

## Convers redore l'image des centres d'appels



DE NOTRE  
CORRESPONDANTE  
À NICE.

**L'entreprise niçoise a réussi, par sa politique de management, à s'imposer en modèle de référence dans un secteur d'activité jusqu'ici plutôt mal coté.**

Présenté comme « l'entrepreneur avec qui tout le monde rêve de travailler », Philippe de Gibon dirige Convers, un centre d'appels à Nice. Créée il y a douze ans, cette entreprise, qui emploie aujourd'hui 150 salariés en CDI, a décroché fin 2009 le label RSE (responsabilité sociale des entreprises) dans un secteur d'activité souvent montré du doigt pour privilégier la productivité au détriment de la qualité des conditions de travail. « Dès la création de l'entreprise, nous avons choisi de suivre une stratégie prenant le contre-pied de ce qui se faisait dans la profession », explique Philippe de Gibon. Fondateur de Convers avec trois associés et aujourd'hui directeur général, il a décidé d'attirer « des personnes qui n'auraient pas eu l'idée de pousser la porte d'un centre d'appels ». Pour les motiver, la firme propose des salaires fixes au-dessus de ceux prévus par la convention collective et, surtout, le temps choisi dans le cadre de CDI de 20, 25, 30 ou 35 heures. « Les salariés choisissent leurs horaires de travail chaque semaine et tous les six mois peuvent demander à travailler moins ou davantage », précise Philippe de Gibon. Cette flexibilité explique que 66 % des employés de Convers sont des femmes qui réussissent ainsi à concilier famille et vie professionnelle.

Convers fait aussi travailler des seniors (30 % de plus de 50 ans) – le plus ancien, 78 ans, vient de quitter l'entreprise où il a passé près d'une dizaine d'années – et accueille 11 % de handicapés. Cette politique de recrutement a valu à Convers de recevoir plusieurs récompenses, dont le trophée de la diversité en 2008 ou encore le trophée RSE des Alpes-Maritimes, en février 2010. Convers vient de s'installer dans de nouveaux locaux, 1.200 m<sup>2</sup> à l'ouest de Nice, ce qui lui a permis de passer de 85 postes de travail à 150. Ce nouvel environnement de travail, un immeuble neuf avec vue sur parc et la mer à l'horizon, représente un investissement de 4 millions d'euros couvrant l'achat des locaux, leur aménagement et les équipements. « Les banquiers et notre principal actionnaire, un industriel privé qui détient 70 % du capital, ont suivi grâce à nos bons résultats », explique Philippe de Gibon. Car la stratégie « du contre-pied » choisie par Convers s'avère payante avec un « turnover » des effectifs réduit de moitié par rapport à la moyenne du secteur et des clients, grands comptes pour l'essentiel (laboratoires, banques, opérateurs télécoms, etc.), fidélisés. La caisse de résonance médiatique dont bénéficie Convers, grâce à ses trophées, attire aussi de nouveaux clients. Cet atout lui permet de traverser la crise économique sans dommage. D'ici à la fin 2010, il compte porter ses effectifs à 220 personnes en rendant opérationnels les nouveaux postes de travail installés et réaliser un chiffre d'affaires de 4,8 millions d'euros contre 4 millions d'euros en 2009.