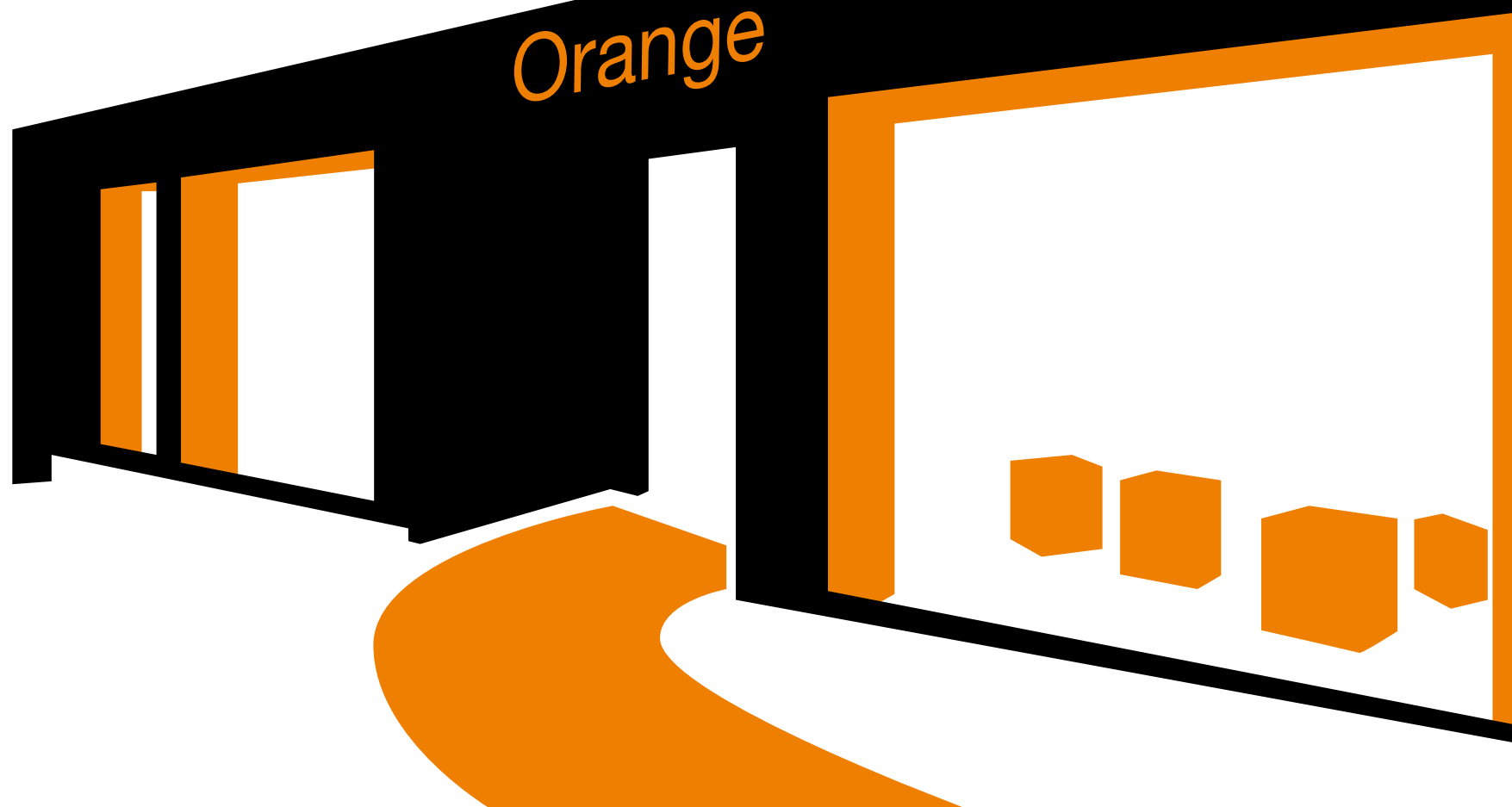


les Très Grandes Boutiques d'Orange : au coeur du service

la preuve à Brest, le 9 juillet 2010



sommaire

	l'édito de Delphine Ernotte	3
Fiche 1	la Très Grande Boutique de Brest	4
Fiche 2	la Très Grande Boutique, boutique phare du réseau d'Orange <ul style="list-style-type: none">■ le réseau des boutiques d'Orange : 3 formats au cœur de la ville■ les spécificités de la Très Grande Boutique■ les clients de la Très Grande Boutique	5-6
Fiche 3	la Très Grande Boutique <ul style="list-style-type: none">■ un espace dédié au service de plus en plus important■ des conseillers à l'écoute	7-8
Fiche 4	la Très Grande Boutique, pensée pour le client <ul style="list-style-type: none">■ le parcours client■ des zones dédiées à la découverte des usages	9-11
Fiche 5	la Très Grande Boutique, 100% de l'offre d'Orange en accès direct <ul style="list-style-type: none">■ toute l'offre grand public (mobile, internet...), 100% connectée■ l'offre pro intégrée■ l'offre accessibilité	12-13
Fiche 6	la Très Grande Boutique, conçue pour s'intégrer dans un environnement urbain <ul style="list-style-type: none">■ le design■ la charte d'engagement pour un réseau durable : une première dans l'univers de la distribution	14-15
Fiche 7	la Très Grande Boutique, un outil pour favoriser l'évolution des collaborateurs <ul style="list-style-type: none">■ le bien-être des collaborateurs intégré à la conception de l'espace■ des formations spécifiques■ les possibilités d'évolutions internes	16-17

le sens du service



Chez Orange le sens du service est une valeur clé, le cœur de notre activité et de notre stratégie.

Aujourd'hui Orange s'est donné pour ambition d'être l'opérateur de confiance, n°1 de la qualité de service.

Devenir l'opérateur préféré des Français c'est être à l'écoute de ses clients et atteindre l'excellence sur le traitement de leurs demandes. Nous devons donc nous donner les moyens de leur apporter la plus grande attention.

Le sens du service, c'est prendre des engagements concrets pour accompagner nos clients tout au long de leur vie numérique et simplifier leur quotidien :

- leur éviter des temps d'attente trop longs ;
- leur proposer des offres adaptées à leurs besoins ;
- leur proposer un accompagnement personnalisé avec un ou des conseiller(s) ;

Le sens du service, c'est aussi innover sans cesse pour répondre aux nouveaux usages et nouveaux besoins des utilisateurs.

Le sens du service, c'est enfin offrir une qualité technique irréprochable pour faciliter la communication à tout moment, où que l'on soit.

Dans ce monde numérique, la proximité avec nos clients est une force que nous voulons cultiver. Notre présence sur le territoire, notre réseau de distribution avec ses 17.000 collaborateurs et 1.200 boutiques, font notre singularité. Pour offrir le meilleur du service d'Orange à tous nos clients nous avons innové en créant au cœur des villes un concept de « Très Grande Boutique ». Ces boutiques phares, depuis les services qui y sont proposés, jusqu'à la manière dont elles ont été conçues (éco conception, confort et richesse du parcours client) en passant par un fort investissement dans la formation des hommes et des femmes d'Orange, sont dédiées à une qualité de service irréprochable.

Véritables lieux de vie ouverts à tous, ces « Très Grandes Boutiques » sont un rendez-vous avec l'univers du multimédia : toute l'offre d'Orange y est concentrée en situation de fonctionnement, et priorité est donnée à l'expérience client - bars à services, bornes tactiles, espaces de détente, wifi gratuit.

La « Très Grande Boutique » de Brest porte le service au cœur même de sa conception, et concrétise dans ses murs l'engagement de toute une Entreprise pour ses clients.

Delphine Ernotte,
Directrice Exécutive,
Adjointe Orange France

Fiche 1 la Très Grande Boutique de Brest

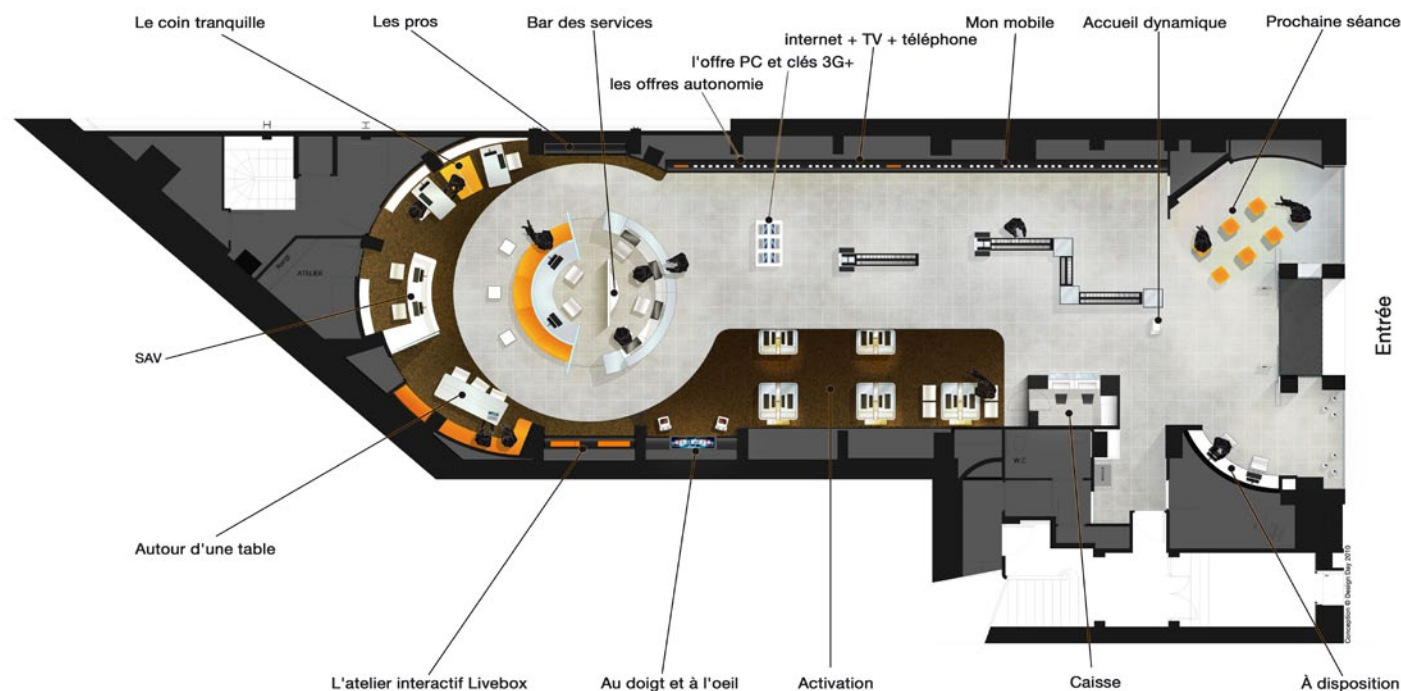
Après Paris (place de la Madeleine et avenue des Champs-Élysées), Bordeaux et Nantes, la Très Grande Boutique de Brest a ouvert ses portes le 30 juin 2010 dans le quartier le plus commerçant de la ville au 58 rue Jean Jaurès.

Sur près de 300 m², une équipe de 23 conseillers accompagne chaque visiteur dans un relais pédagogique des usages et des innovations. L'équipe de vente a été formée spécifiquement pour offrir une qualité de service irréprochable tournée vers l'accompagnement du client.

La Très Grande Boutique de Brest, chaleureuse et moderne, est la boutique d'Orange la plus aboutie du réseau de distribution ; elle est également la première à proposer un espace service aussi important, représentant plus de 40% de la surface de l'enseigne. Les espaces services imaginés pour la Très Grande Boutique de Brest représentent une véritable évolution dans la manière dont l'accueil et le service pour les clients sont conçus.

Le client suit un parcours imaginé pour lui et autour de lui. Il découvre dès son entrée une zone « **prochaine séance** » dédiée à l'univers de la TV d'Orange, il passe devant l'espace « **à disposition** » qui lui permet de se connecter à internet gratuitement, et découvre au fil de sa visite les services d'Orange :

- un « **bar des services** » met à sa disposition des conseillers et des techniciens spécifiquement formés pour répondre à ses questions et réaliser des prestations d'installation, configuration, paramétrage ou autre aide à l'utilisation
- des zones de découverte et de pédagogie au travers de **bornes tactiles interactives et de produits connectés** pour surfer, tester et découvrir de manière innovante les services et les offres Orange
- un espace « **service après vente** » animé par des conseillers-experts permettra de mettre à jour des logiciels, de réaliser des échanges standards de produits...
- un « **coin tranquille** », dédié plus spécifiquement aux rendez-vous nécessitant calme et discrétion, est également prévu afin d'offrir un maximum de confort aux visiteurs.



Tout a été conçu pour offrir un accompagnement personnalisé qui répond à chacun des besoins des clients et prodiguer le meilleur service possible.

Fiche 2 la Très Grande Boutique, boutique phare du réseau d'Orange

le réseau des boutiques d'Orange : 3 formats au cœur de la ville

Pour mieux répondre aux besoins de chacun, Orange fait évoluer depuis 2006 les concepts de son réseau de distribution.

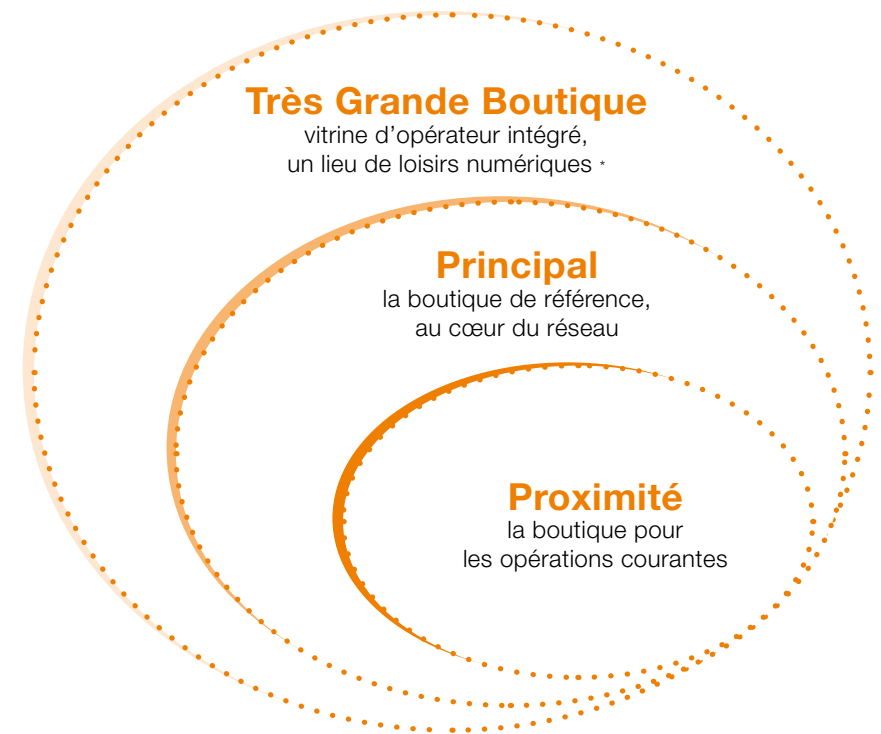
L'objectif : offrir une expérience en boutique plus agréable et sereine, plus interactive et ludique.



Carte des boutiques Orange en France

le réseau de distribution d'Orange

- 635 boutiques Orange et points de vente partenaires
- 100% du territoire couvert
- 3 formats de boutiques, tournés avant tout vers le client et incarnant les valeurs de service, d'accompagnement et de convergence numérique d'Orange



* dans les 20 plus grandes villes de France

les spécificités de la Très Grande Boutique

La vocation de la marque Orange est « d'apporter l'offre de services la plus riche, la plus large au plus grand nombre. C'est d'apporter les bienfaits du numérique, de la société numérique, du tout numérique, au plus grand nombre » (Stéphane Richard).

Dès l'été 2010, les Très Grandes Boutiques symboliseront ce nouvel Orange : plus qu'un opérateur de télécommunications, c'est l'ambition de devenir un opérateur de services pour tous qui a guidé l'évolution de ces concepts.

Imaginée comme un lieu d'expérience et d'accompagnement, elle dispose d'une surface plus grande, un personnel plus nombreux, une offre élargie, avec une attention particulière portée à l'après-vente et une aide à l'usage.

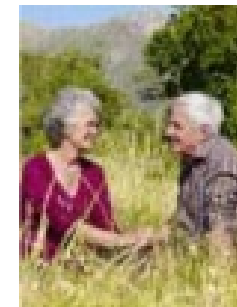
Les clients pourront y découvrir des dispositifs exclusifs pour comprendre et utiliser les nouvelles solutions numériques et s'approprier la richesse des contenus Orange sur le mobile, internet et la TV. L'intégralité des terminaux présentés est connectée.

les clients de la Très Grande Boutique

La « Très Grande Boutique » Orange s'adresse à tous les publics :

- jeune technophile passionné par le monde numérique
- senior qui découvre les nouvelles technologies, avide d'apprendre ou bien appréciant d'être rassuré
- professionnel à la recherche d'une solution business
- famille avec adolescents férus en Internet, TV, foot, cinéma...
- personnes handicapées et âgées en situation de déficience...

Elle permet à tous d'accéder au meilleur d'Orange, de prendre le temps de découvrir, de donner les moyens d'en comprendre les bénéfices et la facilité d'usage.



Fiche 3 la Très Grande Boutique

un espace dédié au service de plus en plus important

Chez Orange, le sens du service est illustré par la superficie qui y est consacrée au sein de ses boutiques. Depuis plusieurs années, cette tendance s'accélère et se retrouve dans les nouvelles Très Grandes Boutiques d'Orange, où l'espace dédié au service occupe de plus en plus de place.

Le sens du service est perceptible dès l'entrée dans les Très Grandes Boutiques d'Orange. Dès leur arrivée, les clients peuvent circuler librement dans tout l'espace en attendant qu'un conseiller les prenne en charge.

Dans la Très Grande Boutique de Brest, l'espace dédié au service et à l'accompagnement du client s'agrandit, et un espace communautaire est désormais prévu pour faciliter les échanges : la Très Grande Boutique devient un lieu de vie (numérique) à part entière, et réserve désormais des espaces détente : « autour d'une table » et « à disposition » pour se connecter en Wi-Fi gratuitement.



des conseillers à l'écoute

Des spécialistes à mon service pour installer, utiliser, configurer mes offres et services et customiser mes produits: quel que soit mon besoin, Orange me proposera une réponse ici :

- je veux transférer mon carnet d'adresses de mon ancien à mon nouveau mobile ? Je veux comprendre comment fonctionne la VoD sur ma télévision ?

Le « bar des services » m'accueille et traite les prestations rapides et techniques.

- j'ai une question de facturation, et souhaite éclaircir certains points en direct avec un conseiller ?

Un coin tranquille me permet d'échanger de manière sereine avec un conseiller dans les meilleures conditions.

Pour répondre aux besoins de chacun de ses clients, Orange a imaginé dans la conception de ses boutiques une réponse adaptée pour offrir le meilleur service, dans les meilleures conditions.



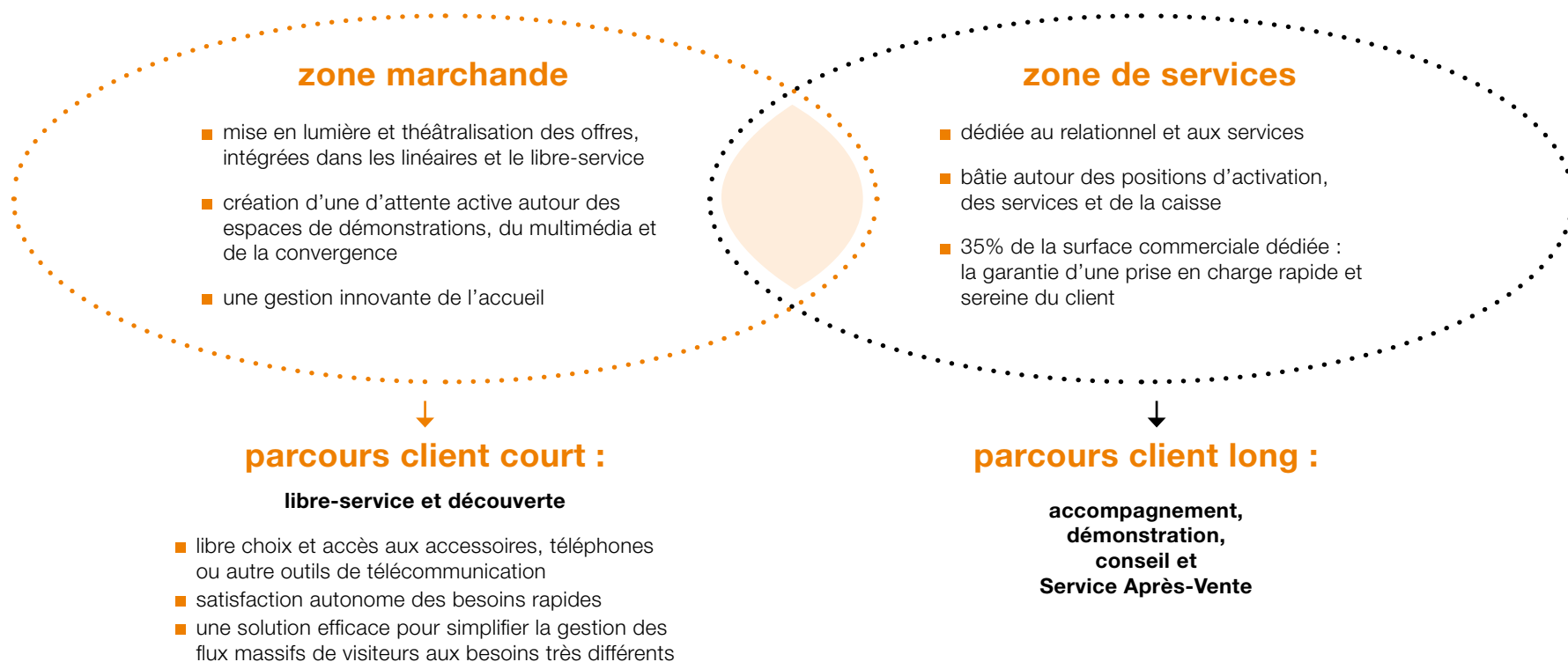
Fiche 4 la Très Grande Boutique, pensée pour le client

le parcours client

En entrant dans une boutique, certains -
renseignés, autonomes et à l'aise avec l'univers
multimédia - souhaitent pouvoir découvrir et
tester par eux-mêmes les services et les offres.

D'autres attendent de l'enseigne un
accompagnement personnalisé basé
sur le conseil, le dialogue et l'échange.

Deux démarches qui doivent pouvoir
coexister au sein d'une même boutique.
C'est ce constat qui a conduit à la création du
parcours client chez Orange : 2 zones pour
2 parcours au sein d'une même boutique.



Pour plus de dynamisme, la PLV (promotion sur le lieu de vente) fait appel aux nouvelles technologies via des écrans qui diffusent les nouveautés, les promotions et les événements commerciaux

des zones dédiées à la découverte des usages

Depuis l'extérieur, les passants peuvent découvrir l'univers d'Orange à travers la vitrine qui les séparent de l'intérieur de la boutique : Orange, acteur du divertissement concrétisé par des pôles de démo par usage, disposés dès l'entrée du magasin, et tout au long du parcours client.

Les contenus et services Orange sont ainsi mis en situation sur les trois écrans (TV, PC et mobile) : dans la zone « **prochaine séance** » pour découvrir les contenus de la TV d'Orange, du côté des mini-PC pour s'initier aux loisirs multimédia, et des accessoires ...

autant d'univers qui pourront être découverts en compagnie d'un conseiller ou en libre service :

- les jeunes techno-addicts pourront découvrir et tester librement tout l'univers du loisir d'Orange grâce à la découverte en libre autonomie : des bornes tactiles sont mises à leur disposition pour découvrir de manière interactive l'univers de la livebox ou de leur mobile.

Ils pourront s'ils le souhaitent être accompagnés dans leur choix final par des conseillers au moment de leur décision d'achat

- les férus d'innovation et de nouvelles technologies auront libre choix de découvrir les derniers produits d'Orange au fil de leur parcours
- les seniors, parfois moins à l'aise avec les nouvelles technologies, seront accueillis et accompagnés par des vendeurs qui pourront leur proposer un support de formation par les conseillers techniques afin de les aider à prendre en main un nouveau terminal ou à utiliser un nouveau service souscrit
- et pour tous, une borne située derrière le bar des services permet de recycler son mobile usagé



A chaque client ses besoins, son accompagnement, via des espaces adaptés à ses usages et aux différentes étapes de son parcours.



Tom a reçu un e-mail de Emma : elle a besoin des photos de leur nouvelle maison pour les montrer à ses amies.

pour aider Tom à les lui envoyer, touchez ici

TV d'orange jeux mobiles mes communautés orange maps mail mobile internet

découvrez les meilleurs mobiles pour le service mail mobile

voir la démo de ce service sur l'un des mobiles présentés

plus de mobiles

TV d'orange jeux mobiles mes communautés orange maps mail mobile internet

Profitez à 100% de votre smartphone avec Origami en version plus

A partir de 43,90€/mois, choisissez 1h à 6h d'appels selon vos besoins et vivez une expérience 100% smartphone

- internet illimité : sur tout le réseau 3G/3G+ d'Orange
- e-mail illimités : réception et envoi de tous vos e-mails avec pièces jointes
- wi-fi illimité : connexion wi-fi à plus de 30 000 hotspots Orange wifi access
- un avantage au choix parmi TV, sport, GPS, Orange cinema series ou assurance du mobile
- SMS illimités

Promotion : Origami en version plus au prix d'Origami pendant 6 mois soit jusqu'à 84€ de réduction

Offres soumises à conditions et valables en France métropolitaine. Conditions et tarifs au 10/06/10 avec un engagement minimum de 12 mois. Sous réserve de couverture EDGE/3G/3G+. Limitation du débit au-delà d'un usage raisonnable de 500 Mo/mois pour Origami zen plus et de 1 Go/mois pour Origami star plus et first plus jusqu'à la date de facturation. SMS illimités dans la limite de 250 correspondants différents/mois.

imprimer Mentions Légales

TV d'orange jeux mobiles mes communautés orange maps mail mobile internet

Samsung Wave

- Ecran capacitif multipoint ultra lumineux de 3.3"/ Technologie «Super AMOLED»
- Design premium : profilé, très fin (10,9 mm), matériaux nobles (métal brossé)
- E-mails en temps réel grâce au push mail Orange
- Appareil-photo 5 mpixis avec AF & flash / Enregistreur vidéo HD 1280x720 - Sortie TV
- Musique : prise jack 3.5mm - radio FM RDS - reconnaissance musicale...
- Des Widgets communicants: Météo, Friendstream (agrégateur de réseaux sociaux comme Twitter et Facebook), Actualités RSS etc...
- A-GPS avec solution Orange Maps / TV d'Orange & Ligue 1 embarqués (TBC)
- Téléchargez des milliers d'applications sur l'Orange App Shop & le Samsung Apps
- Solution communautaire intégrée : Facebook, Twitter, MySpace
- Connectivité renforcée : Wi-Fi b/g/n, 3G+/Edge, Bluetooth 3.0
- Processeur ultra rapide de 1GHz pour une fluidité et réactivité optimale

convient aussi pour

- jeux mobiles
- TV d'orange

souscrivez avec

- Origami version plus

TV d'orange jeux mobiles mes communautés orange maps mail mobile internet

Fiche 5 la Très Grande Boutique, 100 % de l'offre d'Orange en accès direct

toute l'offre grand public (mobile, internet...), 100 % connectée

Les Très Grandes Boutiques d'Orange, vitrines de l'offre et des services de l'opérateur, présentent la particularité de proposer l'intégralité de l'offre commerciale,

entièrement connectée : les 80 mobiles en présentation sont ainsi tous activés et reliés à l'internet. Les options multimedia sont également intégrées afin de faire la

démonstration complète des services d'Orange et possibilités offertes par les différents terminaux mobiles ou PC.



l'offre pro intégrée

Un linéaire dédié à l'offre Orange Business Service est prévu dans les Très Grandes Boutiques : les spécificités de ces offres, techniques tant qu'en termes d'usages, nécessitent cet espace dédié

consacré aux professionnels qui seront accueillis par des conseillers spécialistes des offres et services dédiés aux professionnels, à l'écart de l'agitation du centre de la Très Grande Boutique.

Ils peuvent prendre rendez vous depuis internet ou une autre boutique et profiter d'un linéaire des produits présentant le meilleur des solutions pro.

l'offre accessibilité

Un linéaire « autonomie » est consacré aux personnes en situation de déficience.

La Très Grande Boutique de Brest est labellisée « offres autonomie » : un label garantissant ainsi un accueil par des salariés spécialement formés pour conseiller ces clients aux besoins spécifiques et les accompagner dans

le choix de solutions adaptées à leur cas, parmi le catalogue d'« offres autonomie » :

- par exemple, les personnes malentendantes pourront trouver des téléphones avec un écran qui transcrit la voix en texte
- inversement, les malvoyants découvriront les solutions de transcription orales des sms reçus...

Le Groupe fait ainsi la preuve de son engagement d'entreprise responsable avec un dispositif complet en faveur des personnes en situation de déficience.



Fiche 6 la Très Grande Boutique, conçue pour s'intégrer dans un environnement urbain

le design

Les grands principes design et architecturaux des boutiques sont harmonisés sur le territoire et au sein même des enseignes, au niveau du mobilier et la scénographie des linéaires. La conception de la Très Grande Boutique de Brest est le résultat de la créativité de la société Design Day et de celles des équipes du Concept et de la Marque d'Orange.

Pour la conception de ses Très Grandes Boutiques, Orange a privilégié le dynamisme des lignes, la chaleur des couleurs

et des matières... Les Très Grandes Boutiques sont conçues pour illustrer les valeurs d'Orange : ouverture, modernité, innovation, responsabilité, confort et avant tout, service pour le client.

- des touches orange et de grands visuels aspirationnels soulignent l'espace, conférant à la boutique simplicité, proximité et élégance, en cohérence avec les valeurs de la marque Orange

- l'éclairage a été particulièrement étudié pour donner plus de confort, de relief
- une fresque positionnée à proximité des postes d'activation met en avant l'engagement responsable d'Orange et apporte une tonalité apaisante, amplifiant le contraste par rapport à la zone marchande, plus dynamique



la charte d'engagement pour un réseau durable : une première dans l'univers de la distribution

Dans le cadre de leur partenariat, Orange a signé avec le WWF une charte s'engageant à intégrer la qualité environnementale dans la rénovation des boutiques Orange.

S'attachant à atteindre des objectifs identifiés autour de 4 thématiques, Orange conçoit ses boutiques dans une optique de respect de l'environnement, notamment en matière de consommation énergétique :

- limitation de la consommation d'énergie électrique imputable à l'éclairage et à la climatisation (engagements chiffrés en kWh/m²/an) selon la surface et la typologie de la boutique
- choix des procédés et des matériaux ayant le plus faible impact possible sur l'environnement
- optimisation de la consommation d'eau
- mise en œuvre des chantiers « verts » et insertion d'un volet environnement dans le book exploitation et maintenance des boutiques

Initiée dans une démarche de progrès, la signature de cette charte implique la mise en place par le WWF et Orange d'un mode de gouvernance spécifique afin de s'assurer de l'efficacité des mesures entreprises.



Un travail particulier sur les matériaux et la conception a été fait afin de respecter les normes environnementales de la Charte WWF signée par Orange.

Fiche 7 la Très Grande Boutique, un outil pour favoriser l'évolution des collaborateurs

A nouveau concept, nouvelles fonctions... avec l'ouverture des Très Grandes Boutiques, de nouvelles équipes sont recrutées, composées en partie par des recrutements internes de salariés de la région, et en partie par des recrutements externes.

Pour tous, des formations dédiées sont prévues afin de leur permettre d'intégrer les nouvelles spécificités des Très Grandes Boutiques. Les opportunités d'évolution sont démultipliées au sein de ces boutiques, dans lesquelles le confort des employés a été largement intégré.

le bien-être des collaborateurs intégré à la conception de l'espace

La boutique de Brest, bâtie de plein-pied, facilite les parcours du vendeur sur la surface commerciale. Dans les coulisses, le back office a été conçu pour favoriser le confort de l'équipe de vente en intégrant les contraintes et besoins de chaque fonction sur 223 m².

Un espace e-learning est dédié à la formation à distance : avec un PC à disposition, il permet de découvrir les nouveaux produits

et offre la possibilité de former en ligne les équipes de vente sur les offres commerciales.

Les salariés ont leur propre espace, un local de vie qui leur est réservé et qu'ils pourront entièrement s'approprier : un confort appréciable au quotidien qui favorise l'échange et la convivialité.

Les responsables ont chacun un bureau, garantissant confort et confidentialité. Ces bureaux sont également destinés à accueillir les collaborateurs pour leurs entretiens individuels ou organiser des séances de coaching pour développer leurs compétences.

des formations spécifiques

Trois temps de formation sont prévus pour chaque nouvelle équipe à chaque ouverture. Une première journée de formation est dédiée aux managers pour leur permettre de :

1. se connaître les uns les autres
2. construire le projet commun
3. définir ensemble les règles de fonctionnement de la Très Grande Boutique
4. préparer la seconde session de formation qui aura lieu avec l'ensemble des collaborateurs de la boutique.

La seconde journée de formation est dédiée à la création d'un véritable « esprit d'équipe » (team building), sur le thème du théâtre. Chacun des membres de l'équipe de la nouvelle Très Grande Boutique est conviée à effectuer cette journée de formation, destinée à créer et resserrer les liens humains.

Une dernière session a lieu avec toute l'équipe, dans l'enceinte de la boutique, pendant deux jours, afin de permettre

à tous de s'approprier les lieux, les animations et les différents espaces : des jeux de pistes, des ateliers pratiques, les règles de vie de la boutique...

L'objectif est qu'à l'issue de ces 4 journées, toute l'équipe se sente liée autour d'un projet commun.

les possibilités d'évolutions internes

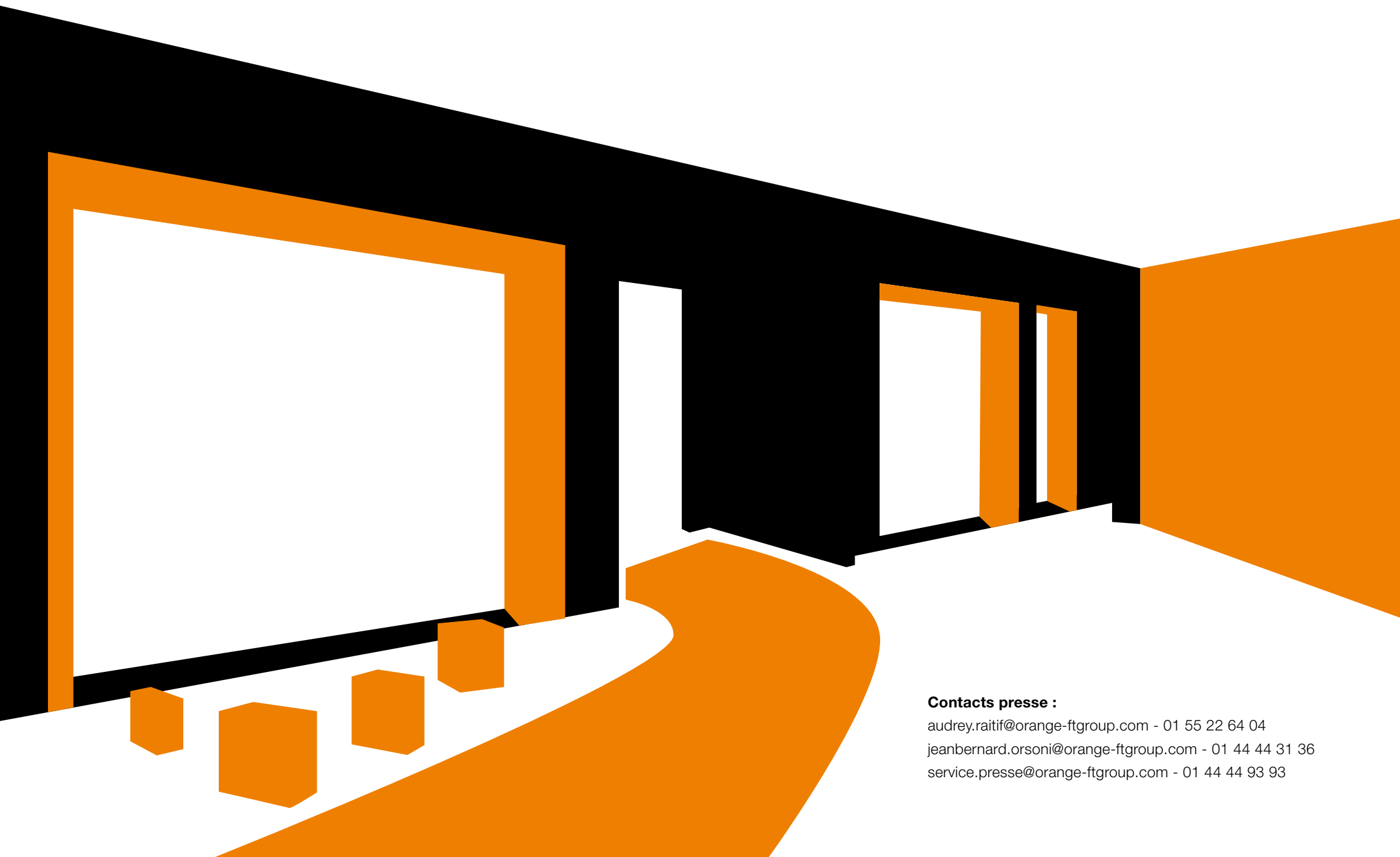
Au sein d'un espace aussi grand que la Très Grande Boutique, les métiers sont très diversifiés : depuis les conseillers techniques aux vendeurs, du responsable boutique aux responsables adjoints, en passant par le gestionnaire de

l'espace de vente, une Très Grande Boutique emploie 20 à 30 personnes.

Développer la responsabilité des vendeurs pour leur permettre à terme de devenir gestionnaire puis futur manager, accompagner les apprentis, recruter de

nouveaux collaborateurs. Les évolutions internes sont encouragées et soutenues dans ces Très Grandes Boutiques, symboles quotidiens de l'engagement managérial annoncé par Stéphane Richard, qui place l'humain au cœur de son activité.





Contacts presse :

audrey.raitif@orange-ftgroup.com - 01 55 22 64 04

jeanbernard.orsoni@orange-ftgroup.com - 01 44 44 31 36

service.presse@orange-ftgroup.com - 01 44 44 93 93