



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

conditions de travail

Question écrite n° 67285

Texte de la question

Mme Sylvie Andrieux souhaite appeler l'attention de M. le ministre délégué à l'emploi, au travail et à l'insertion professionnelle des jeunes sur la question des conditions de travail des employés dans les centres d'appels téléphoniques. Le secteur du télémarketing compte actuellement 183 000 salariés en France malgré les nombreuses délocalisations (notamment vers le Maghreb) qui touchent le secteur. Le Gouvernement a encouragé cette tendance en incitant le transfert d'emplois des activités en décroissance ou touchées par les progrès technologiques vers les activités en développement sur le marché du téléphone fixe, des mobiles et de l'internet, marchés fortement demandeurs en termes d'emplois de télémarketeurs. Dans cette perspective, vous avez présenté le 14 décembre dernier un plan d'action afin de promouvoir la création de 100 000 emplois dans ce secteur, en liaison avec M. le ministre délégué à l'industrie. Afin de remédier aux mauvaises conditions de travail de ces travailleurs, souvent confrontés au stress et au non-respect des règles de base du droit du travail, ce plan prévoit la création par la profession d'un label « Responsabilité sociale ». Celui-ci aurait pour but de valoriser « les opérateurs du secteur respectant un code de bonne conduite sociale ». Malgré son insuffisance, la finalisation de ce projet par la mise en place des modalités de fonctionnement du label devait intervenir avant le salon européen des centres de contacts et de la relation client qui s'est déroulé porte de Versailles les 12 et 13 avril 2005. À cette date, aucune modalité d'application n'a été ni précisée ni mise en place. Dans ces conditions, elle lui demande de l'informer au plus vite sur le sort réservé au label de responsabilité sociale et les mesures qu'il compte mettre en place afin de garantir de manière effective les droits des travailleurs exerçant dans les centres d'appels.

Texte de la réponse

L'honorable parlementaire appelle l'attention de M. le ministre délégué à l'emploi, au travail et à l'insertion professionnelle des jeunes sur les conditions de travail des employés dans les centres d'appels téléphoniques. Elle souligne à juste titre l'importance de ce secteur, qui emploie environ 200 000 salariés (malgré une tendance à la délocalisation vers les pays du Maghreb) et pour lequel le Gouvernement a lancé un plan d'action prévoyant la création de 100 000 emplois en cinq ans, dans le cadre du programme de développement des services à la personne. C'est pourquoi elle s'interroge sur la finalisation du projet de création par la profession d'un label « responsabilité sociale » ayant pour but de valoriser les opérateurs du secteur respectant un code de bonne conduite sociale. Elle s'étonne qu'aucune modalité d'application de ce label n'ait été mise en place alors même que le Salon européen des centres de contacts et de la relation client s'est tenu les 12 et 13 avril 2005. Le label « responsabilité sociale », qui regroupe plusieurs centaines de critères, repose sur un référentiel commun aux consommateurs, aux salariés et aux entreprises sur la base duquel ces dernières peuvent prendre des engagements opérationnels. Il s'agit d'une charte des meilleures pratiques sociales qui, sans introduire de distorsions de concurrence lors des appels d'offres, se devait d'être suffisamment attractive et valorisante pour inciter la filière à l'adopter massivement. Les centres d'appel intégrés, comme les out-sourcers qui souhaiteront adhérer à ce label, devront exercer leur activité avec toutes les garanties en termes de bonnes pratiques sociales, de respect des règles managériales et de respect des normes contractuelles engagées avec les

partenaires, sous-traitants et fournisseurs. Le label a pour vocation de pouvoir être adopté par tout type de centre de relations clients, quelle que soit sa taille, sans impliquer une quelconque ingérence dans le management des entreprises. Les critères à prendre en compte ont été définis pour les centres de relations intégrés et prestataires ainsi que pour les donneurs d'ordre. Pour les premiers, les critères retenus sont les suivants : les procédures générales et de ressources humaines (préalable à l'embauche, procédures d'accueil et d'intégration, suivi de carrière, développement de l'employabilité, code de bonne conduite), la formation avec l'existence d'un plan de formation communiqué à l'ensemble des salariés et des donneurs d'ordre, d'un dispositif de traçabilité de la formation initiale et de la formation continue et le respect de l'accord-cadre sur la formation et l'emploi, ainsi que la surveillance, l'observation électronique et la vie privée et les conditions de travail. Pour les seconds, il s'agit de la préférence donnée aux centres de relations clients labellisées pour des opérations pérennes (hors campagnes et besoins ponctuels), la non-utilisation de pratiques d'achat ne reflétant pas une responsabilité sociale, la définition et le respect de délais minimums de prévenance convenus par le donneur d'ordre et le centre de relations client labellisé pour les demandes d'évolution de charge. Le label constituera un outil puissant pour rendre la relation entre le consommateur et le centre de relations plus transparente, aboutir à une meilleure reconnaissance par les salariés de bonnes pratiques en matière sociale, rendre la relation donneurs d'ordre/sous-traitants plus confiante et plus durable, augmenter la qualité globale des services proposés par les entreprises du secteur, enfin favoriser la création d'emploi par une formation qualitative et qualifiante. Il permettra aux entreprises de se faire reconnaître auprès de leurs salariés et de mobiliser les personnels autour d'objectifs communs et de valoriser leur travail. Il offrira aux prestataires désireux de s'engager en matière de bonnes pratiques sociales de valoriser leurs expertises vis-à-vis des donneurs d'ordre. Le label sera géré par un comité composé de représentants des pouvoirs publics, des professionnels membres de l'AFCR (Association française des centres de relations clientèle) et du SP2C (Syndicat professionnel des centres de contact). À ce stade de la mise en place du label, le cabinet Ernest et Young a été chargé, à la suite d'un appel d'offres, de l'audit des sociétés désireuses de l'obtenir, soit une vingtaine à ce jour. Un bilan de ces audits devrait être réalisé en décembre 2005.

Données clés

Auteur : [Mme Sylvie Andrieux](#)

Circonscription : Bouches-du-Rhône (7^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 67285

Rubrique : Travail

Ministère interrogé : emploi, travail et insertion professionnelle des jeunes

Ministère attributaire : emploi, travail et insertion professionnelle des jeunes

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 14 juin 2005, page 6082

Réponse publiée le : 17 janvier 2006, page 528