

Communiqué de presse

Ivry-sur-Seine, le 5 décembre 2008

BlueLink permet à ses collaborateurs de mettre leurs compétences à disposition du Samusocial

BlueLink, le spécialiste de la relation client à distance haut de gamme, s'engage dans une action de mécénat de compétences avec le Samusocial, en mettant à disposition du 115 de Paris cinq collaborateurs volontaires. Cette démarche confirme l'engagement social et citoyen de l'entreprise et permet à ses équipes de s'enrichir de nouvelles expériences à travers une mission reconnue d'intérêt public.

BlueLink, qui a obtenu cette année le Label de Responsabilité Sociale dans sa version 2008, a consulté l'ensemble de ses salariés dès le mois de juillet au sujet du mécénat de compétences. Le choix du Samusocial ayant suscité l'intérêt de 90% des répondants, un appel au volontariat a été lancé chez BlueLink dès la rentrée. Parmi les conseillers clientèle volontaires, cinq ont été sélectionnés par le Samusocial pour accompagner, à plein temps, les permanenciers du 115 de Paris qui doivent faire face à un nombre de demandes téléphoniques en constante augmentation. Ils ont bénéficié d'une formation initiale de 15 jours comprenant deux nuits sur le terrain pour mieux comprendre l'importance de leur mission.

L'équipe a intégré le pôle généraliste « Front line » le 28 octobre dernier. Lors de chaque appel, après une phase d'écoute et d'évaluation de la situation des sans-abri, les conseillers ont pour mission d'informer et d'orienter les appelants vers les structures adaptées, en leur proposant éventuellement un hébergement d'urgence pour la nuit. Les cinq volontaires sont détachés dans les locaux du 115 de Paris pour une durée de 6 mois renouvelable une fois avant de réintégrer les équipes de BlueLink et de laisser la place à d'autres volontaires.

Le choix du mécénat de compétences offre aux collaborateurs de BlueLink et du Samusocial la possibilité de s'enrichir mutuellement tant sur le plan personnel que professionnel : acquérir de nouvelles compétences tout en s'investissant dans une action de solidarité. Les salariés sont ainsi pleinement acteurs de la démarche, aussi bien en se portant volontaires qu'en soutenant la cause.

« Donner de la valeur au temps est pour nous essentiel. Un tel engagement s'inscrit dans la démarche d'amélioration continue de l'entreprise qui doit être portée par chacun de nos collaborateurs », confie **Tanguy de Laubier, Directeur Général de BlueLink.**

A propos de BlueLink

Filiale du groupe AIR FRANCE KLM, BlueLink est un spécialiste haut de gamme de la gestion du capital client avec des références prestigieuses positionnées dans des secteurs d'activité tels que le transport aérien, le tourisme & loisirs, la culture et les médias, la banque, les assurances et le luxe. Créée en 1992 sous le nom de Fréquence Plus Services, l'entreprise, dénommée BlueLink depuis le 2 avril 2008, intervient à chaque étape de la relation client des entreprises à travers une offre complète de services multilingues, multisites et multimédias. Certifiée ISO 9001 version 2000 et en cours de certification NF Services, l'entreprise a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires de 47 millions d'euros.

En proposant 20 langues de traitement à travers le monde, BlueLink gère notamment *Flying Blue*, le premier programme de fidélisation européen d'AIR FRANCE KLM qui compte 13,5 millions de membres.

Avec 1000 collaborateurs à travers le monde - dont 500 en France - BlueLink bénéficie d'une expertise pointue dans la gestion d'activités complexes (traitement des réclamations, procédures opérationnelles spécifiques et sécurisées, outils métiers en mode expert) ; 50% des activités sont gérées en Back Office (courriers, fax, emails).

Fort d'une situation pérenne de par son appartenance au groupe Air France, BlueLink a également développé une offre de services additionnels à haute valeur ajoutée telles que les remontées apportées à ses clients via les services du marketing opérationnel et de prévention des fraudes.

A propos du Samusocial

La méthode « Samusocial », mise en œuvre en 1993 par le Dr Xavier Emmanuelli, propose et développe une approche nouvelle pour lutter contre l'exclusion sociale : cette méthode est déclinée de la philosophie du SAMU (médical). Elle consiste à « aller vers » les personnes en situation de grande exclusion et se caractérise par :

- la permanence,
- la mobilité,
- le professionnalisme et la pluridisciplinarité de ses interventions.

A l'instar du SAMU, le Samusocial considère les personnes secourues comme des « victimes » en danger, qui ne sont plus à même de demander de l'aide. En proposant une prise en charge complète, associant les aspects médicaux et psycho-sociaux, le Samusocial, au-delà de l'assistance immédiate et inconditionnelle, aide ces personnes à réacquérir les codes de la vie qui vont leur permettre d'être autonomes : codes du corps, du temps... de l'autre.

Pour être toujours plus efficace et répondre au phénomène croissant de l'urbanisation qui génère partout dans le monde de l'exclusion sociale, le Samusocial a élargi son champ d'action et ses missions. Sa méthode est appliquée aux mégapoles internationales (création du Samusocial International en 1998) et aux grandes villes de France (création en 2001 de la Fédération Nationale des Samusociaux).

Contact Presse BlueLink :

Valérie Hackenheimer / Alexandra de Busni

Florence Gillier Communication

Tél : +33 (0)1 41 18 85 55

valerieh@fgcom.fr / adebusni@fgcom.fr

Contact Presse Samusocial :

Valérie Coton

Tel : +33 (0)1 41 74 82 61 / +33 (0)6 07 69 65 22

v.coton@samusocial-75.fr