

CHAMP D'ACTION

PARTAGE DES CONNAISSANCES

Faire preuve d'exigence quant à la qualité des contenus, encourager le dialogue interculturel, favoriser la sensibilisation du public aux enjeux du développement durable et faciliter l'accès aux technologies de l'information et de la communication définissent cet enjeu du partage des connaissances, stratégique pour Vivendi dont les métiers sont les principaux acteurs de la révolution numérique.

		Commentaires et actions 2011
Promouvoir le pluralisme de l'information et la qualité des contenus	Mettre en œuvre l'engagement du groupe	<ul style="list-style-type: none"> Le respect de la liberté d'expression est inscrit dans la Charte sur la protection des données et des contenus du groupe. Conformément aux conventions signées avec le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel), pluralisme, qualité et rigueur sont au cœur de la déontologie du Groupe Canal+.
	Garantir la qualité et le pluralisme des contenus	<ul style="list-style-type: none"> Le très bon positionnement des filiales sur leur marché respectif résulte de la qualité de leurs offres et services (voir p. 40). Studiocanal, filiale du Groupe Canal+, possède un catalogue riche de plus de 5 000 films représentant les cinématographies de 60 pays. Canal+ Overseas, filiale du Groupe Canal+, diffuse plus de 300 chaînes internationales, nationales et locales, aux quatre coins du monde. Les agences de presse nationales et internationales nourrissent les actualités du portail Menara de Maroc Telecom, disponible en français et en arabe.
Favoriser le dialogue interculturel	Construire des passerelles entre les cultures	<ul style="list-style-type: none"> Vivendi est partenaire fondateur des Rencontres internationales du cinéma sous la tente de Ouarzazate (voir p. 56). Les partenariats stratégiques locaux permettent aux clients d'accéder à des contenus souvent inédits (voir p. 40). Le Groupe Canal+ propose un bouquet de chaînes dans plus de 30 pays d'Afrique. L'accessibilité multilingue des contenus et services permet de tisser des liens entre les cultures (voir p. 18).
	Favoriser l'esprit d'ouverture entre les peuples et les générations	<ul style="list-style-type: none"> Vivendi a été invité par les Nations unies à intervenir au 4^e Forum de l'Alliance des civilisations (UNAOC) en décembre. Vivendi a reçu des jeunes leaders du <i>MENA Fellowship Program</i> (voir p. 32-33). Canal+ propose à ses publics une ouverture sur le monde grâce notamment à une programmation cinématographique riche qui accorde une place importante aux films étrangers et au cinéma de genre. Grâce à ses chaînes événementielles et aux coproductions (voir p. 18), Canal+ Overseas œuvre pour le rayonnement des cultures ultra-marines et africaines.
Sensibiliser au développement durable	Faire connaître les enjeux de développement durable	<ul style="list-style-type: none"> Par une offre documentaire engagée (<i>Makay, les aventuriers d'un monde perdu; Paris Clichés / Paris clichés; Familles no carbone...</i>), la chaîne Canal+ sensibilise ses abonnés à des enjeux de développement durable et nourrit leur esprit critique. SFR incite ses clients à l'éco-consommation : plus de 350 000 mobiles ont été collectés.
	Contribuer à des causes d'intérêt général	<ul style="list-style-type: none"> Universal Music Group et Blizzard Entertainment se sont mobilisés pour soutenir les populations sinistrées au Japon. Activision Publishing a versé trois millions de dollars au <i>Call of Duty Endowment</i> œuvrant pour la réinsertion professionnelle des anciens combattants de l'armée américaine. Partenaire télécom du Sidaction depuis 2009, SFR mobilise chaque année son savoir-faire, ses infrastructures et ses salariés bénévoles.
Faciliter l'accès aux TIC et aux contenus : lutter contre les fractures numériques	Investir dans les régions isolées	<ul style="list-style-type: none"> Le groupe Maroc Telecom a couvert 1 707 communes rurales supplémentaires dans les pays du continent africain où il est présent. Il poursuit ses programmes de câbles à fibre optique. SFR a signé un accord national visant à renforcer le déploiement de la fibre optique en dehors des zones très denses du territoire français.
	Accompagner les personnes à faibles revenus	<ul style="list-style-type: none"> SFR et Emmaüs Défi ont poursuivi leur programme de téléphonie mobile solidaire. Le groupe Maroc Telecom renforce l'accessibilité sociale des technologies de l'information et de la communication (TIC), par des offres spéciales étudiants et en soutenant des associations locales (voir p. 56). GVT est l'opérateur leader du marché brésilien en matière d'offres Internet à prix abordable. 75 % de ses clients bénéficient d'un débit supérieur ou égal à 10 Mbp/s.
	Favoriser l'autonomie des personnes handicapées ou âgées	<ul style="list-style-type: none"> L'innovation est au cœur de l'accessibilité : lancement par SFR de formations à la prise en main de l'iPhone pour ses clients déficients visuels ; lancement par Maroc Telecom de Vocalis, solution mobile pour personnes malvoyantes ; facturation en braille et assistance client spécifique pour personnes malentendantes par GVT. <i>World of Warcraft</i>® de Blizzard Entertainment, qui intègre de multiples adaptations selon les déficiences visuelles, est l'un des jeux les plus accessibles du marché.

Groupe Canal+

- Dans sa Charte éthique, le Groupe Canal+ s'est engagé à respecter le pluralisme : « *Dans le respect des principes constitutionnels de liberté d'expression et de communication et de leur indépendance éditoriale, les chaînes assurent le pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion (...), veillent au respect des différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses, (...) font preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information (...)* ».
- Dans le cadre de la Convention signée entre le Groupe Canal+ et le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), la chaîne « *assure le pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion, notamment dans le cadre des recommandations formulées par le CSA. Elle s'efforce de respecter ce pluralisme dans des conditions de programmation comparables. Les journalistes, présentateurs, animateurs ou collaborateurs d'antenne veillent à respecter une présentation honnête des questions prêtant à controverse et à assurer l'expression des différents points de vue.* » (article 8).
- Afin de préserver son indépendance éditoriale, la chaîne d'information continue i>Télé s'est engagée auprès du CSA à disposer :
 - d'une direction exclusivement attachée à la chaîne ;
 - d'une rédaction de journalistes et de rédacteurs en chefs placée sous la responsabilité hiérarchique de la direction et sans aucun lien hiérarchique avec le Groupe Canal+ ;
 - de relations entre la chaîne et les différentes sociétés du Groupe Canal+ formalisées par des contrats, établis dans les conditions du marché, validées, le cas échéant, par les commissaires aux comptes.

Maroc Telecom

- Le portail Menara, édité par Casanet, filiale de Maroc Telecom, est alimenté par diverses sources d'information. L'équipe de rédaction, entièrement indépendante des objectifs commerciaux, publie des actualités en arabe et en français à partir d'agences de presse nationales ou mondiales (Agence marocaine de presse, Agence France presse, Al Jazeera, ...). Le service TV et radio sur ADSL comprend, quant à lui, 101 chaînes de télévision et 26 chaînes de radio nationales et internationales.

Groupe Canal+

- La qualité des contenus et programmes du Groupe Canal+ est régulièrement récompensée. Ainsi en 2011, il a obtenu 73 nominations de films et programmes TV à la 68^{ème} édition des Golden Globes, 32 de ses films, préachats ou acquisitions ont été nommés aux César 2011 et les films du Groupe Canal+ ont remporté 18 César et 16 Oscars en février 2011. Par ailleurs, la chaîne Canal+ a été primée lors de la 26^{ème} édition du Festival européen du journalisme Scoop Grand Lille pour les enquêtes *Irak : les enfants sacrifiés de Falluja* (réalisé par Feurat Alani et produit par Baozi Prod) et *Bébés volés : l'incroyable scandale* (réalisé par Caroline du Saint et produit par la société Capa).
- De plus, Studiocanal a été élu « distributeur européen de l'année » au *Cartoon Movie 2011*, Forum de la coproduction de films d'animation européens (4 mars 2011). Ce prix récompense notamment le travail accompli sur *Le voyage extraordinaire de Sammy*. Studiocanal est le leader en Europe dans la coproduction, l'acquisition et la distribution de longs métrages de cinéma, et le seul à opérer sur les trois principaux marchés européens : France, Royaume-Uni et Allemagne. Studiocanal dispose également d'une activité de ventes internationales de premier plan, ainsi que d'accords de distribution de son catalogue portant sur le reste du monde.
- En matière de pluralisme, Canal+ Overseas, filiale du Groupe Canal+ en charge de l'international et de l'Outremer français :
 - assure la diffusion de plus de 300 chaînes par satellite sur ses marchés répartis sur les différents continents ;

- édite plus de vingt chaînes destinées et adaptées à l'Outre-mer français, à la Pologne et à l'Afrique subsaharienne ;
- produit chaque année, à travers ses filiales Canal Overseas Productions et Canal+ Afrique, de nombreuses œuvres audiovisuelles (plus de 200 au total).

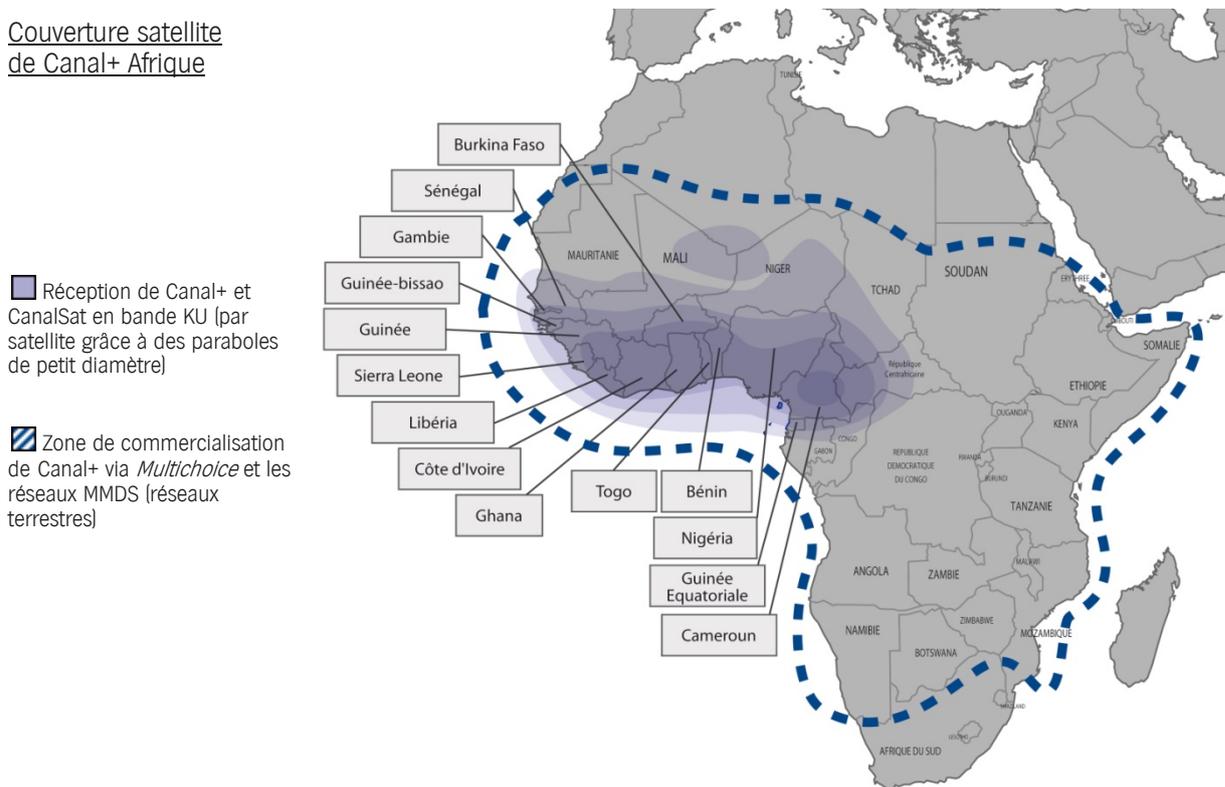
En 2011, Canal+ Afrique a ajouté des chaînes nationales comme RTNC et Télé Congo (République Démocratique du Congo) ou ORTB (Bénin) ainsi qu'une radio ivoirienne (RTI) désormais accessible dès son bouquet d'entrée. 22 chaînes et radios africaines sont ainsi disponibles sur le bouquet de Canal+ Afrique.

Favoriser le dialogue Interculturel / Construire des passerelles entre les cultures

Groupe Canal+

- A travers sa filiale Canal+ Afrique, Canal+ Overseas édite la chaîne Canal+ spécifiquement pour le continent africain, qui est diffusée dans plus de 30 pays d'Afrique subsaharienne. Cinéma, divertissement, sport, la grille des programmes est similaire à celle de Canal+ France et complétée par de grands événements sportifs tels que la CAN (Coupe d'Afrique des Nations) et des émissions spécifiques propres comme Talents d'Afrique. Il est possible de s'abonner à CanalSat Horizons, bouquet de chaînes en langue française, dans toute l'Afrique subsaharienne (à l'exception de l'Afrique du Sud), ce qui constitue une véritable innovation sur le continent africain. CanalSat Horizons est aujourd'hui composé de plus de 75 chaînes, radios et services. En intégrant des chaînes africaines à son bouquet, Canal+ Afrique permet notamment à des zones reculées de certains pays de recevoir des chaînes nationales qui jusqu'alors n'étaient pas diffusées dans leur région.

Couverture satellite de Canal+ Afrique



- Sept télévisions privées d'Afrique francophone dont STV2 (Cameroun) et 2STV (Sénégal), deux chaînes disponibles sur le bouquet CanalSat, ont participé le 27 février 2011 à la Journée de la Télévision Africaine, initiée par le CFI (Canal France International), l'agence française de coopération médias. Pendant plus de huit heures en direct du festival de cinéma, le FESPACO, ces sept télévisions privées d'Afrique francophones ont produit ensemble la première « Journée de la Télévision Africaine ». Celle-ci offre ainsi la possibilité de proposer, pour la première fois, à 100 millions de téléspectateurs potentiels, une programmation commune, 100 % Afrique, véritable panorama de la production africaine.

Groupe Canal+

- Le Groupe Canal+ propose à ses publics une ouverture sur le monde et sur les genres cinématographiques grâce à son offre éditoriale. En 2011, parmi les temps forts de Canal+ Cinéma, nous pouvons citer *La séance de Mouloud Achour*, le nouveau rendez-vous hebdomadaire à destination d'un public féru de cinéma décalé et de pop culture ; la mise en avant du cinéma iranien avec la programmation du film *Les chats persans* suivi d'un documentaire exclusif, véritable état des lieux du cinéma dans un pays qui emprisonne ses réalisateurs ; *La dernière vague* de Stéphane Bergouhnioux et Jean-Marie Nizan ; la *Séance nouveau genre* qui poursuit son exploration des nouvelles formes du cinéma de genre dans le monde entier ; une carte blanche offerte à Jean Dujardin à l'occasion de la sortie en salle de *The Artist* ; ou encore le renouveau du cinéma d'exploitation avec la diffusion d'un documentaire exclusif signé Didier Allouch, *Grindhouse, the next G*.
- Le cinéma africain est au cœur de la programmation de Canal+ avec la diffusion tous les mois de l'œuvre cinématographique d'un réalisateur africain. Ont été diffusés dernièrement sur Canal+ : *Bal poussière* et *Une couleur café* de l'Ivoirien Henri Duparc, *Min Ye* du Malien Souleymane Cissé, *La Nuit de la Vérité* de la Burkinabée Fanta Régina Nacro, *Mooloadé* du Sénégalais Ousmane Sembene, *Ezra* du Nigérian Newton Aduka et *La vie sur terre* du Mauritanien Adderahmane Sissako ou encore *Le Fauteuil* du Burkinabé Missia Hébié.

Sensibiliser au développement durable / Faire connaître les enjeux de développement durable

SFR

- Depuis 2003, SFR collecte les mobiles usagés, batteries et accessoires de toute personne, quel que soit son opérateur. Les utilisateurs sont incités à adopter un comportement responsable grâce à un dispositif gagnant-gagnant : pour tout mobile rapporté, un bon d'achat est remis selon la valeur du mobile et 2€ sont reversés par SFR à des associations partenaires comme La Voix de l'Enfant et Fondaterra. La valeur des mobiles usagés est estimée selon le modèle et leur état en fonction d'une grille d'argus mise à jour tous les mois par le prestataire qui les revalorise pour les revendre dans les pays où la téléphonie mobile peut être un accélérateur de développement ou par les Ateliers du Bocage pour rentrer dans le réseau d'économie solidaire Emmaüs France. Les mobiles qui ne sont plus réutilisables sont recyclés en respectant les obligations environnementales. En 2011, plus de 350 000 mobiles ont ainsi été collectés par SFR.

Groupe Canal+

- Pour sa rentrée documentaire 2011-2012, Canal+ a réaffirmé une politique documentaire en prise avec le monde actuel. Valeurs humaines, cohésion sociale, construction d'un monde durable, ouverture aux autres cultures sont toujours au cœur du questionnement des documentaires de *prime time*. Pour Christine Cauquelin, Directrice des documentaires : « *Eveiller les consciences et aiguïser la curiosité, ouvrir l'esprit sur d'autres cultures et des modes de vie alternatifs, sensibiliser aux défis majeurs du siècle, réaffirmer un destin commun dans une France et un monde solidaires, [c'était] cette année encore, l'ambition du documentaire sur Canal+* ».

L'antenne s'est ouverte en septembre avec un projet ambitieux, *Hors jeu : la coupe du monde des sans-abris*, ou comment une aventure sportive peut recréer du lien social autour des exclus de la planète. Puis une passerelle au-dessus du périphérique est établie pour faire dialoguer deux mondes qui s'ignorent : les élèves d'un lycée parisien et ceux d'un lycée de banlieue travaillent ensemble autour d'un procès de la violence dans *Paris Clichy / Paris clichés*. Inventer une nouvelle façon de vivre ensemble, c'est aussi le pari de trois familles qui se sont lancées dans la construction d'un habitat écologique groupé. *Familles no carbone* suit pierre à pierre le parcours de ces pionniers. Avec *Makay, les aventuriers d'un monde perdu*, une *dream team* de scientifiques internationaux nous plonge dans les labyrinthes de l'une des dernières zones inexplorées de la planète, le massif du Makay, au sud-ouest de Madagascar. Une aventure exceptionnelle pour ce premier film d'exploration en 3D-relief (voir les photos ci-après).



© Evrard Wendenbaum / Gédéon Programmes

Sensibiliser au développement durable / Contribuer à des causes d'intérêt général

Activision Blizzard

- Créée par Activision Blizzard en octobre 2009, *Call of Duty Endowment* est une société d'intérêt public à but non lucratif dont l'objectif est d'aider les vétérans à réintégrer la vie professionnelle civile. En 2011, Activision Publishing a fait une donation de trois millions de dollars pour soutenir ce programme et ainsi contribuer à ce que les vétérans de l'armée américaine retrouvent un emploi stable.
- Blizzard Entertainment a participé à l'élan de solidarité pour le Japon : sur la boutique en ligne de mascottes de Blizzard, il a été possible d'acheter un bébé hippogriffe cénarien. Pour une telle mascotte achetée jusqu'au 31 juillet 2011, Blizzard Entertainment reversait l'intégralité du prix d'achat (10€) au fonds d'aide aux victimes du tremblement de terre et du tsunami. Cette action a permis de collecter 1,9 million de dollars grâce à la mobilisation des joueurs de *World of Warcraft*®.



© Blizzard Entertainment

Universal Music Group

- Universal Music Group s'est mobilisé suite à la catastrophe qui a eu lieu au Japon en 2011. En invitant les communautés créatives de l'industrie musicale, UMG est parvenu à créer un vecteur de sensibilisation et de soutien aux victimes. La compilation *Songs for Japan* a permis de collecter plus de 10 millions de dollars, somme entièrement reversée à la Croix Rouge japonaise.



SFR

- SFR a poursuivi son engagement en tant que partenaire télécom du Sidaction 2011. L'opérateur assure la prise en charge technique et financière de l'ensemble du dispositif télécom de l'opération de collecte des promesses de dons, la mobilisation de plusieurs centres d'appel et de centaines de collaborateurs SFR bénévoles pour enregistrer les promesses de dons, la sensibilisation des clients SFR par l'envoi de courriers électroniques et de SMS.



© Didier Cocatrix

- SFR Régie a été récompensé en juin 2011 à l'occasion de la remise des prix *Mobile Awards 2011* organisées par *Stratégies*, pour la campagne de *Mobile Street Marketing* développée pour l'Etablissement Français du Sang. SFR Régie est en effet le premier acteur en Europe à avoir développé une solution de *Push Marketing*¹ géolocalisée massive (près de 4 millions de contacts) à l'échelle nationale. Cette récompense souligne à la fois l'innovation technologique et marketing de SFR Régie, mais également l'audace et la capacité d'un annonceur porteur d'une cause nationale à innover via de nouveaux dispositifs de communication.

Groupe Canal+

- Les équipes de CanalSat ont eu l'idée, en développant le marché de la santé (hôpitaux, maisons de retraites) et en travaillant avec l'équipe du Centre hospitalier régional d'Orléans, de donner accès gratuitement à une chaîne jeunesse et une chaîne découverte à l'ensemble des enfants hospitalisés. Officialisée le 14 décembre 2011, la première opération « CanalSat s'engage auprès du monde hospitalier » a permis à 6 000 enfants hospitalisés de bénéficier gratuitement des chaînes TéléToon et Planète, leur offrant de vrais moments d'évasion pendant leur hospitalisation.

Faciliter l'accès aux TIC et aux contenus : lutter contre les fractures numériques / Investir dans les régions isolées

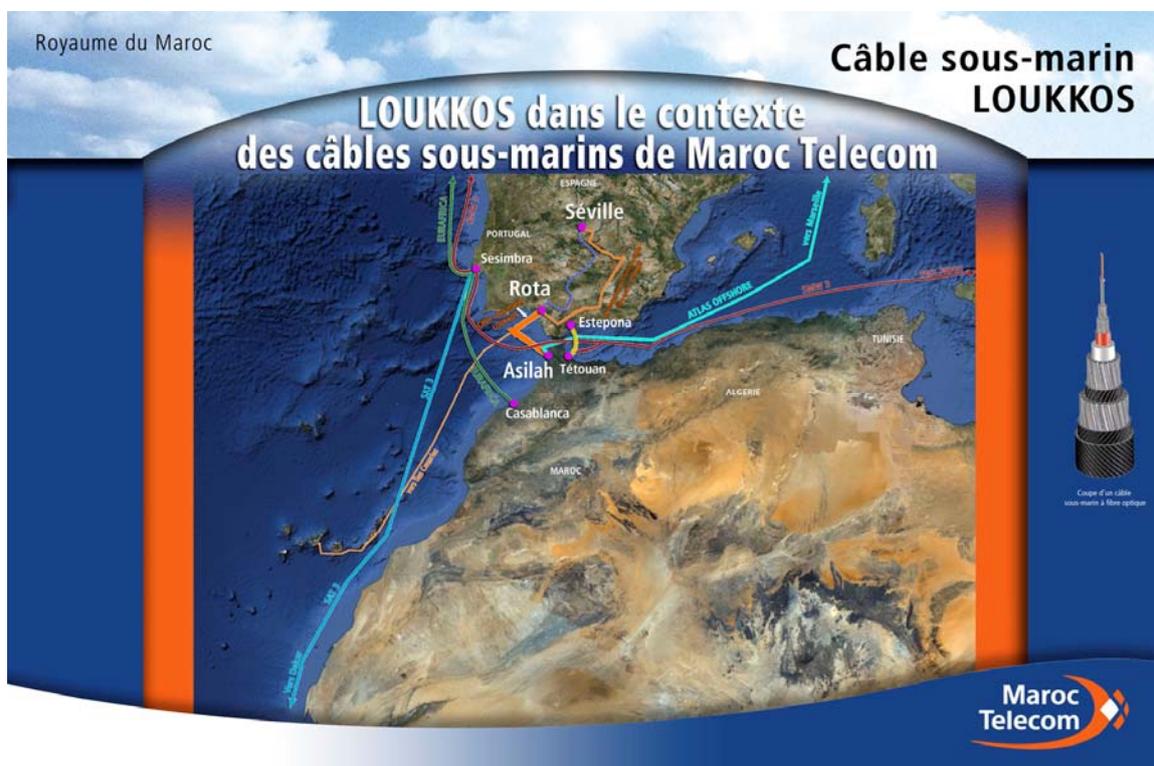
SFR

- SFR a signé en novembre 2011 un accord national avec France Télécom - Orange qui marque une avancée majeure dans le déploiement de la fibre optique en dehors des zones très denses du territoire français. Cette initiative s'inscrit dans la continuité des intentions de déploiement communiquées au Commissariat Général à l'Investissement en réponse à l'Appel à Manifestation d'Intention d'Investissement. Cet accord entre les deux opérateurs désigne, pour chaque commune, l'opérateur responsable du déploiement assurant le meilleur calendrier et la meilleure couverture proposés, afin d'éviter les recouvrements et au bénéfice des consommateurs et des collectivités locales. D'ici cinq ans, près de 10 millions de logements français des zones moyennement denses (hors grandes agglomérations) seront ainsi raccordés en fibres optiques.
- Soucieux de proposer un service de télévision numérique sur l'ensemble du territoire français métropolitain, SFR a lancé, à l'occasion de l'extinction progressive de la diffusion de la télévision en analogique en 2011, une offre de télévision disponible pour tous ceux qui ne peuvent pas bénéficier de la télévision sur ADSL. A l'issue d'une phase pilote menée avec succès fin 2010, SFR propose désormais une offre neufbox avec télévision par satellite. Les utilisateurs de la TV par satellite SFR peuvent accéder à 80 chaînes, dont certaines en haute définition, aux 19 chaînes de la TNT et à un large choix de chaînes thématiques, étrangères et régionales. Couplé à la neufbox de SFR, ce service optionnel complète l'offre existante d'accès à Internet haut débit et de téléphonie illimitée qui reste inchangée par ailleurs. Avec cette nouvelle offre, plus de 98 % des foyers français ont désormais accès à une offre Triple Play de SFR.

[1] Stratégie marketing visant à « pousser » le produit vers le consommateur, à l'aide notamment de la force de vente, de la promotion et/ou en stimulant les intermédiaires de la distribution.

Maroc Telecom

- Maroc Telecom a toujours fait figurer au premier rang de ses priorités les préoccupations sociétales, convaincu que le téléphone et plus généralement les technologies de l'information, contribuent de manière déterminante à abolir les distances et à accroître le bien-être des populations qui en bénéficient. C'est pourquoi il a fait de la réduction de la fracture numérique l'un des trois enjeux majeurs de sa politique de développement durable et a investi massivement depuis des années dans les réseaux mobile et filaire rendant ainsi le téléphone accessible au plus grand nombre. Il recourt à toutes les technologies disponibles et s'appuie sur les énergies renouvelables pour couvrir les régions les plus isolées et répondre aux besoins croissants des populations en matière de communication et d'accès Internet tout en recherchant un juste équilibre entre compétitivité économique, progrès social et respect de l'environnement.
- Maroc Telecom est fortement impliqué dans la réalisation des projets nationaux financés par le Fonds du Service Universel qu'il finance à hauteur des deux tiers environ. Ces projets ont pour objectif de garantir des services de télécommunications dans les zones non desservies par les opérateurs et de promouvoir l'utilisation des nouvelles technologies de l'information, particulièrement auprès des jeunes en milieu scolaire.
Le groupe Maroc Telecom a couvert, en 2011, 1 707 communes rurales, dont 1 384 au Maroc, dans le cadre du programme PACTE (Programme d'accès aux télécoms), mais aussi 55 au Burkina Faso, 186 au Mali, 26 en Mauritanie et 56 au Gabon.
- Maroc Telecom a lancé, en janvier 2012, la pose d'un câble sous-marin international à fibre optique entre le Maroc (Asilah) et l'Espagne (Rota-Séville) dénommé Loukkos. L'objectif est de diversifier la connectivité du Maroc, de renforcer la sécurité du trafic international de Maroc Telecom et de faire face au trafic grandissant de l'Internet tiré par le haut débit. D'une longueur totale de 187 km, le câble Loukkos est opérationnel depuis avril 2012. Les travaux de construction de cette liaison nécessitent un investissement global de près de 143 millions de dirhams (plus de 12,8 millions d'euros) et seront pris intégralement en charge par Maroc Telecom. Loukkos est le deuxième câble sous-marin installé par Maroc Telecom après le câble Atlas Offshore de 1 634 km, construit en 2006, entre Asilah (Maroc) et Marseille (France). A cet investissement s'ajoutera le nouveau câble terrestre à fibre optique en cours de réalisation qui reliera à terme le Maroc, la Mauritanie, le Mali et le Burkina Faso.



© Photothèque Maroc Telecom

- Par ailleurs, en juin 2011, Maroc Telecom a doublé gratuitement les débits ADSL pour ses clients (les débits de 1 à 4 Mbits/s sont passés à 2 à 8 Mbits/s) et a procédé à une baisse du prix du débit de 20 Mbits/s.

Groupe Canal+

- Du 16 au 19 mai 2011, à l'initiative du Conseil Régional de Guyane française, Canal+ Guyane a réalisé une opération ponctuelle sur la commune très isolée de Camopi. Cette opération particulièrement exceptionnelle d'un point de vue logistique a permis d'équiper de paraboles une vingtaine de foyers. Dans cette commune très difficile d'accès, Camopi, un village amérindien de Guyane française d'environ 1 300 habitants, la majeure partie des foyers n'a pas de réception satellitaire. Le Conseil Régional de Guyane a sollicité Canal+ Guyane afin qu'elle offre son expertise aux habitants de la commune. Les équipements nécessaires ont ainsi été acheminés en pirogue, le fleuve étant le seul moyen d'accéder à cette région. Une fois le matériel arrivé, un petit « point de vente » mis à disposition par la mairie a permis à Canal+ Guyane de proposer ses services aux habitants. Mission accomplie pour Canal+ Guyane qui a prévu un nouveau déplacement en 2012 afin de faire un suivi qualité sur les prestations effectuées.

Faciliter l'accès aux TIC et aux contenus : lutter contre les fractures numériques / Accompagner les personnes à faibles revenus

SFR

- Commencé au printemps 2010 sous forme d'expérimentation, le programme de téléphonie solidaire né du partenariat entre SFR et Emmaüs Défi compte en avril 2012 plus de 1 700 bénéficiaires. L'engagement de SFR auprès d'Emmaüs Défi repose à la fois sur du mécénat financier et sur du mécénat de compétences. Le dispositif de téléphonie solidaire permet aux personnes ayant des difficultés financières et sociales de répondre à leurs besoins en matière de téléphonie, sans que cela ne vienne peser trop lourd sur leur budget et tout en permettant à Emmaüs Défi de développer et pérenniser une nouvelle activité créatrice d'emplois en insertion. La généralisation de ce programme aujourd'hui circonscrit à Paris et reposant sur du mécénat exige de définir un modèle économique viable : un nouveau défi qui suppose l'implication de nouveaux acteurs pour favoriser l'accès aux outils de télécommunication pour tous.

Maroc Telecom

- La commercialisation des offres *Injaz* par Maroc Telecom s'est poursuivie en 2011. Ce programme est destiné aux étudiants de l'enseignement supérieur, selon des critères spécifiques d'éligibilité et vise à mettre à leur disposition un service pour l'accès et l'usage des technologies de l'information et de communication. Il comprend un accès à Internet haut débit mobile et un ordinateur portable. L'achat de l'ordinateur et l'abonnement sont subventionnés par le Fonds du Service Universel des Télécommunications (FSUT) et par les opérateurs. Le nombre d'étudiants équipés par Maroc Telecom a augmenté de plus de 150 % en 2011 par rapport à 2010. De même, au travers de l'offre *Nafida*, 19 388 enseignants ont été équipés en ordinateurs et accès Internet haut débit en 2011.

Faciliter l'accès aux TIC et aux contenus : lutter contre les fractures numériques / Favoriser l'autonomie des personnes handicapées ou âgées

Activision Blizzard

- *World of Warcraft* de Blizzard Entertainment est considéré comme l'un des jeux en ligne les plus accessibles du marché. Paroles de joueurs (Article « *15 minutes of fame: legally blind player with hearing loss conquers raid healing* », le 03/11/2011 sur <http://wow.joystiq.com>) :
« *What option has Blizzard included in the UI (user interface) and game that have helped you adapt and be able to play you do?* »
« *Floating combat text, agro sounds, the console command for maximum camera distance, and the ability to increase the chat box text size are all nice additions.* »
Les équipes de Blizzard ont développé des « patch » spécifiques permettant d'adapter les colorations des scènes selon les différentes pathologies de handicap visuel.



© Blizzard Entertainment

SFR

- En juin 2011, SFR a renouvelé son engagement en faveur de l'accessibilité des télécoms aux personnes en situation de handicap dans le cadre de la charte signée par la Fédération Française des Télécoms, le gouvernement et l'ARCEP. Cette charte d'engagements volontaires du secteur des télécommunications pour faciliter l'accès des personnes handicapées aux services de communication électronique s'inscrit dans la continuité de celle signée dès 2005 par les trois opérateurs pour faciliter l'accès des personnes handicapées à la téléphonie mobile. Les quatre principaux engagements sont les suivants : proposer des produits et des services accessibles aux personnes handicapées, informer le grand public des offres accessibles aux personnes handicapées, assurer un suivi clientèle adapté aux besoins des personnes handicapées, et s'inscrire durablement dans une démarche de progrès.



Lors de son événement SFR Player qui a eu lieu en novembre à Paris, SFR a organisé un atelier sur le thème du numérique et de l'accessibilité. Une vingtaine de personnes (collaborateurs SFR, représentants du monde associatif, usagers, partenaires de SFR ou encore entrepreneurs) ont ainsi imaginé cinq concepts innovants pour favoriser l'autonomie des personnes en situation de handicap :

- le frigo « intelligent », qui résout le problème de la lecture des dates de péremption,
 - l'interphone accessible grâce à la reconnaissance vocale,
 - une neufbox de SFR encore plus ergonomique et interactive,
 - l'application Info-incident, pour les transports en commun,
 - l'info-traffic routière accessible grâce à la géolocalisation.
- SFR favorise « le numérique pour tous », et notamment les personnes âgées pour lesquelles le numérique peut être un formidable vecteur de lien social. SFR Player a clôturé son cycle de conférences sur le thème du numérique à travers les âges. À cette occasion, la Fondation SFR a dévoilé les trois projets lauréats de son appel à projets numériques en faveur des personnes âgées lancé en juin 2011. L'association *les petits frères des Pauvres*, pour le projet *Voisin-Age*, a reçu le Grand Prix des Collaborateurs et une dotation exceptionnelle de 30 000 €. Les deux autres lauréats, *Old'Up* et *Alter Ego*, bénéficient d'une dotation de 25 000 € chacun.



© SFR

L'accessibilité du numérique auprès des seniors est une préoccupation de SFR depuis plusieurs années. En 2011, l'opérateur a lancé la solution *SFR Family Connect*, composée de trois éléments : une télécommande à larges touches colorées faisant également office de combiné téléphonique, une caméra vidéo et un boîtier à raccorder au poste de télévision et à Internet pour rendre la télévision interactive. SFR Family Connect permet de garder le contact avec enfants et petits-enfants, de partager à distance des moments de bonheur en photo, de mettre à jour un agenda partagé, enfin la présence d'un bouton d'alerte qui appelle un numéro préenregistré permet de rassurer quant au bien-être et à la sécurité de la personne âgée.

Maroc Telecom

- Maroc Telecom a lancé en septembre 2011 une solution adaptée aux clients non-voyants et malvoyants. L'offre *Vocalis* consiste en un logiciel « assistant vocal » qui permet de vocaliser et de personnaliser les commandes et les textes affichés sur le mobile. Elle donne ainsi un accès complet aux différentes fonctionnalités du terminal aux personnes déficientes visuelles.

Groupe Canal+

- Depuis le 27 avril 2011, l'espace client de Canal+ est accessible aux personnes sourdes et malentendantes. Cet espace leur est accessible dans la rubrique « Sourdligne Canal », grâce à la visiophonie. Ils peuvent ainsi être mis en relation avec un conseiller parlant la langue des signes via une webcam ou le *chat* du lundi au vendredi de 9 à 16 heures. Pour les contacter, il suffit de cliquer sur l'un des boutons appropriés. Ce service est réservé uniquement aux clients sourds et malentendants. De plus, de nombreuses vidéos en LSF (langue des signes française) sont également disponibles afin de découvrir les offres Canal+ et CanalSat, de disposer des conseils utiles pour installer son décodeur ou pour mieux comprendre le fonctionnement de l'espace client lui-même.