

Panorama de l'économie Rhône-Alpes

Pôle d'activité et de compétences « Centres d'appels »

Données de cadrage

L'activité se décline d'une part en entreprises prestataires de services « centres d'appels » (environ 20 % du marché) et d'autre part en centres internes aux entreprises (environ 80 % du marché).

Entreprises prestataires de services en Rhône-Alpes, « outsourcers »

	Entreprises au 01/01/05 (INSEE REE)	Etablissements au 01/01/05 (INSEE REE)	Etablissements employeurs au 31/12/05 (Assedic)	Effectif salarié au 31/12/05 (Assedic)	Part des salariés en France
Centres d'appels	32	39	34	1 786	7,6 %

Centres d'appels internes aux entreprises

Selon l'Etude CESMO «le marché des centres de contact», 3 200 centres étaient dénombrés en France en 2004, employant environ 205 000 salariés (170 000 positions de travail). Si ces activités sont fortement concentrées en Ile-de-France, Rhône-Alpes représente environ 10 % du nombre de centres d'appels en France et de 5 % à 10 % du chiffre d'affaires du secteur.

Les entreprises qui offrent les services d'un centre d'appels relèvent majoritairement des secteurs d'activité suivants : télécoms, banque/finance, vente par correspondance/grande distribution, mutuelle/assurance, informatique, tourisme/transport...

Spécificités, spécialités de Rhône-Alpes

Rhône-Alpes concentre 10 % des centres d'appels «outsourcers» de France. Elle est la deuxième région française en la matière, derrière l'Ile-de-France (27 %) et devant le Nord-Pas-de-Calais (9 %). En ce qui concerne les effectifs salariés, Rhône-Alpes est devancée par ces deux régions (Rhône-Alpes : 8 % des effectifs nationaux, Nord-pas-de-Calais : 12 %, Ile-de-France : 21 %) et se situe au même niveau que les régions Centre et Poitou-Charentes¹.

Le cabinet CESMO a établi une classification des régions françaises en matière d'implantation des centres de contact. Huit régions concentrent 70 % du marché national. Parmi elles, Rhône-Alpes bénéficie d'un environnement favorable à ces activités, selon des critères de capacité de formation, d'infrastructures de télécommunication et de situation logistique. Son attractivité économique, mesurée en fonction du coût de l'immobilier locatif, des coûts salariaux et des aides à l'implantation est sensiblement meilleure que celle de l'Ile-de-France, mais elle est plus favorable encore dans d'autres régions de province.

¹ Assedic au 31/12/2005, données provisoires

Panorama de l'économie Rhône-Alpes

Spécialités des territoires de Rhône-Alpes

Lyon dispose de nombreux atouts pour attirer les activités de centres d'appels. L'agglomération présente des coûts particulièrement compétitifs par rapport à la région parisienne. Selon une étude² réalisée en 2004, Lyon offre des coûts par position inférieurs de 27 % à ceux de Paris (ces coûts comprenant la location des bureaux, les salaires, ainsi que l'incidence du turn-over). Le potentiel de main d'œuvre est par ailleurs important en région lyonnaise, notamment en raison du nombre de personnes ayant des qualifications spécifiques. Les infrastructures de communication et les disponibilités de locaux d'activité constituent également des arguments de poids en faveur de la métropole régionale. Selon la CCI de Lyon, l'aire urbaine de Lyon accueille 170 centres d'appels employant près de 9 000 personnes.

La Loire fait preuve d'importants efforts d'investissements pour améliorer les conditions d'implantation des centres de contact sur son territoire. Ainsi, le Télépole du Grand Roanne (pôle national de télé-services convergents) a ouvert ses portes en 2000. Il vise à proposer des services TIC aux entreprises, à travers notamment la possibilité d'hébergement de centres d'appels.

L'association Loire Numérique a organisé à Saint-Etienne en juin 2007, la deuxième journée nationale de la Relation Clients. L'objectif est d'informer les professionnels des nouvelles possibilités de développement de leur entreprise, par une meilleure gestion de la relation clients.

La Savoie s'est de son côté spécialisée sur les activités à forte valeur ajoutée liées aux TIC, (notamment sur le technopole de Savoie Technolac), ainsi que sur les activités relatives au tourisme (avec du personnel multilingue).

Les zones de montagne et leurs spécificités peuvent favoriser les activités de centres de contact. En 2006, l'IFREMONT (Institut Formation et de Recherche en Médecine de Montagne), basé à Chamonix Mont-Blanc (74), a ainsi créé un centre d'appel international pour les urgences médicales en montagne (SOS-MAM).

Certains territoires ruraux présentent par ailleurs des atouts significatifs pour attirer ce type d'activités. C'est le cas notamment de l'Ardèche, qui outre des coûts très attractifs, offre une qualité de vie motivante pour les collaborateurs de centres d'appels.

Parmi les entreprises présentes en Rhône-Alpes :

- Transcom Worldwide France, à Roanne (42). Transcom Worldwide, présent dans 23 pays, s'impose comme l'un des leaders de la relation clients. Le site de Roanne emploie 560 salariés (2006). Ses principaux clients sont : Télé2, voyages-sncf.com, Essilor, Expedia.fr, anyway.com.
- Téléperformance Rhône-Alpes, à Lyon (69). Le groupe Téléperformance, présent sur tous les continents, est le réseau le plus étendu au monde. Le centre d'appels de Lyon a été créé en 1986. Ses activités sont le télémarketing, les télé-services, les études, ainsi que la formation à l'utilisation du téléphone. Il compte parmi ses clients : Renault Trucks, April assurances, Imaje, Groupe Le Progrès, Aventis Pasteur MSD, Schneider Electric, Botanic...
- 4CS Call Center Contact Client Solution (Keep call Contact Client), à Saint Symphorien sur Coise (69). Il s'agit du premier centre d'appels dédié aux métiers du tourisme et des transports. Ce centre a été distingué « Gazelle d'Or 2005 ».

² Etude Ernst & Young, commandée par l'Aderly (Agence pour le développement économique de la région lyonnaise).

Panorama de l'économie Rhône-Alpes

- Teletech Ardèche, à Toulaud (07). Teletech international choisit d'implanter ses centres d'appels en zones périurbaines et rurales. Le site de Toulaud est composé de 120 positions de travail.
- Phone Marketing Rhône-Alpes, à Lyon (69). Ce centre emploie 100 personnes, et compte la SNCF et Orange parmi ses clients. En 2003, il a été chargé de la mise en place de l'expérimentation d'un service téléphonique concernant l'information administrative (« Allo service public »).
- Orange France, à Lyon (69), qui emploie 220 salariés (2005) dans le domaine des télécommunications.
- Club Méditerranée, à Lyon (69). Ce centre d'appels est destiné au recrutement des salariés dans le secteur du tourisme.
- Air France KLM, à Lyon (69) : ce centre emploie 200 personnes et traite environ 4 500 appels par jour.
- Centrale de traitement téléphonique de la SOFRES, à Lyon (69).

Les établissements de 50 salariés et plus de Rhône-Alpes

Parmi les centres de formation

Lyon

- IUT Lumière Lyon 2 : licence professionnelle en Management Opérationnel des Centres de Contact Clients (MO3C), en alternance.
- INFA Lyon : BTS action commerciale - option call center.
- IRAF : formation en alternance de chargé de relation clientèle par contrat de qualification.
- CFA de IGS : formation à la relation-client.
- Télémark - centre de formation de la CCI de Lyon : formation qualifiante aux métiers de télé-acteur et de superviseur.
- AFPA : formation de conseiller service clientèle à distance.

Annecy

- DUT techniques de commercialisation. Les étudiants sont notamment formés au marketing téléphonique.

Grenoble

- IUP information et communication, licence professionnelle réseaux et télécommunications.

Centres techniques / centres de ressources

- Rhône-Alpes numérique : agence de développement dédiée aux technologies du numérique, basée à Grenoble. L'une de ses missions est la diffusion des TIC, à travers notamment l'animation du réseau Rhône-Alpes des Centres d'expertise TIC (lieux d'accueil et de sensibilisation des TPE et PME à l'usage des TIC).
- Espace numérique entreprises, à Lyon : centre de ressources spécialisées dans le domaine des TIC, dont l'objectif est de développer l'usage des technologies de l'information et de la communication dans les entreprises pour accroître leur performance.
- Association Loire Numérique : elle vise à fédérer les prestataires des services TIC, à donner une visibilité à cette filière, et à augmenter le niveau d'activité et d'efficacité des entreprises.