Orange sur le marché porteur du Handicap (temporaire ou permanent) et des personnes âgées
 - présenter le dispositif local mis en œuvre : boutiques, VAD, délégués...

- **développer notre proximité avec la cible des offres Autonomie**
 - en rencontrant les personnes handicapées et âgées, leurs proches, nos partenaires (associations, professionnels du handicap, élus...)
 - en assurant la promotion des offres (ventes indirectes vers les boutiques labellisées locales ou la VAD)
 - en répondant aux interrogations des visiteurs

- **contribuer à la visibilité du Groupe en tant qu'acteur responsable**
 - démontrer le leadership d'innovation d'Orange
 - sa volonté de créer des produits : simples, utiles, ergonomiques, accessibles et innovants
 - fournir une preuve concrète : améliorer l'accès aux offres d'Orange et à son réseau de distribution notamment pour les personnes âgées ayant des déficiences et les personnes handicapées

enjeux pour Orange

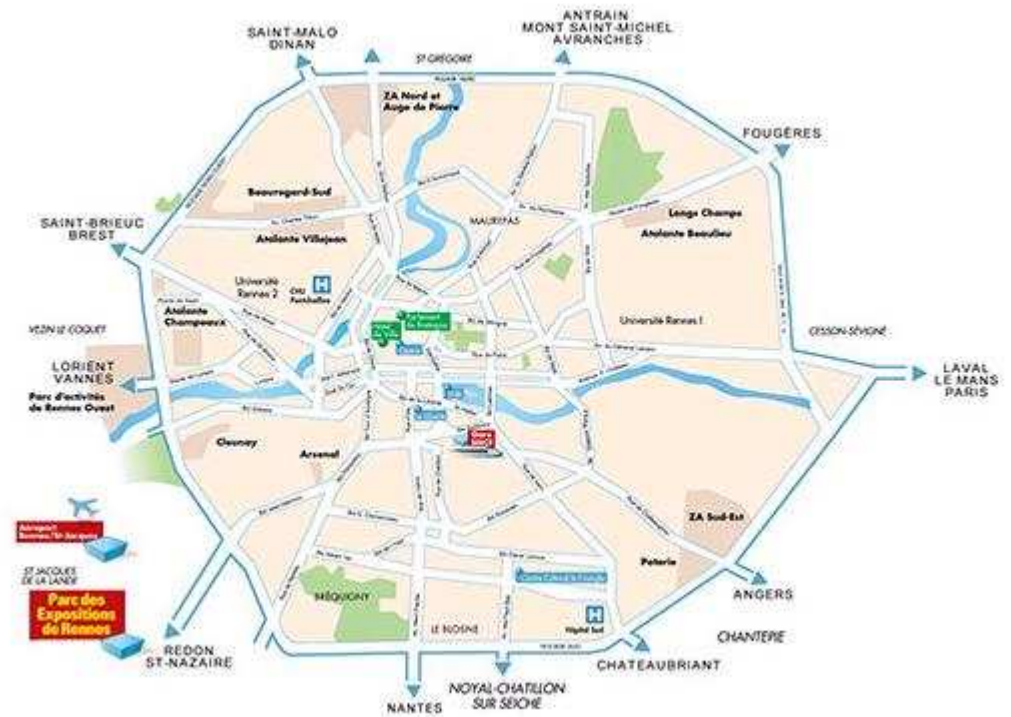
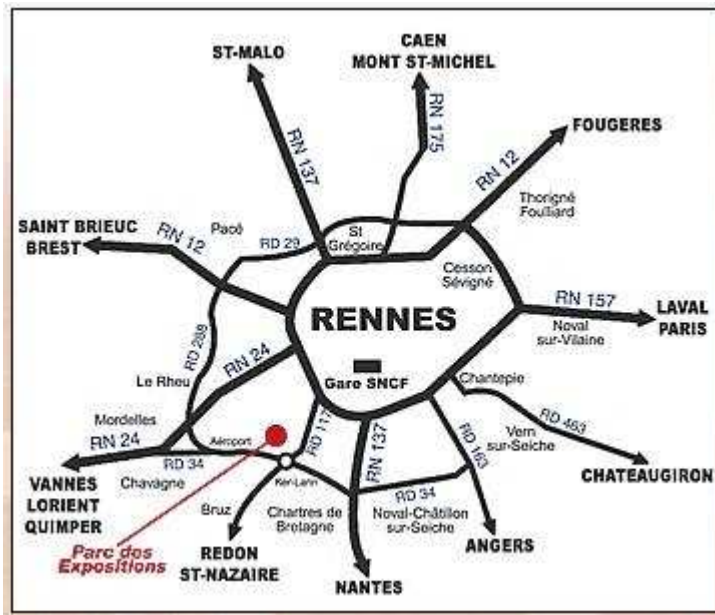
- soutenir l'action commerciale locale

- présentation des offres autonomie (fixe, mobile, internet) tant aux clients particuliers qu'aux professionnels (maisons de retraite; ergonomes; responsables associatifs; accompagnateurs de vie; collectivités locales; etc.)
 - ex : Photophone 200, Assistant vocal, nouvelle version, Doro 345, téléassistance mobile, ocawa...
 - présentation des options et services : dixit, motamo, Orange messenger, offres internet, utilisation de la barre de confort de lecture, démonstration du service-client accessible pour les personnes sourdes et malentendantes, démonstration Ocawa
- implication transverse des collaborateurs du Groupe (conseillers techniques, vendeurs, chercheurs, ergonomes) dans la manifestation

messages fédérateurs sur le stand

- **Orange se mobilise** en faveur de l'accessibilité, la simplicité et l'ergonomie pour l'accès de tous à la communication, notamment des personnes handicapées et des personnes âgées
- **Orange innove** pour rendre accessible son réseau de distribution à distance
 - la mise en accessibilité des sites web : 75 % des sites web internes et externes sont accessibles sans points bloquants à la fin 2008
 - lancement de barre de confort de lecture disponible pour le site : www.orange.fr rubrique « autonomie »
 - lancement de la vente à distance accessible pour les personnes sourdes et malentendantes de la vente à distance en mode dialogue écrit (juin 2009)
- **Orange est proche des clients** en rendant accessible son réseau de distribution
 - une commercialisation plus proche de tous les clients avec des conseillers spécialisés formés à l'accueil des personnes handicapées et âgées en situation de déficience
 - le seul réseau dédié parmi les opérateurs avec 180 boutiques labellisées dont 4 espaces Arc-en-ciel , un Numéro vert dédié 0800 11 22 33, un site web <http://www.orange.fr> rubrique « autonomie », un service client accessible aux personnes sourdes et malentendantes en mode dialogue écrit en temps réel
 - des conseillers formés à l'accueil des personnes handicapées et âgées.
- **Orange conclut des partenariats** : Urbilog, IBSA, Retina, EPN (partenariat avec l'APF, la Fondation Garches...), Handica, Yanous

localisation du salon



plan du parc des expositions



présence du Groupe

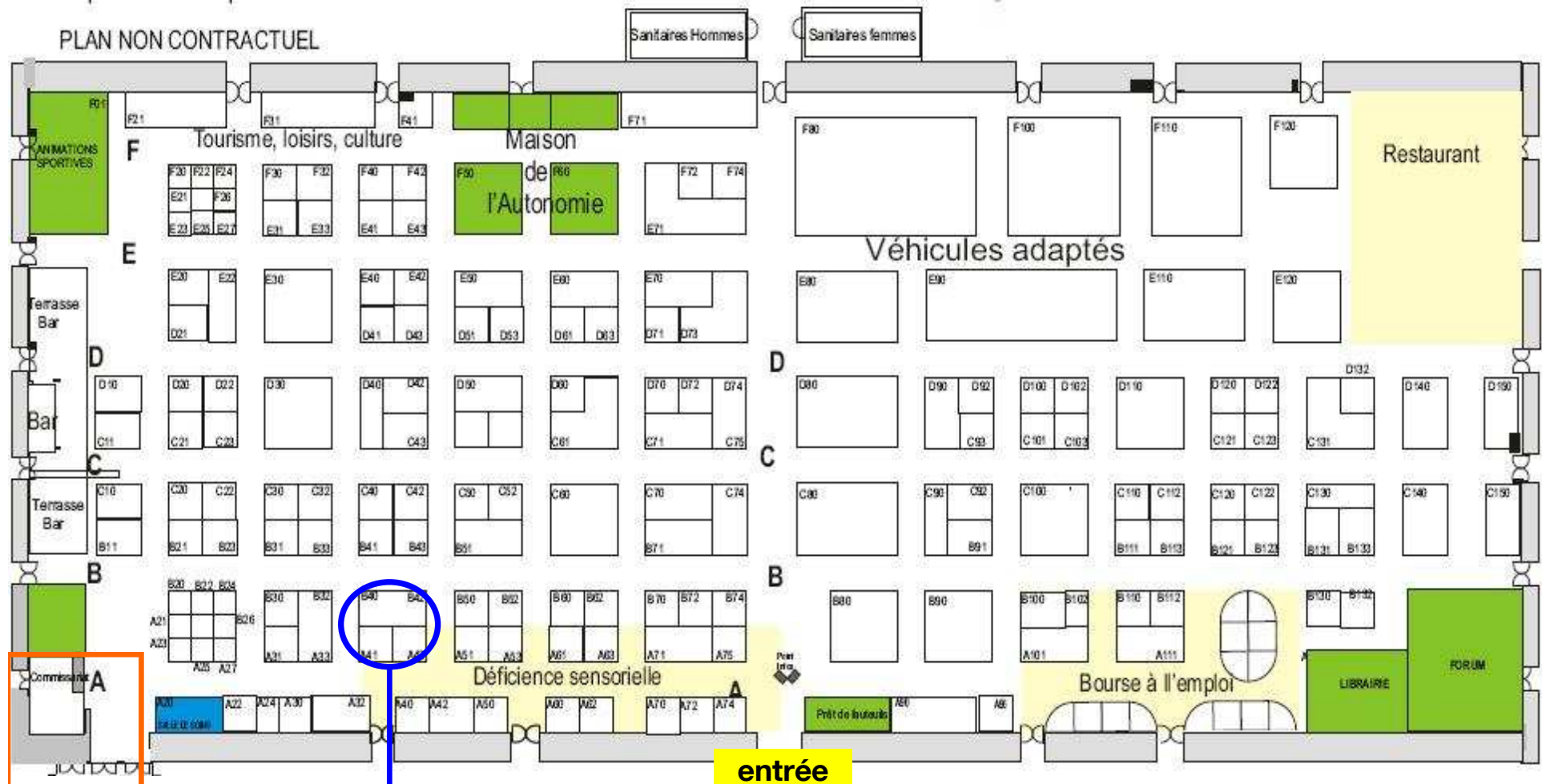
stand Orange

- emplacement B 40 configuré en surface nue de 36 m² en îlot
- stand divisé en 4 pôles
 - pôle 1 : offres Autonomie avec présentation du Doro 345 (lancement prévu le 17 septembre)
 - pôle 2 : offres Autonomie + écran plasma avec diffusion du film de présentation du dispositif
 - pôle 3 : Ocawa
 - pôle 4 : la vente à distance accessible pour les personnes malentendantes et sourdes

la maison de l'Autonomie

- présence de quelques produits de la gamme « les offres autonomie » dans la maison de l'Autonomie (avec renvoi pour les démo sur le stand B40)

localisation du stand B40



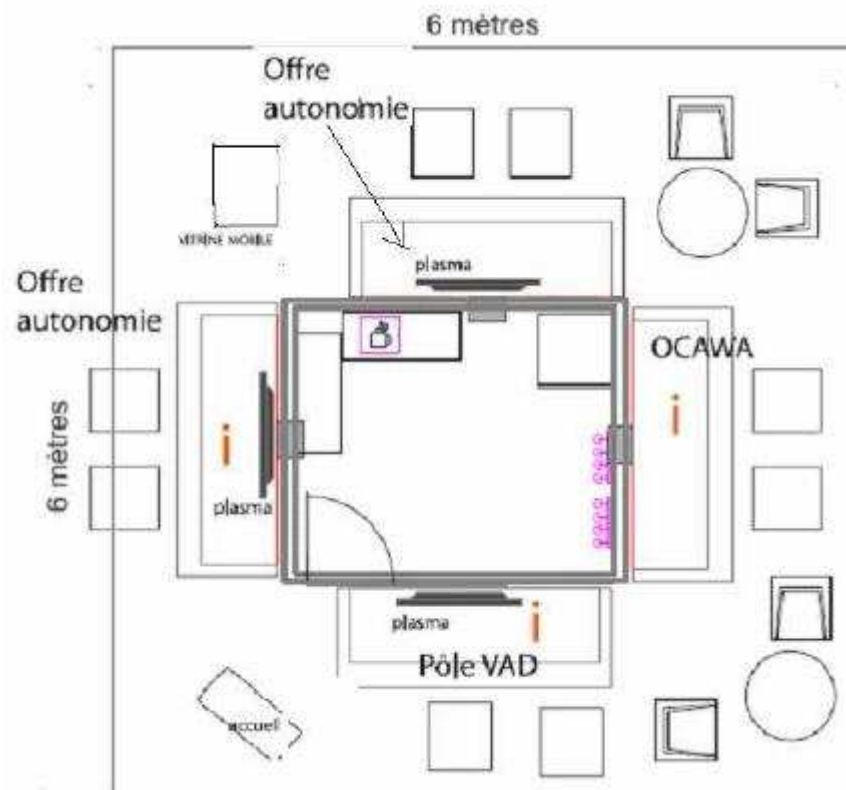
Commissariat
Général
Presse VIP

B 40 – Groupe France Telecom Orange

Direction de l'Accessibilité du Groupe
M. Mai et C. Debeugny

Autonomic Rennes 24 et 25 septembre 2009

le stand Orange



le plan de communication

communication interne

- dossier de positionnement (diffusion interne aux correspondants DAG)
- réseaux des délégués régionaux de la DAG et correspondants de la direction Accessibilité du Groupe
- réseau de communication et relais internes (DRCL, attaché de presse, OPF, RSE, Lob Santé...)
- actualité sur les sites internes dont handicapation
- direction régionale Bretagne, AD , espace Arc-en-ciel Nantes

le plan de communication externe

le dispositif presse

- salle presse
 - un dossier de presse Orange précisant le rôle de France Telecom Orange dans le secteur du handicap et la dépendance (pilotage des contributions transverses DAG et mise à jour, validation Service de presse du Groupe)
 - un communiqué de presse (DAG/DR/DRCL)
- une visite presse sur le stand : visite guidée des différentes postes de démonstrations (à confirmer, en dehors de la visite VIP)
- insertion dans le catalogue exposants
- Insertion dans la presse spécialisée (ex : Faire Face), dans des revues d'associations de personnes handicapées
- couverture, par les journalistes, prévue par l'organisateur ADES

le plan de communication externe

un dispositif publicitaire

- bannière www.orange.fr rubrique « autonomie »
- bannière animée sur le site de handica.com; yanous

marketing direct : le dispositif d'invitations client et consultants

- e-mailing invitation gratuite à cet événement (cible : principales associations du handicap de la région) et institutions locales (DR)
- challenge fiches contact clients sur le stand
- bon de commande disponible sur le stand

une information commerciale

- le catalogue des offres Été/Automne 2009
- CD audio des solutions de vision
- leaflets sur nouveaux produits (l'Assistant vocal nouvelle version, Téléassistance mobile)

le plan de communication externe

visite des VIP (à confirmer par ADES)

- M Le Menn (vice président du Conseil Général), représentants de la mairie de Rennes (à conf.)

« porte parole » lors des visites VIP

- représentants de la DT Bretagne (à confirmer Mme Jacolot, M Drzewiecki)
- représentants de la DR Bretagne (à confirmer M Brunet, M Leclerc, M Dufour)
- représentants de la DAG : M. Germain, Mme Mai (en cas d'absence de M. Germain)
- relations presse : Mme Gelinard et M Leclerc

