

A contre courant : quand les centres d'appels sont rapatriés...

Il y a quelques années de cela, la tendance était à l'externalisation et à la [délocalisation de certains services](#). Des centres d'appels ont alors fait florès dans des **pays d'Afrique subsaharienne ou du Maghreb**.

Une mode qui semble se tarir à en croire quelques sociétés qui ont fait le choix inverse. C'est notamment le cas d'une société de services téléphoniques *Phone Marketing*. Elle vient d'annoncer vouloir ouvrir dès juin 2009 un **nouveau centre d'appels à Dreux** (Eure-et-Loir). La direction de la société a annoncé **la création prochaine de 400 emplois**.

Ces mêmes sociétés expliquent qu'elles choisissent de perdre les réductions de **coûts obtenues par la délocalisation et de les compenser par une meilleure qualité de service**. C'est aussi le cas de **Keyyo**, opérateur de téléphonie sur IP entreprises et particuliers qui s'est relocalisé à **Abbeville** (Somme, région Picardie). Son [service d'appel](#) pour les entreprises (principalement des TPE et PME jusqu'à 20 employés) a donc quitté Casablanca et le Maroc en créant 11 emplois nouveaux .

Cette relocalisation en France représente un coût, « *de l'ordre de 150.000 euros environ* » . Il vise à « améliorer la qualité de service », explique Céline Lazard, directrice marketing de Keyyo.

« Face à *cette hausse substantielle des coûts, nous n'avions pas vraiment le choix* » . La société commençait à recueillir des retours plutôt **décevants** de la part de ses clients.

Une position que confirme Silvère Baudouin, directeur de la division Keyyo Business : « *Nos clients n'avaient pas toujours accès à l'information qu'ils attendaient, il fallait réagir rapidement* » . C'est désormais chose faite. Un choix rendu possible par une forte **croissance à deux chiffres** de cette société française.

Les sociétés qui peuvent se le permettre font donc le choix de se rapprocher de leur clientèle et de favoriser la proximité. Une proximité simple comme un appel.