



Emmanuel Mignot. Ce Dijonnais va reprendre une partie des locaux d'Amora-Maille, à Dijon, où il annonce la création de 600 emplois. Son projet : y développer un call center qu'il promet différent...

L'Amora en héritage

ADijon, il n'était pas vraiment connu, partageant son temps entre Paris (quatre jours par semaine) et le Morvan, où il aime à passer ses week-ends. C'est pourtant bien à Dijon qu'est situé, depuis sa création en 1993, le siège de son activité. Dix-huit personnes y travaillent, boulevard Clemenceau, alors que la holding Teletech International emploie au total 550 personnes, à Toucy (Yonne), à Touloud (Ardèche), à Rennes (Ille-et-Vilaine), à Laval (Mayenne) et à Rabat (Maroc). Emmanuel Mignot est sous les feux des projecteurs depuis qu'il a annoncé, fin février, son intention de reprendre une partie de l'ancien site Amora-Maille pour y déployer, sur 6.000 mètres carrés, un centre d'appels. À la clé : 600 emplois, sur l'un des sites les plus emblématiques de Dijon, où le dirigeant, Dijonnais pur souche dont le père était chirurgien, entend conduire un vrai projet social pour développer un call center modèle.

Il n'y a pas photo, s'il est un métier qui a mauvaise presse, c'est bien celui de télé-conseiller. « C'est une activité qui a été industrialisée alors qu'elle reste une activité de service, explique Emmanuel Mignot. Cela a conduit à l'invraisemblable (décrocher vite et parler le moins longtemps possible). La satisfaction du client, qui devrait être le critère d'évaluation, a été occultée alors qu'elle met en jeu sa fidélité à la marque. » Les centres d'appels, tels qu'il les développe et tels qu'il en fait la promotion auprès de ses prospects, doivent contribuer à restaurer l'image du produit pour que, lorsque le client raccroche, le capital confiance reste entier. Quitte à y passer 20 secondes de plus. Le discours fait mouche, du moins auprès des opérateurs de premier plan, puisque Teletech (qui fut le premier call center à voir le jour en France et qui réalise aujourd'hui 15 millions d'euros de chiffre d'affaires) travaille aujourd'hui pour des grands comptes

tels que SFR, la RATP, la SNCF, le Crédit foncier... L'entreprise est même devenue, en 2008, le partenaire francophone du numéro deux mondial des centres d'appels. « Nous ne gérons que les appels entrants pour des problématiques complexes », précise Emmanuel Mignot. Qui cite l'exemple de Total. Teletech intervient en assistance à l'ensemble des stations-service du réseau pour opérer, à distance, leur dépannage, 24 heures sur 24, grâce à une solution informatique développée en interne, avec le concours du LE21 de l'université de Bourgogne. « Notre solution s'appuie sur le "knowledge management" : un système d'intelligence artificielle, apprenant, qui reproduit le diagnostic d'un expert alors que le personnel, lui, n'est pas hyperspécialisé, détaille le dirigeant. Nous procédons par un système de dialogue, les réponses guidant les questions suivantes. » Depuis trois ans, la société propose des solutions globales de gestion à ses clients, qui intègrent l'internet. Teletech a mis au point, toujours avec le LE21, une solution de « call back » intelligente, pour le client qui ne trouve pas de réponse rapidement à son problème. « Le rappel est proposé dès que l'on sent une hésitation de l'internaute, précise Emmanuel Mignot, pour éviter que le web, qui est très impersonnel, ne fasse fuir le client. »

UNE USINE À AVATARS

Le web d'aujourd'hui et de demain. Le sujet passionne le chef d'entreprise qui, il y a deux ans, a lancé à Dijon les premiers Barcamps (ces rencontres autour des applications nouvelles qu'offre le web 2.0) avec, entre autres, Isabelle Boucher-Doigneau et Grégoire Japiot. « Les barcamps, c'est extraordinaire, c'est une génération spontanée, il n'y a pas de profs, pas d'élèves, mais tout le monde contribue, dit Emmanuel Mignot. J'y ai découvert beaucoup de choses : le monde du logiciel libre, les outils pour travailler à distance, les modes de développement informatiques agiles... » De son côté, le dirigeant de Teletech n'est pourtant pas en reste. Il a monté, avec ses équipes de développement, ce qu'il appelle « une usine à avatars ».

Des avatars plus performants que ceux qui existent aujourd'hui, « qui pourront comprendre si on les taquine, qui pourront exprimer des émotions », dont le premier est en cours d'installation chez l'un de ses clients. « L'enjeu, c'est le coût, un avatar coûtant moins cher qu'un opérateur au téléphone, précise Emmanuel Mignot. Ces êtres virtuels partageront la même base de connaissance que les employés du call center, sur qui l'internaute pourra basculer, lorsque l'avatar ne pourra pas résoudre le problème. » La semaine dernière, Emmanuel Mignot a d'ailleurs déposé les statuts d'une nouvelle EURL, baptisée E-B lab, pour développer (entre autres) les projets du cluster high tech que Teletech a constitué, avec des entreprises comme Oberthur ou Page Up, à Dijon. C'est elle qui travaille sur les avatars.

Emmanuel Mignot aime ces défis, qui touchent à l'évolution de la société. Avant de créer Teletech, ce Dijonnais, titulaire d'un DEA marketing, avait monté en 1983 Multicontact, une des premières entreprises de télémarketing en France. Parmi ses clients : Renault, M6... et même le téléachat, animé par Pierre Bellemare, pour qui la société prenait en charge les appels des téléspectateurs. L'ensemble a été revendu, en 1992, à France Télécom, avant qu'Emmanuel Mignot ne monte Teletech, en 1993. À la même période, le dirigeant a créé un magazine (30.000 exemplaires) et un salon spécialisés sur le télétravail qui, de fait, permet aujourd'hui, à tous, de travailler à distance : depuis un Blackberry ou depuis un i-Phone, dans un train voire depuis les pistes de ski. « Il y a 15 ans, les télétravailleurs étaient vus comme des parias, mais j'étais persuadé que cela allait se généraliser », dit-il.

Aujourd'hui, c'est une autre innovation qu'Emmanuel Mignot entend conduire à Dijon, en développant un call center plus humain. « Un anti-call center, dit-il même, où les salariés seront contents de venir. » L'aménagement ne sera pas uniformisé. « Nous avons une agence de design, en interne, qui des-

sine notre mobilier. Nous voulons revenir aux matériaux bruts, au bois, avec un mobilier hétéroclite (mais ergonomique), un peu comme dans les bureaux des années 1950. » Au dernier étage, un espace de détente sera aménagé, avec salle de sport, tables de ping pong, canapés... Des douches sont prévues et la ville va même aménager un pont, qui reliera l'entreprise à la coulée verte, où les salariés pourront aller se détendre pendant leurs pauses. « Un espace de formation sera à

disposition des salariés pour qu'ils puissent mener leurs projets personnels en s'appuyant sur nos ressources », précise même Emmanuel Mignot, qui cite l'exemple de l'un de ses salariés, aujourd'hui à temps partiel, en passe de créer son entreprise.

Agréé organisme de formation, Teletech consacre déjà chaque année 10 % de sa masse salariale à la formation de ses collaborateurs, qui passe par des modules d'enseignement aux techniques de relaxation et de yoga (pour mieux gérer les mécontents). « Les collaborateurs sont évalués tous les mois pour, en fonction des points à améliorer, fabriquer un plan individuel de formation », souligne Emmanuel Mignot. Aujourd'hui, Teletech peut se vanter d'une belle réussite : le turn over y est faible (5 %). Exceptionnel, pour un call center, comme l'est le nombre des jours de congés : 53 par an.

ALEXANDRA CACCIVIO

À 27 ans, ce diplômé en marketing créait sa première société, Multicontact...

1956

Naissance, le 3 juin, à Marseille.

1978

Décroche un DEA marketing.

1979

Recruté chez Burroughs (aujourd'hui Unisys, numéro deux mondial de l'informatique).

1983

Crée une première entreprise, Multicontact, qu'il revend en 1992 à France Télécom.

1993

Monte Teletech International.

1995

Lance le magazine *Télétravail*.

2011

Ouverture d'un sixième call center, à Dijon, qui sera le plus important du groupe (600 personnes).



Passionné par l'informatique et notamment par les nouveaux usages du web, Emmanuel Mignot est à l'origine de la création des Barcamps dijonnais.

JDP