



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 23 août 2008

Mots-clés : TÉLÉPHONIE / RELATION CLIENT / LOI CHATEL/ LME / CENTRE D'APPELS

Le numéro court 36 20 lance une nouvelle offre de modulation tarifaire adaptée aux lois Chatel ¹ et LME ²

■ À partir du 1^{er} janvier 2009, la Loi de modernisation de l'économie (LME) oblige toutes les entreprises à adopter des numéros non surtaxés pour leur service clients. ■ 36 20, le Numéro des Marques, enrichit son offre conformément aux nouvelles réglementations. ■ Les entreprises peuvent ainsi modifier la tarification des appels selon la nature de l'information demandée (informations commerciales, SAV...) et diminuer l'impact financier de la LME.

La Loi de modernisation de l'économie (LME) impose des numéros non surtaxés pour les services clients

Déjà, la loi Chatel impose depuis le 1^{er} juin 2008 aux opérateurs télécoms d'offrir à leurs clients l'attente gratuite et un numéro non surtaxé pour l'assistance. Quant aux e-commerçants, ils ont l'obligation de faire figurer un numéro de téléphone sur leur site internet. Publiée au *Journal officiel* le 4 août 2008, l'article 87 de la LME bouleverse la relation clients en France : « *Le numéro de téléphone destiné à recueillir l'appel d'un consommateur en vue d'obtenir la bonne exécution d'un contrat, conclu avec un professionnel ou le traitement d'une réclamation ne peut pas être surtaxé. Il est indiqué dans le contrat et la correspondance.* »

En conséquence, à partir du 1^{er} janvier 2009, date d'entrée en vigueur de la loi, toute entreprise quel que soit son secteur d'activité (banque, vente par correspondance, mutuelle...) devra changer le numéro de son service clients, souvent un numéro de type azur, indigo ou surtaxé aujourd'hui, pour adopter un numéro non surtaxé.

Plusieurs millions de numéros type Vert, Azur, Indigo ou Audiotel à 10 chiffres sont en circulation. Un succès qui rencontre une limite : celle de la mémoire humaine ! Côté marques, se pose alors la question de l'efficacité des campagnes de communication et de leurs relations clients... Autant de raisons qui ont guidé la démarche du 36 20 créé en 2003.

¹ Loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs - www.legifrance.gouv.fr

² Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie - www.legifrance.gouv.fr

Moduler la tarification des appels en fonction des types de demande

Dans ce contexte, le numéro court 36 20 opère une refonte complète de son offre et met en place la modulation du tarif de l'appel. L'entreprise choisit le coût de la communication en fonction des objectifs de son numéro de téléphone :

- **gratuit** (type numéro Vert) pour le service après-vente et les réclamations suivant la LME et
- **de gratuit à 0,34 euro/minute** (numéro surtaxé) pour les autres services : informations commerciales, relation actionnaires, commandes...

Serveur vocal à 2 choix respectant la LME

L'entreprise peut également, avec le numéro court 36 20, rassembler les fonctions effectuées jusqu'à présent par plusieurs numéros de tarifs différents. En effet, grâce à un serveur vocal multichoix, l'entreprise peut

appliquer une tarification différenciée selon le type de demande (0,15 euro/min pour la souscription, gratuit pour le service après-vente). Le temps d'attente peut être gratuit. Les changements de tarifs se font en toute transparence en informant l'appelant du coût de la communication à chaque étape.



« *Le 36 20 peut ainsi remplacer l'ensemble des numéros existants, et devenir le guichet téléphonique unique d'une marque* », ponctue Jacques Pilorge, directeur commercial du 36 20. « *La loi Chatel et la LME confortent notre stratégie d'un numéro court unique à modulation tarifaire pour les entreprises.* »

La mise en œuvre du service s'effectue sous moins d'un mois et ne nécessite aucune installation technique dans l'entreprise.

Diminuer l'impact financier de la LME

« *Les communications n'étant plus surtaxées, on peut prévoir que le nombre d'appels et la durée de communication augmenteront de façon très sensible, de 10 à 15 %.* », prévoit Jacques Pilorge. « *Pour les entreprises, l'impact financier de l'application de la LME sera très lourd. Les communications, maintenant à leur charge, et le surcroît de trafic qui obligera à étoffer les équipes en réception d'appels pourront représenter plusieurs milliers, voire centaines de milliers d'euros par mois. Tel que l'a indiqué l'Arcep³, libre aux entreprises de refacturer la prestation de service d'assistance à ses propres clients. L'important aux yeux du législateur est que le détail de la facturation soit indiqué. Grâce à ses outils d'identification interconnectés avec l'entreprise, le numéro court 36 20 peut fournir en temps réel les informations sur le trafic. Les entreprises pourront toujours refacturer au plus juste, directement, de façon claire et transparente, le service rendu aux consommateurs* », déclare Jacques Pilorge.

Sur le plan technique, ces services de modulation tarifaire et de refacturation temps réel sont particulièrement complexes. Les développements nécessaires demandés par 36 20 s'appuient sur une excellente maîtrise des réseaux informatiques et des réseaux de télécommunications.

« *Nous avons avec Prosodie, notre partenaire, une vraie longueur d'avance en la matière* », souligne Jacques Pilorge.

³ Avis de l'Arcep du 2007-0857 www.arcep.fr - L'Arcep (Autorité de régulation des communications électroniques et des Postes) a défini la liste des numéros non surtaxés, dont 36 20 fait partie www.arcep.fr

« Prosodie a été le premier opérateur à lancer une offre de modulation tarifaire sur le marché. D'un point de vue technique, notre solution repose sur un pilotage par le serveur vocal interactif (SVI) de la fréquence d'émission des ITX (Impulsions de taxation), modulant ainsi le palier tarifaire de la communication en fonction des choix effectués dans le menu. Outre la gratuité de l'accueil, l'usage développé par 36 20 est particulièrement innovant, intégrant aussi une différenciation du tarif en fonction du profil de l'appelant, application unique sur le marché ! », explique Anne Lacouberie, responsable Marketing et Offres chez Prosodie.

A propos de PROSODIE. PROSODIE est un opérateur de services, expert en solutions télécoms et informatiques qui permettent aux clients, partenaires et collaborateurs des grands comptes publics et privés d'échanger à distance des informations qui leur sont destinées. La Société intervient sur les domaines de la Relation client multicanal, de l'infogérance d'applications web et de systèmes d'information, des solutions du business on line (prépaiement, e-commerce) et des services aux opérateurs. Présent en France, en Espagne, aux Etats-Unis et au Canada, le Groupe a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires consolidé de 172,2 M€ pour un résultat opérationnel courant de 11,9M€. PROSODIE a obtenu, en décembre 2006, l'extension de la certification AFAQ ISO 9001 à l'ensemble de ses activités sur l'ensemble de ses sites de production français. Pour en savoir plus : www.prosodie.com

A propos de 36 20, Le Numéro des Marques. 36 20 a été créée en 2003, son objectif est de simplifier la relation clients des entreprises. Ses créateurs comptent, entre autres, le publicitaire Bernard Roux, l'un des fondateurs de l'agence de publicité RSCG ou encore Eric Vivien, d'Altran, expert en innovation de la Relation Clients. Ce numéro court, identique pour toutes les marques clientes, présente l'avantage d'être très facilement mémorisable. Un serveur vocal permet d'aiguiller par la reconnaissance vocale, dès la prise de communication, l'appelant vers le centre d'appels de la marque demandée.

Aujourd'hui, 36 20 compte plus de 150 clients parmi lesquels on trouve de entreprises grands comptes et de pme. Ils ont choisi le 36 20 : Maison Phénix, Crédit Mutuel, Débitel, Mikit, APRR (Autoroutes Paris Rhin Rhône), Polygram, Armée du Salut, Pierre et Vacances, Direct Energie, SwissLife,...

La société met également en service des numéros courts dédiés et édite depuis 2006 le service de Rappel Automatique Gratuit (click to call) www.RappelAutomatiqueGratuit.com

Pour en savoir plus : www.3620.com

Contacts

Relations presse, Agence C3M, 01 47 34 01 15, Michelle Amiard - michelle.amiard@agence-C3M.com

36 20 Le Numéro des Marques, 36 20 dites 36 20*, Jacques Pilorge, directeur commercial - jacques.pilorge@3620.com, * 0.15 euro/min