

Data Base Factory acquiert les deux centres de contacts d'Yves Rocher

Data Base Factory, poursuit son développement avec la reprise des deux centres internes de Relation Client du Groupe Yves Rocher. Situés respectivement en Bretagne et en Moselle, ces deux centres emploient plus de 300 collaborateurs et traitent tous les contacts (entrants et sortants) des marques cosmétiques du Groupe Yves Rocher.

Le Groupe Yves Rocher ayant amorcé une stratégie de recentrage sur son cœur de métier a choisi de céder, après plusieurs mois d'étude, ses deux centres de contacts internalisés à Data Base Factory.

Selon le groupe, cet accord de cession-partenariat va permettre à Data Base Factory :

- de développer son portefeuille de services sur la dimension service clients, au centre de la culture et de la performance des deux centres
- d'augmenter sensiblement sa capacité de production en France en passant à six implantations pour un total de 800 positions (1 300 au total pour le groupe).
- de renforcer ses capacités multilingues grâce aux compétences germanophones des équipes du centre de Moselle
- d'affirmer sa crédibilité sur le marché des cessions-partenariat. Dans un secteur où 80 % des centres de contacts sont internalisés et où le recours à l'outsourcing s'intensifie, ce marché est un vecteur de croissance prometteur pour Data Base Factory
- et surtout de propulser Data Base Factory parmi les dix premiers outsourcing français



Georges Bensoussan
Président du Directoire d'Auréris, la holding qui possède Data Base Factory

Trois questions à un directeur général discret... mais apparemment efficace

Marc Labarre, vous êtes directeur général de Data Base Factory, qu'est-ce qui a convaincu Yves Rocher de renouer votre offre ?

Le groupe Yves Rocher a une tradition bien ancrée de prise en compte du social et du bien être de ses équipes. Nous avons été consultés par le cabinet en charge de ce projet de cession au même titre que d'autres grands groupes, mais qui étaient peut être justement trop importants et pour lesquels cette cession n'eût été qu'un dossier de croissance externe de plus. Très tôt dans la consultation nous avons compris que la perte d'identité éventuelle pour les deux sociétés reprises, filiales d'Yves Rocher - PhonYR en Bretagne et Le Cercle en Moselle - constituait un écueil pour le cédant. Nous avons résolument démontré en quoi notre culture, la taille de notre groupe, correspondent à cette volonté de pérenniser une activité et un métier fondamentaux. Parallèlement la solidité financière de Data Base, son dynamisme commercial, ses fondamentaux d'organisation ont, je crois, pesé dans la balance. Yves Rocher sait que nous allons intégrer leurs équipes en respectant leur culture, voire en nous appuyant sur elles.



Marc Labarre
Président de Data Base Factory

C'est-à-dire ?

Contrairement à des dossiers de croissance externe qui sont suivis par des phases de ré-engineering, rationalisations diverses, départs, etc., nous intégrons deux sociétés au sein desquelles tous les services existent, sont utiles et performants : la formation, la gestion de projet, la planification. Les équipes ont l'habitude du service clients, mais travaillent également en appels sortants ; les deux sociétés sont organisées en centres d'appels dépendant de la convention collective des presta-

taires de service. Nous allons de ce fait pouvoir mutualiser des missions avec eux sans avoir à leur faire découvrir un métier, nous appuyer sur leur expertise en VPC. C'est un nivellement par le haut que ce projet nous permet d'enclencher, si je peux m'exprimer ainsi. D'un point de vue technologique, nous nous sommes engagés à revoir l'organisation et les infrastructures technologiques de ces deux sociétés, équipées en Alcatel, tandis que la totalité du groupe est lui-même équipé en Vocalcom (Hermès Pro).

Lorsque SFR a organisé la reprise de certains de ses sites par Téléperformance, c'est une levée de boucliers à laquelle on a assisté. Pour l'instant pas de remous ?

En effet les comités d'entreprise ont tous donné un avis favorable, notamment pour les raisons évoquées plus haut, qu'ils ont bien identifiées. Parallèlement, l'accord avec Yves Rocher comporte pour notre part un engagement sur l'emploi et de leur côté un engagement de volumes confiés dans la durée, et ce pour trois ans. Nous sommes sereins pour l'avenir et convaincus que Data Base Factory sera, grâce à ce projet réussi, identifié comme un partenaire crédible pour d'autres donneurs d'ordres qui désireraient dans l'avenir réaliser eux aussi ce type de cession-partenariat.