

## **Emmanuel Mignot : « Le label de responsabilité sociale est une tartufferie »**

**Alors que les emplois dans les « call centers » à l'étranger n'ont cessé de croître depuis 2004, malgré la création du label de responsabilité sociale mis en place dans le secteur, que les créations de postes en France ont parallèlement quasi stagné, Emmanuel Mignot, PDG fondateur de Teletech International, une PME de 15 millions d'euros de chiffre d'affaires, monte au créneau et réclame un label concurrent attribué par les salariés eux-mêmes.**

**Les « call centers » souffrent toujours d'une mauvaise réputation, malgré la labélisation de pratiques plus éthiques. Est-ce justifié ?**

Les conditions de travail dans de nombreux « call centers » sont affolantes. Les salariés sont sous pression. Tant que la profession sera étranglée par des prix bradés, ces pratiques sociales perdureront. On n'a toujours pas compris que la qualité de la relation client est un facteur de compétitivité.

**Le label élaboré en 2004 par le SP2C, syndicat des centres de contacts, et par l'Association française de la relation client (AFRC) n'a donc rien changé ?**

Non, parce que ce label est une tartufferie. Ceux qui jugent sont parties prenantes. L'audit est conduit par un cabinet payé par ceux-là mêmes qu'il doit auditer. Les règles d'attribution du label, qui devaient imposer 60 % des emplois créés en France, ont été modifiées pour permettre à Webhelp de l'obtenir. Quant à Teleperformance, engagé dans un plan de licenciement sans précédent dans l'Hexagone, il a obtenu une variante sur mesure pour lui...

**Les assises de la relation client, qui visaient à élaborer une charte de bonnes pratiques, n'ont-elles pas amélioré la donne ?**

Au contraire. Laurent Wauquiez, alors secrétaire d'Etat chargé de l'Emploi, a écarté des marchés publics les acteurs n'ayant pas ce label. C'est-à-dire les petites structures qui n'ont pas les moyens de se payer l'audit, ou ceux qui, choqués par les pratiques de ces organisations patronales, n'ont pas souhaité cautionner leur action. C'est un hold-up sur les marchés de l'Etat, désormais réservés à une quinzaine d'acteurs ; ceux-là mêmes qui tiennent le SP2C et l'AFRC se sont autoattribué le label alors qu'ils ont dans leur majorité largement délocalisé. La charte évite toute mesure contraignante à l'encontre des acteurs qu'elle était censée viser, lesquels ne sont aucunement obligés de rapatrier les emplois offshore.

## **Vous-même avez été le premier à faire de l'offshore au Maroc...**

On peut pratiquer un offshore raisonnable, traitant les prestations simples. Mais nous avons aussi été les premiers à ouvrir en France des centres d'appels en milieu rural.

## **Les pratiques des donneurs d'ordre ne se sont-elles pas assainies ?**

Les donneurs d'ordre commencent à comprendre que le dumping commercial est la conséquence du dumping social, mais la crise a eu raison de leurs bonnes intentions.

## **Que préconisez-vous ?**

Tous les prestataires doivent imposer aux donneurs d'ordre un barème tarifaire minimum. Une fois que l'on aura obtenu collectivement les moyens d'une politique de qualité, on pourra mettre en place un label social, de préférence au niveau européen, et s'appliquant à tous les secteurs plutôt qu'aux seuls « call centers ». Par ailleurs, un label social n'a de valeur que s'il est attribué par ceux qui peuvent émettre un jugement valable, à savoir les salariés ! Je veux mettre en place un label octroyé majoritairement par les salariés, dont la sincérité sera garantie par des experts indépendants.

## **Vous ouvrirez en octobre, à Dijon, un anti-« call center ». En quoi consistera-t-il ?**

Ce centre de 650 postes dans lequel nous investissons avec les collectivités 6,5 millions d'euros, sera un modèle. Nous y développerons l'autonomie et la polyvalence des téléconseillers, en lien avec des laboratoires en sciences sociales. Les espaces de repos seront autogérés par les employés. Il sera moins important de répondre au maximum d'appels que d'apporter le meilleur résultat en termes d'image, de service perçu, grâce à la fidélisation et à la formation du personnel.