

Vous avez dit « Label social » ?

Comme nous l'annoncions dans notre précédent « **Ne Coupez pas** », notre Fédération a organisé, le **24 mars 2009**, avec le concours du cabinet **SECAFI-ALPHA**, une journée d'études dont le sujet central était le « **Label de Responsabilité Sociale** » appelé plus couramment « **Label Social** ».

Cette journée, qui a regroupé une cinquantaine de personnes, était particulière à plus d'un titre.

Premièrement, par l'ouverture de nos débats à des représentants d'autres fédérations comme celles des cheminots, des mines et énergie, des banques et assurances ou des Télécoms, mais aussi de la Confédération représentée par le camarade en charge du dossier « **Responsabilité sociale des entreprises** ».

Secondement, par la tenue d'une table ronde avec la participation de l'**AFRC**, de l'**ALRS** et du **SP2C**, et des responsables syndicaux qui ont pu discuter du bien fondé ou non de ce « **Label Social** ».



Une rémunération décente
Des conditions de travail dignes
Des évolutions de carrières claires

Même si pour beaucoup, cette journée d'études aurait mérité de se dérouler sur deux jours, la qualité des interventions et leurs richesses ont tout de même permis, de l'avis de tous, une meilleure compréhension des implications due ce label tant au niveau social qu'économique.

Nous formons le souhait que cette journée soit le prémisses d'un débat traversant la CGT sur le sujet, afin que sur cette question, comme sur d'autres, nous soyons force de propositions.

Nous ne pouvons plus nous contenter de rester de simples spectateurs face aux espérances des salariés en la matière. Ceux-ci attendent, par delà les grandes déclarations, que nous soyons à l'avant-garde d'un réel progrès social dans ce secteur d'activité.

Nous devons démontrer qu'un véritable « **Label Social** », si tant est qu'il en faille un, ne peut pas être l'ersatz que nous propose actuellement l'**ALRS**, l'**AFRC** et le **SP2C**. Si un label doit exister, celui-ci doit être réellement synonyme d'excellence et être un véritable différenciateur social.

Il est donc du devoir de la **CGT** de porter les aspirations des salariés en la matière et de construire avec eux cette alternative.

Pour terminer, nous tenons à remercier chaleureusement l'ensemble des intervenants pour avoir contribué chacun à leur façon à nos débats.

Xavier BUROT

Secrétaire fédéral en charge
des centres d'appels

Bulletin trimestriel
édité par la coordi-
nation fédérale des
centres d'appels

Rédacteur en chef :
Xavier BUROT

Syndicats mem-
bres de la coordi-
nation : Téléperfor-
mance, Arvato, B2S,
Acticall, Armatix,
CCA International,
Centrapel, IMA
Technologies, Laser
Contact, etc.

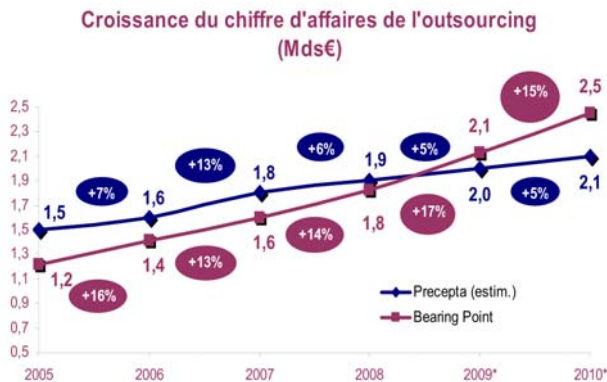


Sociétés d'études la cgt Les salariés en colère **SOCIÉTÉS D'ÉTUDES la cgt**
Pour leurs salaires et leurs conditions de travail
CENTRES D'APPELS
e-mail : fsetud@cgt.fr
www.soc-etudes.cgt.fr

Centre d'appels
263 rue de Paris - Case 421 - 93514 MONTREUIL CEDEX - Tél. 01 48 18 84 34 - Fax 01 48 18 84 86

Evolutions économiques du secteur

Source document Secafi-Alpha



Les centres d'appels ont encore un bel avenir devant eux au vu des analyses présentées par la Cabinet **SECAFI-**

ALPHA, avec une estimation du chiffre d'affaires global du secteur, pour 2009/2010, qui oscille entre 2 et 2,5 Mds€.

Bien entendu, cette croissance est inégalement répartie entre les différentes entreprises du secteur, avec 5 entreprises (**Téléperformance, Webhelp, Arvato Services, Laser, Armatix**) concentrant, à elles seules, 80% de la croissance enregistrée entre 2004 et 2007. Et même si, en 2008, l'offshore capte 33% de la croissance engendrée, sa part

dans le chiffre d'affaires reste quasi stable à 16%.

La crise actuelle devrait représenter une formidable opportunité pour un certain nombre d'acteurs à qui profiteront les externalisations des centres internes de relations clients.

Bien entendu, tous ne bénéficieront de la crise de la même manière. Certains risquent de disparaître ou d'être rachetés avant la fin de l'année. Mais dans l'ensemble, le secteur en sortira renforcé.

« C'est un système bien construit sur le plan technique, en phase sur le plan économique avec les grandes tendances du moment (...) mais sur le plan humain peut faire des dégâts »
M.A. MEREAU
ISNTF—Juin 2008

Le « Label Social » améliore-t-il les conditions de travail ?

La seconde étude du Cabinet **SECAFI-ALPHA** présentait un état des lieux des effets sur les conditions de travail dans les centres d'appels, du « **Label Social** » et de la norme **NF 345** avec laquelle elle est souvent jumelée.

Il apparaît que la norme **NF 345** est construite comme un cahier des charges de prestation robotisée ou de logiciel informatique. Elle repose sur

le descriptif de processus standardisés, visant à formater les contenus et les comportements. Elle laisse la part belle au développement d'un contrôle tant qualitatif que quantitatif. Sa mise en application peut exposer les salariés à un accroissement des risques psycho-sociaux.

Concernant le « **Label Social** », celui-ci se borne, en matière d'évaluation des

conditions de travail, à vérifier le simple respect de la législation en vigueur. Et encore, sur des sujets relativement déconnectés de la réalité du terrain, comme contrôler le nombre d'accidents du travail ou de maladies professionnelles, alors que ces deux indicateurs ne tiennent pas compte des risques psycho-sociaux liés à l'organisation du travail.

En effet, ce label n'a aucune velléité de s'attaquer aux effets d'une organisation de travail sous contraintes de temps telle que pratiquée dans les centres d'appels, ni d'atténuer les effets négatifs des horaires atypiques sur la santé des salariés ou sur leur vie de famille ou sociale.

Il est vrai qu'une telle remise en cause déstabiliserait l'organisation économique sur lequel est assis le secteur, et donc les profits du patronat.



Label Social : rôle économique et social pour le secteur

Voici un rapide résumé des positions exprimées par chaque participant de la table ronde.

Sébastien FAURE (ALRS)

Les enjeux du « **Label Responsabilité Sociale** » et les ambitions de l'ALRS pour les mois à venir sont les suivants :

- ◆ Intégrer une réflexion permanente au sein du comité de labellisation pour faire évoluer les référentiels d'audit (*intégration de questions sur le développement durable...*) et optimiser les règles de gouvernance de l'association.

- ◆ Convaincre de plus en plus de donneurs d'ordres à se porter candidat au Label (*EDF en cours de labellisation*).

(Suite page 3)

Une force
la cgji à vos côtés

(Suite de la page 2)

◆ Renforcer la parité au sein du comité de labellisation pour un vote démocratique toujours plus représentatif.

◆ Travailler en étroite collaboration avec la Mission Nationale de la Relation Client sur des actions d'amélioration des conditions de travail des salariés notamment sur la gestion des risques psychosociologique et du stress (*création d'un guide de Prévention des Risques dans les métiers de la Relation Client d'ici fin 2009*).

Regrouper l'ensemble des représentants des salariés et notamment ceux de la CGT non pas pour cautionner les actions de l'ALRS mais pour apporter leur propre sensibilité dans les débats ayant lieu au sein du comité de labellisation de l'ALRS.

Eric DADIAN (AFRC)

Le « *Label* » de Responsabilité Sociale à l'origine imaginé pour freiner les délocalisations a en fait permis de corriger la mauvaise image des centres d'appels en un secteur socialement responsable, a créé une confiance durable dans l'attractivité de nos filières métiers, a su démontrer l'excellence du capital humain et la qualité des prestations délivrées, et a développé une nouvelle forme de partenariat commercial « *gagnant-gagnant* » avec les donneurs d'ordres.

Ce « *Label* » couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur et régi par une gouvernance spécifique (*représentativité paritaire, auditeurs indépendants, comité de labellisation, référentiel étalonné*) est devenu un espace de dialogue constructif qui permet d'imaginer l'évolution des métiers de la relation client et de construire les emplois de demain.

Laurent UBERTI (SP2C)

Le « *Label de Responsabilité Sociale* » est un formidable outil d'amélioration de notre secteur. A l'origine, je craignais que ce Label soit un gadget de plus qui ne contribue pas concrètement à faire avancer notre profession. A l'usage et de façon très pratique, il s'est révélé très efficace. Ainsi il est un lieu unique : le seul endroit où l'ensemble des acteurs (*donneurs d'ordre, prestataires, représentants syndicaux*) de la branche peuvent se rencontrer et échanger, débattre sur les enjeux de notre métier. Le Label est un espace de dialogue permanent et important. En second lieu, l'obtention du Label ne signifie pas que l'entreprise labélisée est idyllique mais cela témoigne qu'elle a mis en place une politique de ressource humaine organisée, structurée et en recherche de progrès.

Michel LE BRET (SECAFI-ALPHA)

Si certains labels sont des outils de com-

munication, d'autres sont construits sur des approches socialement responsables, associant les différents acteurs concernés à la définition des critères et à l'attribution du label et dans ces conditions. L'appréciation sur la qualité du label est donc un préalable.

Pour autant, dans un environnement économique identique, les conditions de travail entre différents centres d'appels ne sont pas systématiquement les mêmes. Si un label bien construit peut être un atout, il n'apportera pas de garantie que les conditions de travail seront les mêmes partout. Je prends par exemple la marge d'autonomie d'un salarié. Elle peut être plus ou moins grande et donc générer plus ou moins de stress et ça le label risque fort de passer à côté.

Pour résumer, si un label bien construit peut être positif, il ne peut se substituer au travail du CHSCT et au travail de l'expert du CHSCT qui non seulement va faire le diagnostic des risques mais va proposer un plan de prévention susceptible soit d'améliorer les conditions de travail soit à minima de réduire les causes (*organisationnelle, management...*) qui peuvent être à l'origine d'une dégradation des conditions de travail.

Pierre-Yves CHANU (Confédération CGT)

La CGT fait de la « *Responsabilité Sociale de l'Entreprise* » un enjeu revendicatif à part entière : elle se bat pour que le respect effectif des engagements pris par les entreprises qui se disent socialement responsables, notamment dans le domaine des politiques sociales et des droits des salariés. Par ailleurs, elle s'est déjà inscrite dans des démarches de labellisation : elle est ainsi partie prenante du Comité intersyndical de l'épargne salariale qui labellise les produits d'épargne salariale socialement responsables.

Xavier BUROT (Fédération des Sociétés d'Etudes)

A quoi peut servir le « *Label Social* » quand nous constatons que l'un de ceux qui l'ont obtenu récemment, licencie abusivement ce qui lui vaut une série de procès devant le Conseil de Prud'hommes. Ou qu'une entreprise se fasse actuellement auditée sur l'un de ses meilleurs sites, comme par hasard, et non sur celui où les salariés exercent leurs activités dans d'anciens « *hangars* » ?

Le label permet l'obtention de contrat et offre un lieu de discussion entre les donneurs d'ordre et les prestataires, mais dans tout cela n'aurait-on pas juste oublié le côté « *social* » de celui-ci ? Où sont les améliorations apportées aux salariés ?

Hervé BERTIN (Fédération

Mines et Energie)

Concernant nos entreprises (*EDF et Gaz de France/Suez*), nous avons la particularité d'être concerné par le label socialement responsable à deux titres :

◆ Pour nos centres d'appels internes

◆ En tant que donneurs d'ordres pour des activités confiées à des prestataires

La perception des salariés des centres d'appels internes aux entreprises concernant le label socialement responsable, malgré une communication d'affichage des directions, est faible.

Les salariés ne comprennent pas comment les directions peuvent afficher l'obtention de ce label et constater dans le même temps la dégradation de leurs conditions de travail.

Nous assistons à une mise en concurrence de salariés qui pratiquent le même métier, dans des entreprises à statuts différents et dont l'une est donneur de l'autre.

Il est donc, nécessaire que les salariés, avec leurs représentants syndicaux, des entreprises prestataires et donneurs d'ordres puissent se rencontrer, échanger et proposer des actions communes et solidaires pour faire aboutir leurs revendications que ce soit sur les conditions de travail, la reconnaissance des compétences, les salaires, le temps de travail, les parcours professionnels.

Madame Corinne FERREIRA (Fédération des Banques et Assurances)

Avant de vouloir labelliser leurs entreprises, ils feraient déjà bien de travailler sur l'amélioration des conditions de travail, tant en France qu'à l'étranger, car il paraît aberrant de vouloir labelliser au Maghreb alors que la durée du travail est en moyenne de 44h00 et que nos collègues marocains développent, au bout de 4 à 5 ans, des pathologies contre 10 ans pour leurs homologues français, travaillant en plateforme. Une telle situation n'est pas admissible d'un point de vue éthique.

Par ailleurs, il est faux de dire que les conditions de travail sont différentes en interne qu'en externe. Et que de faire porter la responsabilité des mauvaises conditions de travail dans les centres internes sur les seuls donneurs d'ordre est qu'une façon simpliste de se défaire des prestataires.

En dernier lieu, il est regrettable qu'il ne puisse avoir de dialogue social qu'au travers de cette association alors que tant d'instances existent, dans et hors entreprises, pour exercer celui-ci et que le fait d'avoir besoin de construire un nouveau lieu devrait interpeller les employeurs.

« *L'obtention du Label ne signifie pas que l'entreprise labélisée est idyllique mais cela témoigne qu'elle a mis en place une politique de ressource humaine organisée, structurée et en recherche de progrès* »

Laurent UBERTI
SP2C



Fédération CGT des Sociétés d'Études

Coordination des centres d'appels

263, rue de Paris

Case 421

93514 Montreuil Cedex

Téléphone : 01 48 18 84 34

Télécopie : 01 48 18 84 86

Messagerie : fsetud@cgt.fr

**La précarité ne se négocie pas.
Elle se combat !!!**

Bulletin d'adhésion

Nom et prénom : _____

Adresse personnelle : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Tél. : _____

Courriel : _____

Nom entreprise : _____

Adresse : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Secteur d'activité : _____

Catégorie professionnelle (cocher la case correspondante) :

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Employé | <input type="checkbox"/> Ingénieur |
| <input type="checkbox"/> Technicien | <input type="checkbox"/> Cadre |
| <input type="checkbox"/> Agent de maîtrise | |

Retrouvez-nous sur le Web!
<http://www.soc-etudes.cgt.fr/>

Le « Label social » en débat à la CGT

Bien entendu, une telle journée ne pouvait pas se terminer sans que nous débattions entre nous de la position que nous devons avoir face à cette question du « **Label Social** », et notamment sur notre participation ou non au comité de labellisation.

Tous ont été d'accord pour dire que ces deux questions méritent une réponse de la **CGT** confédérale sur le sujet, avec la définition d'une position commune à l'ensemble de l'organisation.

Il a été reconnu aussi que la politique de la chaise vide, pratiquée actuellement par notre organisation, ne permet ni la prise en compte de nos revendications en la matière, ni d'influer sur l'attribution du « **Label Social** » à certaines entreprises qui ne le méritent pas du tout, ni même sur le discours institutionnel réalisé

sur le sujet par le secteur avec l'appui du Gouvernement.

La **CGT** a des choses à dire en matière de traitement social des salariés (*salaires, temps de travail, conditions de travail*) mais aussi sur les relations entre les donneurs d'ordre et leurs sous-traitants.

Mais dans le contexte actuel, quel est le meilleur moyen de faire avancer nos positions en la matière.

Devons-nous intégrer ou non le « **Label Social** » pour mieux le faire évoluer, comme le préconisent certains.

Ou établir notre

propre référentiel social à partir des bonnes pratiques rencontrées ici et là, comme le voudraient d'autres.

Cette question est loin d'être tranchée mais entrouvre des pistes de réflexions que nous devons explorer et discuter avec nos collègues afin de créer le rapport de force nécessaire à un véritable bond en avant social dans le secteur des centres d'appels.

