

## TÊTE D'AFFICHE

## Jean Reignier défend les centres d'appels « à la française »



**Pariant sur la qualité de service et la proximité, le président fondateur de Comearth développe son activité de centres d'appels en France sur un marché où les chasseurs de primes et la délocalisation dominent.** Après une première carrière dans la gestion de la relation client et quelque peu las de voir ses employeurs changer une énième fois, Jean Reignier décide il y a quelques années de lancer sa propre entreprise. Fort logiquement, il entend valoriser ses vingt ans d'expérience en se démarquant des grands spécialistes du secteur. Ceux-ci délocalisent ou courent les bassins d'emploi en reconversion pour décrocher des primes. Lui restera en France et s'auto-financera. La même logique pousse Jean Reignier à s'appuyer sur un noyau de clients fidèles pour lancer Comearth en 2004 à Massy (Essonne). L'entreprise, dont il est propriétaire à 99 %, continue à prendre le contre-pied de la tendance actuelle en proposant des services de relation client à valeur ajoutée. Conseil en développement commercial, relations humaines (recrutement, formation), prises de rendez-vous, de commandes, services pour le consommateur, ventes croisées, accueil téléphonique ou encore gestion de crise et envois de courriers électroniques complètent la panoplie des traditionnels centres d'appels. Profitable dès le début, l'entreprise, qui a enregistré 1,3 million d'euros de

chiffre d'affaires en 2007, devrait terminer l'année sur 3 millions avec une centaine de collaborateurs grâce à des clients tels que Microsoft, BNP Paribas, IBM ou Maserati. L'année dernière, la société s'est dotée d'une filiale en Russie, à Penza, qui emploie une trentaine de personnes pour ses clients Sanofi-Aventis, Renault et Société Générale, désireux de développer leur clientèle locale. « Normalement, nous devrions nous implanter dans un troisième pays avant la fin de l'année », indique Jean Reignier, qui exclut toute velléité d'utiliser ces implantations pour réaliser des prestations offshore à bas coûts. « Nos moyens sont concentrés sur notre plate-forme de Massy, mais nous avons d'autres sites possible en France pour nous rapprocher de nos clients », poursuit le dirigeant, qui affirme que les salariés de ses centres d'appels sont tous en CDI, avec des salaires de 30 % supérieurs à ceux du métier. Formés à la problématique de l'entreprise pour laquelle ils travaillent exclusivement, ils sont du reste mis en condition pour s'impliquer réellement, par exemple en étant installés dans des locaux décorés aux couleurs du client. Jean Reignier tient à ce que ses clients soient pris en charge par un interlocuteur réellement qualifié. « Nous allons du conseil à la réalisation », rappelle-t-il en précisant que ces collaborateurs expérimentés – quarante-cinq ans d'âge moyen – sont un atout pour se démarquer des prestataires à bas coûts. « Plutôt que de nous battre sur les prix, nous emportons l'adhésion de nos clients avec un retour sur investissement mesurable », conclut le dirigeant.

DOMINIQUE MALÉCOT



Jean Reignier.