

## 15ème législature

<b>Question N° :</b> <b>10719</b>	De <b>M. Yannick Haury</b> ( La République en Marche - Loire-Atlantique )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Économie et finances		<b>Ministère attributaire</b> > Économie et finances
<b>Rubrique</b> >emploi et activité	<b>Tête d'analyse</b> >La délocalisation des plateformes des opérateurs téléphoniques	<b>Analyse</b> > La délocalisation des plateformes des opérateurs téléphoniques.
Question publiée au JO le : <b>17/07/2018</b> Réponse publiée au JO le : <b>14/08/2018</b> page : <b>7347</b>		

### Texte de la question

M. Yannick Haury interroge M. le ministre de l'économie et des finances sur la problématique des délocalisations à l'étranger des centres d'appels des opérateurs téléphoniques. Ces plateformes représentent plus de la moitié de l'activité de ces prestataires. Il le prie de bien vouloir lui indiquer si le Gouvernement entend prendre des mesures pour garantir aux consommateurs un service de qualité dans ce domaine.

### Texte de la réponse

La stratégie des opérateurs de télécommunication en matière de relation client est dominée par plusieurs impératifs : maîtrise des coûts, satisfaction des utilisateurs, adaptation à l'évolution des pratiques (amplitude horaire, canaux), exploitation de nouvelles approches de type collaboratif ou recours à des robots pour le traitement des demandes simples. La mobilité des clients entre opérateurs s'est accrue au cours de ces dernières années. La qualité de service ressentie par l'utilisateur prend dans ce contexte une importance déterminante, qui impose la plus grande prudence dans la mise en œuvre de plans d'économies. Les stratégies d'outsourcing et de délocalisation diffèrent d'un opérateur à l'autre, mais leur point commun réside dans le partage de la fonction de la relation client entre des centres situés en France pour traiter les appels considérés comme les plus qualitatifs, notamment en heures ouvrées, et des centres localisés à l'étranger pour, entre autres, faire face aux pics d'activité et couvrir une plage horaire plus large, voire continue. Pour réduire leurs coûts tout en proposant un service en ligne avec les standards actuels, les entreprises possédant un large portefeuille clients, tels que les opérateurs téléphoniques, procèdent à la fois à un transfert croissant des formes traditionnelles d'interaction avec la clientèle (typiquement l'activité des téléconseillers) en faveur d'équipes basées à l'étranger, et au déploiement d'outils avancés de customer relationship management (CRM) selon une approche omnicanale. Ce double mouvement d'offshorisation des activités à faible valeur ajoutée et de recours croissant à des éditeurs de solutions et entreprises de service numérique spécialisées dans le conseil et l'intégration manifeste une tendance de fond, qui constitue le versant relation client de la transformation numérique. L'innovation est au cœur de cette indispensable mue. L'offre française est, dans ce domaine, parfaitement compétitive face à la concurrence étrangère. Les professionnels concernés et le Gouvernement travaillent au renforcement des atouts de nos entreprises et plus généralement à l'attractivité de notre pays. S'agissant plus spécifiquement des centres d'appels, cela se traduit notamment par le déploiement de réseaux et services de télécommunications à très haut débit sur tout le territoire. Le Gouvernement est pleinement mobilisé pour anticiper et accompagner les mutations auxquelles notre pays fait face, en particulier le défi de la transformation numérique de l'économie, qui affecte en profondeur l'organisation et le fonctionnement



des entreprises et services spécialisés dans la gestion de la relation client.