
		
	Réponse Ocito	

Réponse OCITO à la consultation

Réorganisation des tranches de numéros commençant par 08 et des numéros courts

25 mai 2012

		
	Réponse Ocito	

I. Introduction


La réponse apportée par Ocito porte sur les questions 3 et 4 qui concernent directement le métier d'agrégateur de SMS.

Rappel de la question n° 3 :

La création d'une catégorie de numéros courts à 6 chiffres vous semble-t-elle adaptée pour répondre aux attentes des éditeurs ?

Question n° 4

Que pensez-vous de la création d'une catégorie de numéros spéciaux SMS / MMS ?

		
	Réponse Ocito	

II. Réponse

Les questions 3 et 4 soulèvent deux problématiques.

1/ La problématique du "STOP"

Même s'il n'offre pas une fiabilité totale, le procédé de "STOP" dans les campagnes de push SMS mutualisées porte à satisfaction. En effet, la probabilité que le scénario suivant se réalise avec toutes les conditions ci-dessous réunies de façon simultanée est extrêmement faible :

- Réception par un consommateur de plusieurs campagnes SMS d'annonceurs différents
- sur un même numéro court mutualisé
- sur une période très courte (la grande majorité des réponses au MT arrivent généralement dans les 2 heures suivant la réception d'un message)
- et que ce consommateur ait répondu "STOP" (sur les campagnes de push marketing réalisées par Ocito au 1er trimestre 2012, le taux de désabonnement moyen oscille entre 0.1% et 0.6% (*taux de désabonnement = nombre de stop/nombre d'envois reçus*)).
- Et enfin qu'il ait répondu "STOP" à l'une mais pas à l'autre des campagnes SMS

Pour toutes ces raisons, le "STOP" SMS tel qu'il existe actuellement est efficace et, qui plus est, rentre dans les mœurs des consommateurs.

2/ La problématique du numéro unique par éditeur

La question 3 soulève également d'autres enjeux avec la possibilité pour les agrégateurs d'utiliser un numéro spécial dédié par éditeur dans le cadre d'un plan de numérotation public.

Voici les principaux avantages et inconvénients de notre point de vue :


Avantages perçus

1. Cela permettrait depuis un même numéro émetteur de faire des campagnes bi-directionnelles en SMS et vocal
2. Si il était appliqué par tous les agrégateurs et dans toutes les campagnes SMS, ce procédé permettrait d'éviter les cas très particuliers de "STOP" mal attribués
3. Cela offrirait la possibilité d'avoir plus de numéros dédiés (vs 20 actuellement pour chaque agrégateur auprès d'un opérateur)
4. Cela ferait peut-être évoluer les conditions tarifaires entre agrégateurs et opérateurs


Inconvénients perçus

1. Les numéros émetteurs en 08 seraient beaucoup plus assimilés par les consommateurs à des messages surtaxés voire non sollicités (exemple ping call) que les short code actuels, ce qui aurait des impacts très négatifs sur l'efficacité des SMS marketing et de service
2. La mise en œuvre technique pour Ocito serait lourde et complexe et remettrait en cause une partie des développements réalisés depuis 2002
3. Cela rendrait possible la constitution de "bases de données sauvages" à cause de l'affichage en clair sur un numéro commun (pour information aujourd'hui, les numéros courts sont différents chez SFR). Par ailleurs, la solution alternative qu'offre le changement d'OADC n'est pas satisfaisante car elle est toujours en cours d'expérimentation avec des débits faibles, et qu'à ce jour, elle n'est pas toujours accueillie positivement par les éditeurs.
4. Le fait d'avoir un numéro par éditeur rendra potentiellement plus coûteux l'accès au push SMS comparé au push mutualisé (à définir selon les conditions tarifaires définies). Cela peut donc restreindre voire priver l'accès au push SMS aux PME pour qui le push mutualisé offrait une porte d'entrée. Et dans cette logique, le manque à gagner aurait des conséquences économiques lourdes pour les agrégateurs et intermédiaires du marché.

	Ocito, 28 rue Châteaudun, 75009 Paris, Téléphone : +33 1 53 43 08 33	
Documentation		Page 3 sur 5

		
	Réponse Ocito	

5. Les délais de mise en œuvre ne seraient potentiellement pas satisfaisants pour les éditeurs car la période d'activation serait pénalisante pour traiter les demandes de nouveaux clients ayant un besoin de routage le jour même par exemple. Et l'alternative consistant à activer des numéros de réserve pour anticiper ces demandes urgentes induirait de nouveaux coûts pour les agrégateurs.

		
	Réponse Ocito	

III. Conclusion

Au vu des éléments évoqués ci-dessus, nous pensons que la solution proposée dans la consultation pour contourner la faille minime du "STOP" SMS n'est pas satisfaisante car elle offre de notre point de vue plus d'inconvénients que d'avantages.

Par ailleurs, trois problématiques persistent et mériteraient des éclaircissements afin de pouvoir complètement statuer sur cette proposition.

1. Sera-t-il possible de conserver les numéros courts du plan de numérotation privé tels qu'ils existent actuellement et ainsi de travailler de façon concomitante sur les deux solutions ?
2. Quels seraient les conditions tarifaires d'une part et les débits associés d'autre part de ces numéros du plan de numérotation public ? En l'état actuel, les agrégateurs optimisent leur bande passante et procèdent à du load balancing car les flux de marketing direct obéissent par nature à des pics et des creux d'activité.
3. Si la gestion du "STOP" actuelle est jugée insatisfaisante, quelles solutions seront apportées pour contrer les campagnes opérées par le biais de modem SIM et celles opérées à travers les accords de roaming international et non bi-directionnelles ?

Nous aimerions que ces problématiques soient éclaircies avant que toute décision soit prise. Par ailleurs, si des groupes de travail étaient amenés à être créés, nous nous tenons à disposition pour y participer.