

## Le SMS au cœur de la crise sanitaire : ce que révèlent les 170 millions de SMS envoyés par smsmode<sup>®</sup> pendant la 1<sup>ère</sup> année de la pandémie

**25 février 2021** – Chaque Français reçoit en moyenne 10 SMS A2P (Application To Person) par mois. Ces messages SMS envoyés par les entreprises à leurs clients (opérations promotionnelles, rappels de rendez-vous médical, suivi de livraison, etc.) sont un élément-clé des stratégies de digitalisation de la relation client. Or, la crise sanitaire a précisément accéléré le virage numérique des entreprises. Comment l’usage de la communication par SMS a-t-il été impacté ? Pour répondre à cette question, smsmode<sup>®</sup> a analysé plus de 170 millions de SMS envoyés via sa plateforme de routage de messagerie mobile entre le 1<sup>er</sup> septembre 2020 et le 31 janvier 2021.

*« 95% des SMS sont lus dans les 3 minutes qui suivent leur réception ! Le SMS est un outil performant qui permet d’établir un lien direct et immédiat avec le public. »* souligne Fabien ANDRAUD, Directeur commercial de smsmode<sup>®</sup>. *« L’année 2020 a révélé un visage nouveau du SMS A2P. Pendant cette première année de crise sanitaire, le SMS a facilité le quotidien de plus en plus digitalisé des Français, et a joué un rôle essentiel dans la lutte anti-COVID. Cette année, la notification par SMS est montée en puissance pour répondre à la digitalisation de l’économie, dont la crise sanitaire aura été un accélérateur. »*

### Des campagnes mobile fortement impactées

Magasins fermés, rues désertées et habitudes d’achat complètement bouleversées : les marques ont annulé une grande partie de leurs opérations publicitaires *on* et *offline*. Résultat : le SMS publicitaire enregistre une baisse de -13% par rapport à 2019 (et même de -21% durant les périodes de confinement — période du 1<sup>er</sup> au 20 novembre 2020 par rapport à l’année

précédente), alors que les volumes de mobile messaging A2P sont restés stables en 2020 (+0,16% par rapport à 2019).

« *Les grands temps fort promotionnels de l'année que sont le Black Friday et les soldes d'hiver ont été décalés dans le temps et n'ont pas suscité la ruée habituelle. En toute logique, les annonceurs ont revu à la baisse le volume d'envoi de SMS (-7% par rapport à 2020) à ces périodes-là. Et puis, les stratégies de Drive-to-web, assez nouvelles et pas encore généralisées par tous les acteurs retail, n'ont pas compensé la chute du trafic publicitaire "traditionnel" »* explique Fabien ANDRAUD.

### **Le SMS a facilité le quotidien de plus en plus digitalisé des Français**

Sous l'effet de l'impératif de distanciation physique, la digitalisation des habitudes de vie et de consommation des Français s'est accélérée si bien que le SMS informatif ou SMS de notification a connu une véritable envolée (+14%) en 2020.

Code secret à communiquer au livreur, moyen de signer des documents et de contractualiser à distance pour les salariés en télétravail, informations de suivi pour faire ses courses en Click&Collect : le SMS de notification est devenu un outil indispensable du quotidien et de nombreuses entreprises ont intégré ces nouvelles fonctionnalités durant la crise sanitaire.

L'envolée du SMS informatif a été telle que 2020 est la première année où le nombre de SMS de notification envoyés a été plus important (58,34%) que celui de SMS publicitaires (41,65%).

### **Le SMS a simplifié la lutte anti-COVID**

Le SMS a joué un rôle essentiel dans la gestion de la pandémie. Ainsi, en 2020, les pouvoirs publics ont mené une campagne SMS de sensibilisation auprès des 67 millions de Français afin d'inciter chaque citoyen à télécharger la nouvelle application #TousAntiCovid. Les acteurs de la MedTech qui ont été sélectionnés comme partenaires officiels de l'État pour la prise de rendez-vous en ligne et la gestion des centres de vaccination (Doctolib, Maiia, KelDoc) utilisent le SMS pour confirmer et rappeler les rendez-vous aux patients. Et c'est encore le SMS qui a permis d'informer les personnes dont les tests se sont révélés positifs et les cas contacts potentiels.

**Étude complète à consulter sur :**

<https://www.smsmode.com/barometre-2021-sms-a2p/>

### **Contact Presse**

Julie Bagdikian

07 61 23 43 67

[julie@bamboum.com](mailto:julie@bamboum.com)

#### **À propos de smsmode®**

Créée en 2004, smsmode® est l'une des principales plateformes françaises de routage de messagerie mobile (SMS, TTS, RCS, WhatsApp). Historiquement basée à Marseille, l'entreprise est également implantée à Paris et à Barcelone (Espagne). smsmode® est membre de la FrenchTech Aix-Marseille, de la MMAF (Marketing Mobile Association France) et de la GSMA (association internationale des opérateurs et constructeurs de téléphonie mobile). La société compte plus de 10 000 clients parmi lesquels Doctolib, Foodcheri, Keolis, Voyage-Privé, TheFork ou encore Century 21.