

## Arnaud Montebourg présente ce matin (14 juin 2013) son logiciel anti-délocalisation

Le ministre du redressement productif Arnaud Montebourg doit annoncer demain vendredi 14 juin une série de mesures destinées à favoriser la relocalisation en France. Un objectif ambitieux tant le ministre semble avoir du mal à mettre un terme aux délocalisations. Pourtant, c'est promis, cette fois Arnaud Montebourg va dévoiler son arsenal. Quelles sont donc les armes qu'il mettra sur la table ? Boris Vallaud, le nouveau dircab du ministre (ex du Conseil d'Etat et mari de la ministre du droit des femmes et porte-parole du gouvernement Najat Belkacem) aurait selon nos confrères du JDD prévu trois outils principaux. Un outil d'aide à la décision publique identifiant et promouvant les avantages des régions, et alimentant une base de données sur les bassins d'emplois, l'arrivée de commissaires à l'investissement auprès de chaque préfet de région, et la mise à disposition gratuite aux entreprises, en « Saas » sur internet, d'un super calculateur des économies réalisées en cas de relocalisation de telle ou telle activité sur la France. En à peine... 50 questions et trois quarts d'heure (un net progrès par rapport aux formulaires habituels de Bercy), l'entrepreneur saura combien il gagnera à revenir en France. Si l'idée n'est pas nouvelle, reprise à la « Reshoring Initiative » américaine, l'originalité vient de la prise en compte des coefficients de pondération bien particuliers, comme les bénéfices liés aux écosystèmes d'innovation, l'optimisation des sites, les coûts cachés liés à une délocalisation et... la qualité de la relation client issue d'une meilleure proximité. Or la relation client ne semble pas être considérée comme un axe particulier dans cette politique de relocalisations, et donc ne devrait pas faire l'objet de mesures spécifiques. Sans doute Arnaud Montebourg a-t-il été échaudé par les expériences de ses deux derniers prédécesseurs (Jean-Louis Borloo, Laurent Wauquiez), qui ont tenté de faire rapatrier les centres d'appels, sans succès. En-Contact, présent à la conférence de presse de demain matin, tiendra ses lecteurs informés.

## Des centres d'appels qui relocalisent en Espagne

A l'heure où Arnaud Montebourg se prépare à annoncer ses mesures pour favoriser la relocalisation des industries en France, l'Espagne peut déjà mettre en avant des résultats. Plusieurs opérateurs ont en effet ouvert de nouveaux sites de l'autre côté des Pyrénées, venant en remplacement de leurs unités fermées de l'autre côté de l'Atlantique, en Amérique du Sud. Ainsi, Telefónica a-t-il annoncé son intention de traiter la totalité de sa relation client sur le territoire national, et ouvre un centre d'appels de 1 000 positions à Las Palmas en décembre dernier. Le même mois, Jazztel en ouvrait un dans la province de Guadalajara, et fermait son centre implanté en Argentine. Quelques jours plus tard, Ono relocalisait une partie de son centre d'appel chilien vers la province de Léon. Si les opérateurs

font valoir que leur motivation principale est d'établir une plus grande proximité avec des clients de plus en plus difficiles à retenir, certains observateurs avancent que, suite à plusieurs réformes sur le marché du travail, le différentiel-coût avec les destinations de l'offshore latino-américain ne serait plus aussi significatif qu'il l'a été. Un téléconseiller espagnol à plein temps gagnerait aujourd'hui 1 206 euros bruts par mois, primes incluses, pour huit heures de travail par jour et deux week-ends de présence par mois. Des contrats pour des postes encore plus basiques, ou à temps partiel, descendraient jusqu'à 700 euros par mois. Sachant que le salaire minimum espagnol est désormais de 645,30 euros par mois. Arnaud Montebourg aura-t-il autant de succès que Jaime García Legaz, le secrétaire d'Etat au Commerce espagnol, qui indique que l'Espagne est ainsi devenue « beaucoup plus compétitive » ?

## Les syndicats craignent des délocalisations des services clients chez Canal +

Les représentants du personnel de Canal + sont inquiets. A en croire Sylvain Thibon, délégué CGE-CGC et représentant du personnel chez Canal + depuis trente ans, une vaste entreprise de délocalisation de certains services de la chaîne à péage, au premier rang desquels celui de la relation client serait dans les tuyaux, et aurait même déjà commencé sous couvert de « période de test ». Alerté par plusieurs « bruits de couloir » dès le mois d'avril, Sylvain Thibon a fait part de ses inquiétudes à Jean-François Dubos, président du directoire de Vivendi, la maison mère de la chaîne. Ce dernier lui a répondu par courrier que les prestataires habituels de Canal + en gestion de la relation client (à savoir notamment Acticall, Intelcia, ou Call Expert...) avaient commencé à former des équipes marocaines pour gérer les appels « du soir et du week-end ». Ayant encore soulevé le sujet lors de la dernière assemblée générale de Vivendi, on lui aurait assuré qu'il s'agissait d'un « test ». Mais lui y voit plutôt un pilote : « on n'envoie pas autant de formateurs

de Canal +, pour des prestations qui valent des millions d'euros, uniquement pour traiter les appels du soir et du week-end ou pour une période de test. Il y a des millions de chômeurs en France qui pourraient prendre les appels à ces moments ». Selon lui, 50 positions seraient pour le moment concernées. Le syndicaliste met en avant que Vivendi a bénéficié depuis 2004 de plusieurs milliards d'euros d'économies d'impôts au titre du bénéfice mondial consolidé, que le gouvernement lui a permis de prendre en compte pour ses déclarations en contrepartie d'un engagement sur la création d'emplois. Joint par la rédaction, le directeur des services clients de la chaîne Olivier le Gallo confirme que « les prestataires avec lesquels nous travaillons depuis longtemps vont tester une activité au Maroc pour améliorer l'accessibilité les soirs et week-ends ». il déclare par ailleurs qu'« il n'y a pas de changement à ce dispositif », par lequel le service client s'appuie sur « 2 centres de Relation clients internes (500 collaborateurs Canal+ sur Rennes et Saint Denis) qui traitent l'ensemble des contacts nécessitant une expertise importante et à forte valeur (soit 20% du total des demandes), et des partenaires qui traitent les demandes les plus simples (80% des volumes) ».

## L'hypermarché a 50 ans

Il y a 50 ans, le 14 juin 1963, ouvrait à Sainte-Geneviève-des-Bois (Essonne) le premier hypermarché de l'histoire. Carrefour inventait là un concept totalement nouveau dans le monde. Car s'il s'inspirait du modèle du supermarché à l'américaine d'espace de vente en libre-service, connu depuis les années 30, et repris après la guerre par Leclerc en France, il s'en distinguait en ne limitant plus aux produits alimentaires l'offre achalandée. Symbole des 30 glorieuses, surfant sur le développement d'une consommation de masse, la croissance, et des prix du carburant dérisoires, le concept allait prendre des proportions de plus en plus gigantesques culminant avec les 25 000 m<sup>2</sup> du Carrefour de Portet-sur-Garonne, et donner naissance à des champions mondiaux de la distribution comme Carrefour, Auchan, Leclerc ou Casino. Or la baisse du pouvoir d'achat, la hausse du prix de l'essence et de l'immobilier et l'augmentation de la concurrence ont changé la donne. Le modèle doit aujourd'hui composer avec ceux des grandes surfaces spécialisées du maxidiscount et des formats intermédiaires de proximité. Pour autant, les 1 936 surfaces de plus de 2 500 m<sup>2</sup> représentent encore 52,2% des ventes de produits de grande consommation en France. 93,6% des ménages français y font leurs courses au moins une fois par an, avec un panier moyen est passé de 27 à 40 euros en 13 ans. Si le modèle parvient à survivre, c'est avant tout en innovant sur les services. Le drive, en plein développement, vise ainsi à diminuer le temps d'attente pour récupérer les courses. Georges Plassat, PDG de Carrefour demande même « à remettre de la convivialité et de la joie ! Les clients aiment qu'on leur parle, qu'on les aide, qu'on les conseille, qu'on leur propose de nouveaux services, en jouant notamment la complémentarité avec le e-commerce . Sachant que la base reste avant tout des prix bas.» L'industrie des centres d'appels n'est pas si loin de cette histoire et de ces problématiques.

**ProContact**  
Low Cost by Call Expert

**ENFIN !**  
Une offre Low Cost pour votre Call Center



- Tarif horaire **7,90€HT\***
- Service continu (7j/7)
- Qualité de service
- Bilingue français-anglais
- Une expérience reconnue depuis plus de 12 ans

 **POUR OBTENIR UN DEVIS**

\* Hors télécom

## Le 10e Podium de la Relation Client aura-t-il lieu ?

A l'heure où nous écrivons ces lignes, la remise des prix du Podium de la Relation Client, pourtant organisée chaque année depuis dix ans dans les tous premiers jours du mois de juin, n'avait toujours pas été annoncée. Surprise par cette absence totale de communication, la rédaction s'est rapprochée des co-organisateurs, à savoir l'institut TNS Sofres et le cabinet de conseil Bearing Point... et n'en a pas appris beaucoup plus. Des deux côtés, on ignore encore la date à laquelle la 10e édition du Podium aura lieu, même si, officiellement, elle est toujours à l'ordre du jour. Selon TNS Sofres, un nouveau format serait actuellement à l'étude, la décision ayant été prise, « après 10 ans, de mettre tout à

plat ». Peut-être cette remise à plat est-elle liée à la « guerre des prix » qui sévit actuellement dans le milieu de la relation client entre le « Podium », les « Palmes » et l'« Election du service client de l'année », soit, selon certains, bien plus d'événements qu'il n'en faut pour qu'ils conservent une crédibilité. Peut-être est-elle aussi liée à certaines distinctions ayant fait polémique, comme la décision l'an dernier d'accorder le Podium de la Relation Client pour les opérateurs téléphoniques à... Free Mobile, à un moment où la filiale d'Iliad était sous le feu des critiques pour son démarrage pour le moins difficile, au point que Xavier Niel lui-même avait été convoqué en commission par l'Assemblée Nationale pour s'en expliquer. D'après nos sources, ce serait effectivement « ce qui s'est passé l'année dernière » qui aurait poussé les organisateurs à « revoir leur méthodologie ».

## Le groupe Teleperformance nomme Paulo César Salles Vasques au poste de directeur général

[voir l'article complet sur le site En-Contact](#)

## L'homme qui n'investit que dans les entreprises qui satisfont le client

Et si l'indice de satisfaction des clients était un bon critère pour identifier les entreprises rentables ? Sur cette conviction, un financier français a créé et gère avec succès depuis 7 ans un fonds spécialisé dans les entreprises « orientées clients ».

[Voir l'article complet sur le site En-Contact](#)

## Agenda - Erratum

Deux erreurs se sont glissées dans notre dernier agenda, publié sur le site internet d'En-Contact et sur le magazine.

Les « journées de la relation client » n'auront pas lieu en juin.

Par ailleurs, c'est bien l'Agora de la relation client seule qui organise le Gala de la relation client, qui se tiendra le 18 Juin 2013, à partir de 18h30 au Grand Hôtel Opéra, à Paris

Par ailleurs, le jeudi 27 juin, à partir de 8h30 au Cercle de l'Union Interalliée à Paris, atelier de la relation client sur le thème « Développez les talents de vos collaborateurs par la formation », organisé par TeleRessources.

## SOYEZ FORT EN CONQUETE DE NOUVEAUX CLIENTS !

FICHIERS QUALIFIÉS + MANAGEMENT ET MOTIVATION DES ÉQUIPES DE COMMERCIAUX SÉDENTAIRES,  
VENEZ DÉCOUVRIR LES CLÉS DE LA TÉLÉVENTE EFFICACE

LE 4 JUILLET 2013

8H30 À LA MAISON CHAMPS ÉLYSÉES  
8, RUE JEAN GOUJON - 75008 - PARIS

PETIT DÉJEUNER ORGANISÉ PAR :



Pour recevoir une invitation : [mj@malpaso.org](mailto:mj@malpaso.org)