

■ La dynamique du segment

Le développement des « centres de relation client » ou plus communément appelés « centres d'appels » est l'aboutissement d'une évolution profonde de la place du client dans la stratégie de développement de l'entreprise. Cette fonction se définit comme un ensemble de moyens humains, organisationnels et techniques mis en place d'afin d'apporter à la demande et aux besoins de chaque client une réponse adaptée à travers une relation à distance. Le marché des centres d'appels continue de croître en France et ses perspectives sont positives pour les années à venir. A la fin 2005, on comptait environ

3 300 centres de relation client répartis sur l'ensemble du territoire national et devrait compter 5 800 en 2008 soit une augmentation constante. Le marché emploie

205 000 personnes soit 0,75 % de la population active (contre 5% aux USA, pays le plus avancé sur ces métiers). 20 % des centres sont en gestion externalisée. En France, le marché est surtout porté par des acteurs français (banques, assurances, administration). Après un pic de création d'emplois en 2000 du à un phénomène de rattrapage et de pénétration du concept en France, on constate des investissements réguliers de la part des outsourceurs par consolidation de sites ou création de nouveaux projets.

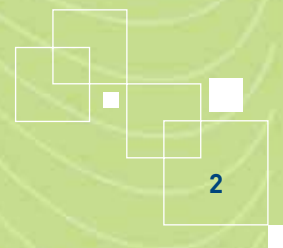
■ L'attractivité de la France pour les nouveaux entrants

La France a des atouts pour attirer des centres de relation client sur des segments à forte valeur ajoutée : centre d'appel à vocation technique sur les métiers de la banque et de l'assurance, les supports informatiques, les métiers de voyagistes...

Le bon niveau de formation de la main d'oeuvre sur tout le territoire assure un recrutement à bac + 2 répondant aux exigences de ces métiers. De nombreuses écoles ont été créées proposant une formation diplômante sur cette filière. L'environnement est également important avec des conditions de travail satisfaisantes, une stabilité de la main d'oeuvre, et un bon niveau de productivité. La qualité des infrastructures techniques de télécommunication reste également un facteur déterminant. Les opérateurs dédiées à cette prestation ont également consolidés leur position en France et proposent des services de bonne qualité.

Créé en 1998, l'Association Française de la Relation Client, (AFRC) a suscité l'élaboration de plusieurs mesures favorables à la reconnaissance de ces métiers et à la professionnalisation de la filière :

- un accord cadre pour la formation professionnelle
- un code de déontologie
- un label de responsabilité sociale : l'objectif est de donner naissance à un corpus reconnu de référentiels pratiques, garantissant des normes de qualité aux consommateurs, aux salariés, aux entreprises
- la création de diplômes BAC Pro « Assistance, conseil, vente à distance », Licence pro téléservices, master dédiés à ces métiers
- la création de journée nationale des métiers de la Relation Clients



De nombreuses collectivités locales sont aussi largement sensibilisées à ce secteur en forte évolution et ont mis en place les outils nécessaires pour un accompagnement de qualité à travers leur offre immobilière et l'incitation financière.

■ International players in France

Créée en 1994 par Bouygues, Bouygues Télécom, opérateur de télécommunication compte 8,3 millions de clients. Bouygues Télécom propose une large gamme de services aux particuliers et aux entreprises. La société a un effectif total de 7 300 personnes dont 2 400 collaborateurs travaillent dans les centres de relation client. L'information commerciale, l'assistance, le recouvrement, la fidélisation sont assurés par le personnel travaillant dans les centres de relations clients depuis des sites français gérés en interne à Issy Les Moulineaux, Strasbourg, Tour, Bordeaux, Nantes et Bourges. La société fait peu appel à l'externalisation et ne souhaite pas off-shorer ces types de prestations. Plusieurs facteurs sont mis en avant : la volonté d'une proximité avec la clientèle, le soin apporté aux demandes des clients.

La filiale du groupe allemand dans les médias et communications Bertelsman, Arvato Services a décidé d'investir 3 millions d'euros dans l'implantation d'un centre d'appels au Havre, qui comptera 300 salariés dès la fin de 2007. Arvato, qui s'est développé en France depuis 1996 à partir d'un siège social implanté à Noyelles-sous-Lens (Pas-de-Calais), ouvre ainsi son sixième centre d'appels dans l'Hexagone et compte aujourd'hui 4500 personnes en France. Les prestations en centre de relation client couvrent des champs d'activité variés tel que l'assurance, l'automobile, les médias.

Le centre du Havre développera des services téléphoniques pour le compte de plusieurs sociétés comme France Télécom, SFR, Air France, TPS ou encore Fréquence Plus. Arvato envisage d'embaucher à terme, entre 200 et 250 salariés supplémentaires pour atteindre les 500 à 550 personnes.