

# INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### La passivité des utilisateurs de téléphonie mobile peut leur coûter des centaines d'euros

**Bruxelles, le 8 juillet 2026 – La nouvelle étude tarifaire de l'IBPT relative aux services mobiles montre que reconnaître et dépasser le biais de statu quo permet aux consommateurs d'opter pour un comportement proactif et effectuer ainsi des économies sur leurs dépenses télécoms se chiffrant en centaines d'euros.**

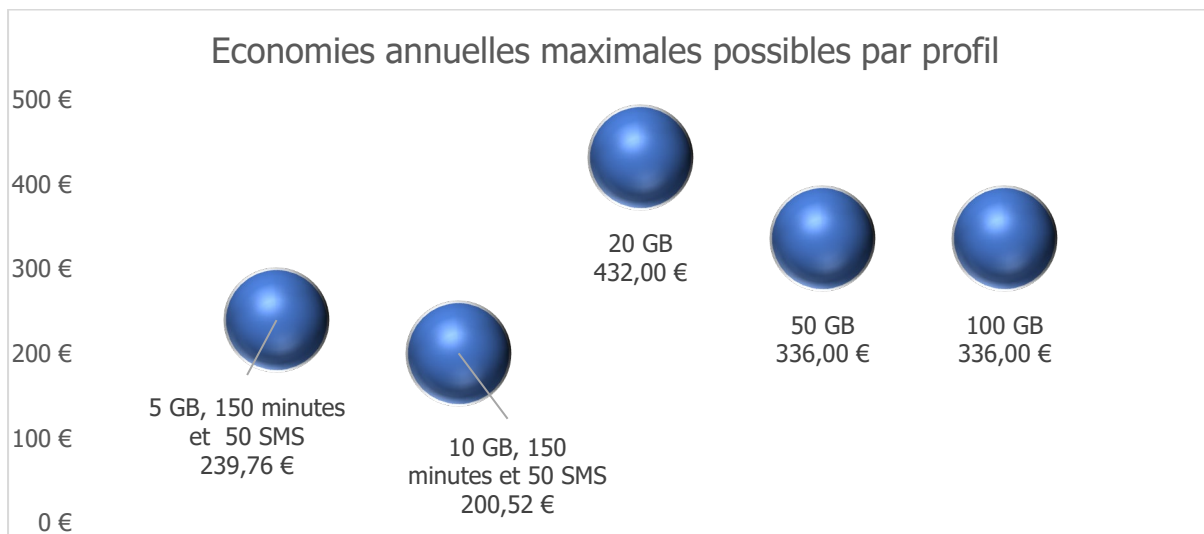
Chaque année, les articles de presse et les associations de défense des consommateurs se font largement l'écho des hausses de prix et des adaptations apportées aux plans par certains opérateurs de télécommunications. Pourtant, selon l'édition 2025 de l'enquête consommateurs de l'IBPT<sup>1</sup>, seuls 12% des sondés pensent que le contenu de leur plan a été modifié à l'initiative de leur opérateur au cours des 12 derniers mois et 19% que le prix a subi une augmentation durant la même période. Pourtant, seul un pourcentage infime de ceux-ci opte pour un changement d'opérateur (respectivement<sup>2</sup> 2% et 1%) alors que la grande majorité est passive (57% et 71%). Ce phénomène psychologique de résistance au changement - même lorsque des alternatives pourraient être bénéfiques - est connu sous le nom de "biais du statu quo"<sup>3</sup>. Quels que soient les besoins réels des consommateurs, d'importantes économies peuvent être réalisées, pour autant que les consommateurs soient conscients de ce biais et qu'ils le dépassent : des centaines d'euros peuvent en effet être économisés.

---

<sup>1</sup> <https://www.ibpt.be/operateurs/publication/enquete-consommateurs-2025>,

<sup>2</sup> Les pourcentages entre parenthèses se rapportent respectivement au pourcentage de sondés ayant déclaré avoir subi une adaptation de PRIX au cours de l'année écoulée puis à celui des sondés ayant observé une adaptation du VOLUME de leur offre sur la même période.

<sup>3</sup> Voir notamment l'article du Trends : <https://trends.levif.be/mon-argent/consommation/pourquoi-cette-fidelite-aveugle-a-nos-abonnements-telecom/>



*Economies annuelles maximales possibles par profil (Source : [www.meilleurtarif.be](http://www.meilleurtarif.be), données du 04/05/26)*

Face aux hausses de volume de données opérées par nombre d'opérateurs associées aux hausses des prix, il est conseillé aux consommateurs d'adopter un comportement proactif qui consiste à vérifier leurs besoins réels et, le cas échéant, à opter pour un prix plus bas en descendant en gamme plutôt qu'être passifs et accepter de la data supplémentaire qui ne leur est pas nécessairement utile.

Même ceux qui sont satisfaits de leur opérateur actuel et ne souhaitent pas se tourner vers la concurrence, peuvent vérifier s'ils bénéficient bien du « plan tarifaire le plus avantageux » auprès de leur opérateur actuel. Ces informations sont communiquées une fois par an par les opérateurs, mais les consommateurs peuvent également le demander eux-mêmes, à tout moment.

Pour choisir l'offre mobile correspondant à leurs besoins réels, les consommateurs peuvent trouver leur profil de consommation récent dans leur espace client sur le site web de leur opérateur et les utiliser de façon automatisée en cliquant sur le bouton « meilleurtarif ». Leurs caractéristiques de consommation récentes sont alors envoyées vers l'outil de comparaison de l'IBPT ([www.meilleurtarif.be](http://www.meilleurtarif.be)). En quelques secondes, les consommateurs obtiennent un listage des plans disponibles à la vente répondant à leurs besoins, toutes marques confondues.

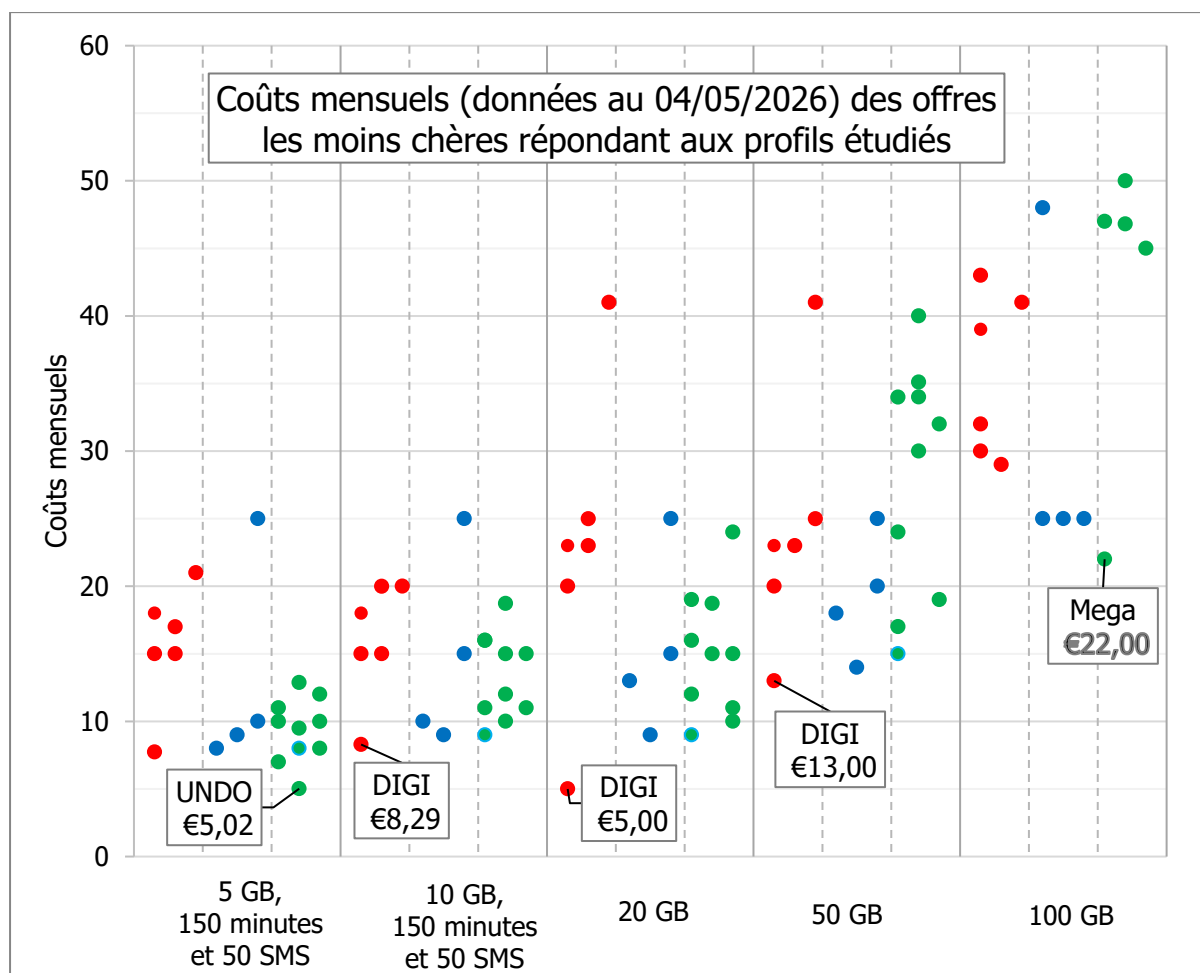
Pour ceux qui souhaitent changer de marque tout en conservant le réseau mobile de leur opérateur actuel, il est conseillé de vérifier quelles marques secondaires ou alternatives peuvent répondre à leurs besoins. L'IBPT met à disposition des consommateurs une liste permettant de connaître le réseau mobile utilisé par les différentes marques<sup>4</sup>.

Quel que soit leur profil, les consommateurs peuvent trouver des alternatives moins chères à leur plan actuel en se tournant vers les nouveaux entrants, les marques alternatives et les marques secondaires qui optent généralement pour des stratégies de prix plus agressives.

A mesure que l'exigence en données mobiles du profil observé augmente, les **marques alternatives** puis les **marques secondaires** sont, en moyenne, plus attractives parfois de manière nette comparativement aux autres catégories de marques.

<sup>4</sup> <https://www.ibpt.be/consommateurs/liste-des-operateurs-mobiles>

On notera cependant qu'il y a une certaine dispersion des offres c'est-à-dire un écart de prix parfois important au sein de chaque catégorie de marques (marques **primaires**<sup>5</sup>, **secondaires**<sup>6</sup> et **alternatives**<sup>7</sup>):



Coûts mensuels des offres les moins chères répondant aux profils (Source : [www.meilleurtarif.be](http://www.meilleurtarif.be), données du 04/05/26)

Ainsi, lors de l'instantané effectué le 4 mai, les marques alternatives UNDO et Mega étaient les solutions les moins chères pour les profils de base (5 GB, 150 minutes et 50 SMS) et très intensif (100 GB) tandis que DIGI, nouvel entrant sur le marché avec une stratégie de prix très agressive, l'était pour les profils modéré (10 GB, 150 minutes et 50 SMS), élevé (20 GB) et intensif (50 GB).

<sup>5</sup> Les marques primaires sont celles des opérateurs ayant investi chacun dans leur propre réseau mobile (points rouges): BASE, DIGI, Orange, Proximus, Telenet et VOO

<sup>6</sup> Les marques secondaires sont les marques dont disposent les opérateurs primaires (points bleus) : Mobile Vikings et Scarlet chez Proximus, hey! chez Orange Belgium, TADAAM chez Telenet groupe

<sup>7</sup> Les marques alternatives (points verts) sont des marques ayant négocié un accord pluriannuel pour pouvoir utiliser les réseaux mobiles de marques primaires : Cybernet, edpnet, FASTfiber, IP Telecom, Mega, Neibo, Netcom, Tchamba Telecom, UNDO et Yoin.

On notera cependant qu'en ce qui concerne DIGI, les prix des SMS varient selon le réseau vers lequel ils sont envoyés (0 € vers des numéros DIGI et 0,07 €/SMS vers les autres réseaux si le nombre de SMS envoyés est supérieur au nombre de SMS reçus) ce qui explique pourquoi les 3 profils exigeant davantage de données mobiles sans exigence de minutes et de SMS peuvent avoir un coût inférieur à ceux des deux profils ayant des exigences en termes de minutes et de SMS. Le consommateur veillera donc à cette particularité tarifaire.

Le marché mobile des télécommunications est assez dynamique : des ajustements des offres ont déjà eu lieu depuis l'instantané effectué le 4 mai et d'autres sont encore à prévoir dans les prochains mois. Il est donc essentiel d'être proactif et de comparer régulièrement.

## LIENS UTILES

Lien vers les pages dédiées aux résultats aux 5 profils mobiles en Q2 2026

<https://www.ibpt.be/consommateurs/telephonie-internet-tv/tarifs/comparaison-nationale-2026-mobiles>

Lien relatif au mobile (= aspects qualitatifs et tarifaires )

<https://www.ibpt.be/consommateurs/liste-des-operateurs-mobiles>

Pour plus d'informations :



**Jimmy Smedts** | Porte-parole

**Institut belge des postes et télécommunications**

Boulevard du Roi Albert II 32 bte 10 | 1000 Bruxelles

**T** +32 2 226 88 22 | **M** +32 478 63 91 82 | **www.ibpt.be**

