



Institut belge des services postaux
et des télécommunications

**Communication du Conseil de l'IBPT
du 24 juin 2024
concernant les profils de foyers des comparaisons
nationales de prix**

TABLE DES MATIÈRES

1.	Introduction	3
2.	Synthèse des contributions	4
2.1.	Représentativité des profils et caractère récent des données utilisées	4
2.2.	Le prix comme paramètre de classement	5
2.2.1.	<i>Classement basé sur le prix et autres facteurs d'intérêt.....</i>	<i>5</i>
2.2.2.	<i>Autres facteurs d'intérêt.....</i>	<i>6</i>
2.2.3.	<i>Atteinte à la réputation</i>	<i>6</i>
2.3.	Focus sur les services mobiles	7
2.3.1.	<i>Non prise en compte du mobile prépayé.....</i>	<i>7</i>
2.3.2.	<i>Cohérence entre les dossiers et évolution du marché mobile.....</i>	<i>8</i>
2.4.	Focus sur les services fixes et packs convergents	9
2.4.1.	<i>Non prise en compte de la totalité du segment résidentiel</i>	<i>9</i>
2.4.2.	<i>Segmentation internet liée à la vitesse et au volume et caractère évolutif des offres</i>	<i>12</i>
2.5.	Evolution des profils.....	13
Annexe 1.	Récapitulatif des évolutions des différents profils par rapport à la précédente consultation du secteur	15
➤	Profils mobiles	15
➤	Profils fixes et convergents.....	15

1. Introduction

1. Le 11 mars 2024, l'IBPT a publié une consultation publique relative à l'adaptation des profils pour les comparaisons nationales des prix pour les clients résidentiels. Cela en vue de prendre en compte les évolutions des besoins (aspect demande) et du marché (aspect offre) depuis la précédente consultation datant du 3ème trimestre 2021. Cette consultation s'est terminée le 30 avril 2024.
2. Agoria et Proximus ont adressé des commentaires à l'IBPT. Les paragraphes suivants récapitulent les éléments principaux contenus dans ces remarques et observations et indiquent la manière dont l'IBPT en a tenu compte.
3. Depuis 2021, l'IBPT base ses analyses relatives aux comparaisons tarifaires sur les besoins des consommateurs (c'est-à-dire la demande de services) et non plus uniquement sur l'offre de services. Cette approche n'est pas contestée par les répondants.

2. Synthèse des contributions

2.1. Représentativité des profils et caractère récent des données utilisées

4. Proximus remet en question la représentativité des profils proposés tandis qu'Agoria demande que ceux-ci soient davantage étayés, notamment par rapport aux statistiques les plus récentes relatives au secteur télécoms et aux visites effectuées sur le site du simulateur tarifaire, aux données de l'enquête consommateurs, aux analyses marché, ...
5. La consultation, publiée en mars 2024, se référait aux valeurs statistiques relatives au secteur datant de la fin 2022. Il s'agissait des chiffres les plus récents alors en possession de l'IBPT. Les chiffres relatifs à l'année 2023 récoltés auprès du secteur ayant entretemps été analysés et agrégés, une mise à jour de ceux-ci est effectuée dans le présent document.
6. Ces chiffres actualisés renforcent l'analyse effectuée sur la base des derniers chiffres disponibles au moment de la publication de la consultation.
7. La présente consultation a pour objet la redéfinition des profils utilisés dans les études relatives à la comparaison nationale des prix en tenant compte de l'évolution des besoins des consommateurs au moyens des profils suffisamment représentatifs de toutes les couches de la population (usage faible à intensif) que pour dresser un tableau large et varié du marché résidentiel belge des télécoms. Elle ne vise toutefois pas l'exhaustivité ni à s'aligner sur l'offre commerciale de l'un ou l'autre opérateur.
8. On rappellera utilement que l'approche des « profils de foyers » a pour logique les besoins du consommateur et la recherche de la solution la moins chère répondant au minimum aux besoins exprimés. Cette solution peut donc soit répondre strictement à ces besoins soit proposer davantage de services et/ou de contenus qu'exigés par le profil.
9. Dans le graphe ci-dessous, les statistiques relatives aux 425.665 visites du [simulateur tarifaire](#) effectuées entre le 1^{er} mai 2023 et le 1^{er} mai 2024 sont mises en relation avec les poids donnés aux différents profils proposés à la consultation ainsi que leur correction en réponse aux feedbacks reçus.

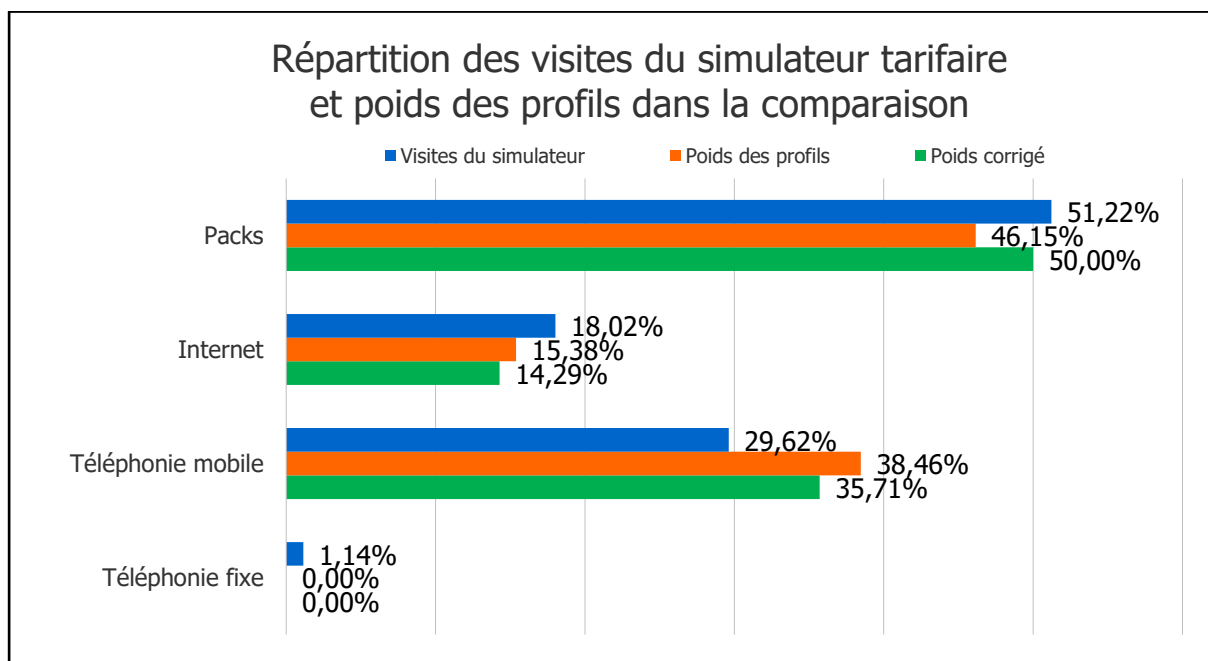


Figure 1 – Comparaison du poids respectif des simulations effectuées par les consommateurs du 1^{er} mai 2023 au 1^{er} mai 2024 sur www.meilleurtarif.be et des profils qui ont été proposés à consultation et de leur adaptation en réponse aux feedbacks reçus (Source : Base de données du simulateur tarifaire)

10. Le consommateur intéressé peut, par ailleurs, utiliser le simulateur tarifaire www.meilleurtarif.be pour personnaliser sa comparaison sur la base de son profil récent de consommation, disponible à tout moment dans son espace client sur le site web de son opérateur actuel.

2.2. Le prix comme paramètre de classement

2.2.1. Classement basé sur le prix et autres facteurs d'intérêt

11. Agoria et Proximus insistent sur le fait que le prix ne doit pas être l'unique élément à prendre en compte pour ces comparaisons nationales des tarifs.
12. D'un point de vue méthodologique, la seule manière cohérente de respecter le changement de paradigme opéré en 2021 - c'est-à-dire d'orienter cet exercice sur la demande - est de choisir l'abonnement le moins cher de chaque opérateur qui satisfait au minimum aux exigences requises et de classer ensuite ceux-ci par ordre croissant de coût.
13. On notera que l'IBPT complète cette information en synthétisant les principales caractéristiques des plans ainsi classés et que nous attirons systématiquement l'attention du lecteur sur le fait que les offres trop chères pour le profil étudié sont exclues du classement (car les prix de celles-ci dépassent la valeur d'exclusion¹).

¹ La valeur d'exclusion est définie par rapport aux 3 plans les moins chers de l'ensemble des plans répondant au profil concerné. La raison pour ne pas inclure de tels plans dans la liste des solutions possibles est qu'un consommateur rationnel n'y souscrirait pas pour ce profil particulier de consommation car son prix est trop élevé par rapport aux autres possibilités données par le marché.

2.2.2. Autres facteurs d'intérêt

14. Si les offres sont classées selon la variable prix, l'IBPT a insisté dans ses dernières comparaisons nationales des prix sur les autres éléments à prendre en considération lors du choix d'un opérateur et d'un plan tarifaire tels que, notamment,
 - 14.1. La disponibilité de la technologie choisie et les temps de latence associés ;
 - 14.2. Le réseau utilisé, sa disponibilité et sa qualité ;
 - 14.3. Le contenu des offres en termes de données mobiles incluses, de volume et de vitesse associés, le nombre de chaînes de télévision associées à l'offre, etc. ;
 - 14.4. La politique des Fair Use Policy (FUP)² et les éventuels prix hors forfait associés ;
 - 14.5. La disponibilité de magasins physiques ainsi que l'accessibilité, la qualité et la réactivité du service après-vente par différents canaux (shop, WhatsApp, mail, téléphone,...) ;
 - 14.6. La mise en perspective à faire entre d'une part la facilité d'une offre groupée et sa facture unique et les économies potentielles liées au panachage des offres d'autre part ;
15. L'IBPT a d'ailleurs multiplié les communications et outils mis à la disposition des consommateurs afin de les aider à faire des choix éclairés. Citons notamment : les listes des opérateurs et leurs réseaux³, les cartes de couvertures atlas⁴, le baromètre de qualité⁵, le simulateur tarifaire⁶, la procédure Easy Switch⁷.
16. Les comparaisons nationales montrent également – lorsque la stabilité des profils le permet – l'évolution des réponses données par le secteur et veillent à souligner les aspects positifs de celle-ci tant en termes de prix que de contenu de l'offre (volume, vitesse, data mobile, nombre de chaînes et de services offerts,...).

2.2.3. Atteinte à la réputation

17. Proximus souligne que « *le classement tel que proposé pose un risque d'atteinte à la réputation* ». Les arguments cités sont les suivants: « *D'une part, l'analyse exclut de facto les opérateurs ou les produits les plus chers des classements, ce qui peut injustement donner l'impression que les opérateurs qui terminent dans les dernières positions sont le plus chers du marché pour le profil en question. D'autre part, on ne tient pas compte de la valeur globale effectivement perçue par les utilisateurs pour l'ensemble des services offerts et surtout, ce classement ne s'applique qu'aux profils créés spécifiquement pour cette analyse* ».

² Pour éviter tout abus, les opérateurs incluent généralement une clause appelée « FUP » ou « Fair Use Policy » dans les conditions générales du contrat de chaque abonné. Cette clause, qui varie d'un opérateur à l'autre, stipule qu'au-delà d'un certain volume (généralement important), l'opérateur se réserve le droit de prendre les mesures adéquates qui sont spécifiées dans ladite clause (invitation à ajuster l'usage, facturer des frais supplémentaires, bloquer ou ralentir le service temporairement, etc.).

³ [Liste des opérateurs mobiles | IBPT](#) et [Liste des opérateurs fixes et convergents | IBPT](#)

⁴ <https://www.ibpt.be/consommateurs/couverture-des-reseaux>, <https://www.bipt-data.be/fr/projects/atlas/ftth>

⁵ <https://www.ibpt.be/consommateurs/indicateurs-de-qualite>

⁶ <https://www.ibpt.be/consommateurs/simulateur>

⁷ [Qu'est-ce que Easy Switch? Comment cela fonctionne-t-il ? | IBPT](#)

18. Dans la mesure où les profils sont variés et concernent différents services télécoms, il est erroné de dire que les classements avantagent de facto les opérateurs low cost ou les opérateurs alternatifs, ceux-ci n'opérant d'ailleurs pas nécessairement sur l'ensemble des profils étudiés. Chaque marque ayant des positions stratégiques et marketing différentes en fonction de sa clientèle cible, une marque premium aura une autre clientèle que celle d'un opérateur low cost ou alternatif.
19. Comme expliqué au point 13, les plans exclus du classement sont ceux dont le coût mensuel moyen est supérieur à la valeur d'exclusion. Celle-ci est calculée en multipliant la moyenne des 3 plans les moins chers répondant à ce profil de consommation par un facteur 2,5. Par conséquent, si le plan d'un opérateur X est supérieur à cette valeur d'exclusion, on considère que le consommateur rationnel ne l'achètera pas car il existe d'autres plans financièrement plus attractifs. Les plans des opérateurs situés dans le bas du classement ne sont donc pas les plans les plus chers du marché mais ceux les plus chers parmi ceux retenus comme répondant au profil analysé. Comme précisé au point 2.2.2, l'IBPT insiste dans son étude sur la diversité des préférences des consommateurs et dès lors sur l'existence d'autres facteurs de choix que le seul facteur prix.
20. Selon notre dernière enquête relative à la perception du marché des télécommunications par les consommateurs⁸, si le prix est le critère le plus favorisé par nos répondants (53%) pour choisir un opérateur, celui-ci est suivi par les critères suivants : la familiarité avec l'opérateur (31%), le contenu intéressant (30%), la bonne réputation de l'opérateur (25%), la vitesse de connexion pour l'accès à l'Internet (20%) et la qualité de service de l'opérateur (20%).
21. En outre, comme précisé au point précédent, l'IBPT attire l'attention des consommateurs sur le fait que le choix ne doit pas nécessairement s'effectuer sur la seule base du prix même si lors de sa dernière publication, 60% des répondants à notre enquête annuelle considéraient l'aspect financier (« un tarif plus intéressant auprès d'un autre opérateur ») comme moteur principal du changement. On notera également que 53% des consommateurs de services fixes considèrent par ailleurs que la principale raison de ne pas changer est la satisfaction générale à l'égard de son opérateur actuel.

2.3. Focus sur les services mobiles

2.3.1. Non prise en compte du mobile prépayé

22. Proximus exprime de l'étonnement sur le fait que les offres prépayées ne fassent pas partie du scope de cette comparaison. Depuis 2021, l'IBPT ne prend plus en compte les offres mobiles prépayées dans ses analyses de prix relatives aux services mobiles. Ce choix a été fait consciemment et est motivé par la volonté de ne pas ajouter une couche supplémentaire de complexité qu'impliquerait leur prise en compte au vu de la tarification particulière s'appliquant aux services prépayés (p.ex. en matière de recharges, de report des minutes et datas mobiles d'un mois à l'autre, etc.).

⁸ <https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/communication-du-2-octobre-2023-relative-aux-resultats-de-l-enquete-concernant-la-perception-du-marche-belge-des-communications-electroniques-par-les-consommateurs>

23. Il se justifie également par la perte de vitesse observée pour ce type de services, la part des cartes prépayées dans l'ensemble des cartes SIM actives en Belgique étant passée de plus de 40% en 2014 à 14% fin 2023.

2.3.2. Cohérence entre les dossiers et évolution du marché mobile

24. Par souci de cohérence avec l'étude publiée récemment concernant l'évolution du prix des services mobiles stand'alone⁹ d'une part et avec le volet fixe et convergent de la comparaison nationale d'autre part, l'IBPT compte néanmoins renommer certains des profils mobiles considérés de la manière suivante (voir en annexe le récapitulatif) :

24.1. « mobile élevé » devient « mobile **moyen** » ;

24.2. « mobile intensif » devient « mobile **élevé** » ;

24.3. « mobile très intensif » devient « mobile **intensif** ».

25. En effet, en réponse à la consultation, Agoria et Proximus regrettent le manque de cohérence entre les dossiers, notamment l'utilisation de profils différents entre l'étude internationale et nationale. L'IBPT rappelle que les données utilisées et les objectifs diffèrent entre les deux études. Par exemple, alors que l'étude nationale considère l'ensemble des offres reprises dans la base de données de l'outil meilleurtarif.be, l'étude internationale se concentre exclusivement sur les opérateurs détenant une part de marché de plus de 5%, ainsi que sur leurs éventuelles marques secondaires.

26. En ce qui concerne les évolutions significatives sur le marché mobile, Proximus indique que des changements tels que le déploiement de la 5G ont un impact durable et structurel sur la consommation et les habitudes des consommateurs. Les profils et les besoins des consommateurs devraient donc être définis en tenant compte de ces évolutions récentes.

27. Les statistiques, dont disposait l'IBPT au moment de rédiger le document de consultation, montraient que seulement 1,5% des données mobiles étaient transmises via la 5G. Ce chiffre est passé à 14% en 2023. Ces données indiquent que la 5G n'est pas encore la norme pour la majorité des consommateurs. De plus, l'utilisation de la 5G dépend de sa disponibilité sur le territoire et de la compatibilité des appareils mobiles des consommateurs. Compte tenu de ces éléments, préciser la compatibilité 5G pour chaque abonnement pourrait créer une confusion parmi les consommateurs. L'IBPT préfère ne pas les surcharger avec des détails qui pourraient ne pas être pertinents pour leurs décisions actuelles. Cependant, l'IBPT surveillera attentivement l'évolution de ces données et n'exclut pas d'ajouter cette information à l'avenir.

28. Par ailleurs, les statistiques de 2023 montrent que la consommation moyenne, qui était de 6,4 GB en 2022, est passée à 7,8 GB en 2023. Cette observation ne permet plus d'affirmer que le profil modéré (5 GB – 150 minutes) est celui qui se rapproche le plus des besoins mensuels du consommateur résidentiel belge moyen. Désormais, le profil modéré constitue plutôt un profil intermédiaire entre le profil de base et le profil moyen.

29. Enfin, en partant du constat que la consommation mensuelle moyenne de données dépasse 6 GB, Proximus propose de supprimer le profil de base et de fusionner en un profil le profil de

⁹ [Communication du 24 mai 2024 concernant l'évolution du prix des services de télécommunications mobiles standalone \(2019-2024\) | IBPT](#)

base et le profil modéré. L'IBPT ne partage toutefois pas cet avis car les dernières statistiques (fin 2023) montrent que 39% des abonnés actifs consomment entre 0 et 2 GB de données mobiles, ce qui représente une part significative du marché.

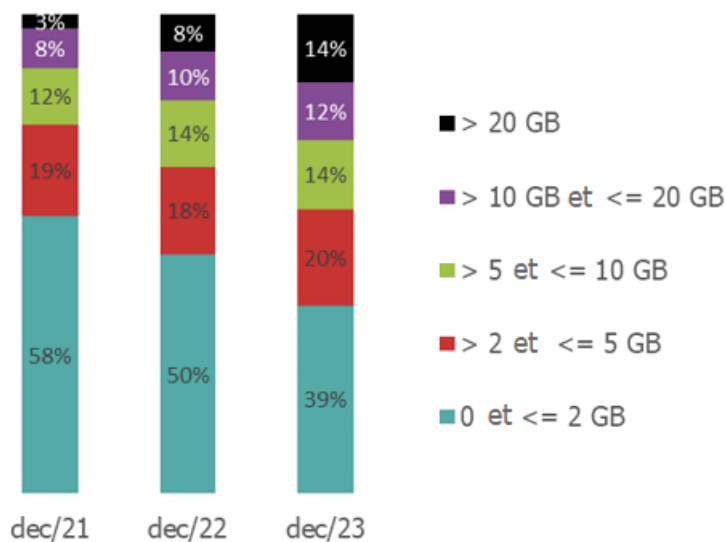


Figure 2 – Pourcentage d'abonnés actifs répartis par quantité de données consommées entre décembre 2021 et décembre 2023 (Source : statistiques de l'IBPT relatives aux cartes SIM actives sur le marché résidentiel)

30. Entre 2021 et 2023, le pourcentage d'abonnés actifs utilisant entre 0 et 2 GB de données mobiles est passé de 58% à 39%. En revanche, pour les catégories d'abonnés actifs utilisant des volumes de données consommées supérieurs, le pourcentage d'abonnés actifs a augmenté. Cette tendance indique une augmentation des besoins en données mobiles des consommateurs.
31. L'IBPT estime que cette évolution est reflétée dans la redéfinition du profil « Mobile de base » dont les besoins en données sont passés de 0,5 GB à 2 GB, et dans la création du profil « Mobile très intensif » (maintenant « Mobile intensif ») nécessitant au moins 50 GB. Pour les profils intermédiaires, l'évolution des pourcentages d'abonnés actifs n'a pas été aussi marquée, ne justifiant ainsi pas la nécessité de modifier les profils intermédiaires.

2.4. Focus sur les services fixes et packs convergents

2.4.1. Non prise en compte de la totalité du segment résidentiel

32. Proximus a remis en question le choix de profils effectué par l'IBPT relatifs aux services fixes et packs convergents, considérant que ceux-ci ne tiennent pas suffisamment compte des poids respectifs des différents packs sur le segment résidentiel belge.
33. Cet opérateur souhaite que les packs comprenant la téléphonie fixe y soient inclus.

34. Le tableau ci-dessous reprend les différentes solutions comprenant de l'internet et l'évolution de leurs poids respectifs sur le segment résidentiel belge au cours des 5 dernières années.

Segment résidentiel INTERNET total						
	Fin 2019	Fin 2020	Fin 2021	Fin 2022	Fin 2023	Trends 19-23
Internet standalone = 19,78%						
1-Play	18,03%	18,65%	18,53%	18,49%	19,78%	En hausse
Internet dans un pack = 80,22%						
2-Play (100%)¹⁰	12,18%	13,51%	14,11%	16,48%	17,64%	
BB+TF (3,56%)	1,92%	1,81%	1,43%	1,14%	0,69%	En baisse
BB+MOB (40,05%)	0,77%	1,84%	2,74%	5,51%	7,72%	En (forte) hausse
BB+TV (47,93%)	9,49%	9,87%	9,94%	9,83%	9,24%	Stable
3-Play (100%)¹¹	41,58%	39,66%	38,81%	37,85%	36,76%	
BB+TF+TV (41,05%)	31,53%	26,55%	20,98%	17,58%	15,17%	En (forte) baisse
BB+MOB+TV (57,56%)	9,55%	12,65%	17,40%	19,90%	21,27%	En (forte) hausse
BB+MOB+TF (0,87%)	0,50%	0,46%	0,43%	0,36%	0,32%	Stable
4-Play	28,2%	28,17%	28,55%	27,18%	25,82%	En légère baisse

Figure 3 – Evolution du poids des packs incorporant un composant Internet, marché résidentiel, 2019-2023
(Source : Statistiques de l'IBPT, rapport 2023)

35. Ces chiffres montrent que les principaux packs ayant une tendance 2019-2023 relativement stable ou à la hausse sont bien représentés dans nos profils:
- 35.1. 1-Play (19,78% du parc internet – 827.974 clients),
 - 35.2. 2-Play Internet et télévision (9,24% du parc internet - 386.660 clients),
 - 35.3. 2-Play Internet et mobile (7,72% du parc internet - 323.105 clients),
 - 35.4. 3-Play mobile (21,27% du parc internet – 890.409 clients) et 4-Play (25,82% du parc internet-1.081.040 clients).
36. On notera que les packs incluant la téléphonie fixe ont, à l'exception des packs 4-Play, une tendance soit stable soit à la baisse et ce, depuis plusieurs années. C'est pourquoi l'IBPT a décidé de suivre les arguments reçus et d'inclure un profil 4-Play TV classique avec décodeur

¹⁰ Les 8,45% restants sont à répartir entre les packs 2-Play suivants : TV + téléphonie fixe (8,14% - 65.670 clients), Mobile + téléphonie fixe (0,27% - 2.175 clients) et Tv + mobile (0,04%-312 clients)

¹¹ Les 0,52% restants étant les packs 3-Play Téléphonie fixe + TV +Mobile avec 13.467 clients

et mono SIM à la comparaison nationale (pour plus de détails du profil, nous vous renvoyons à l'annexe 1).

37. L'IBPT a fait le choix d'insister davantage sur les packs convergents en raison du poids toujours plus grand que ceux-ci ont sur le marché résidentiel belge comme le montre le graphe ci-dessous:

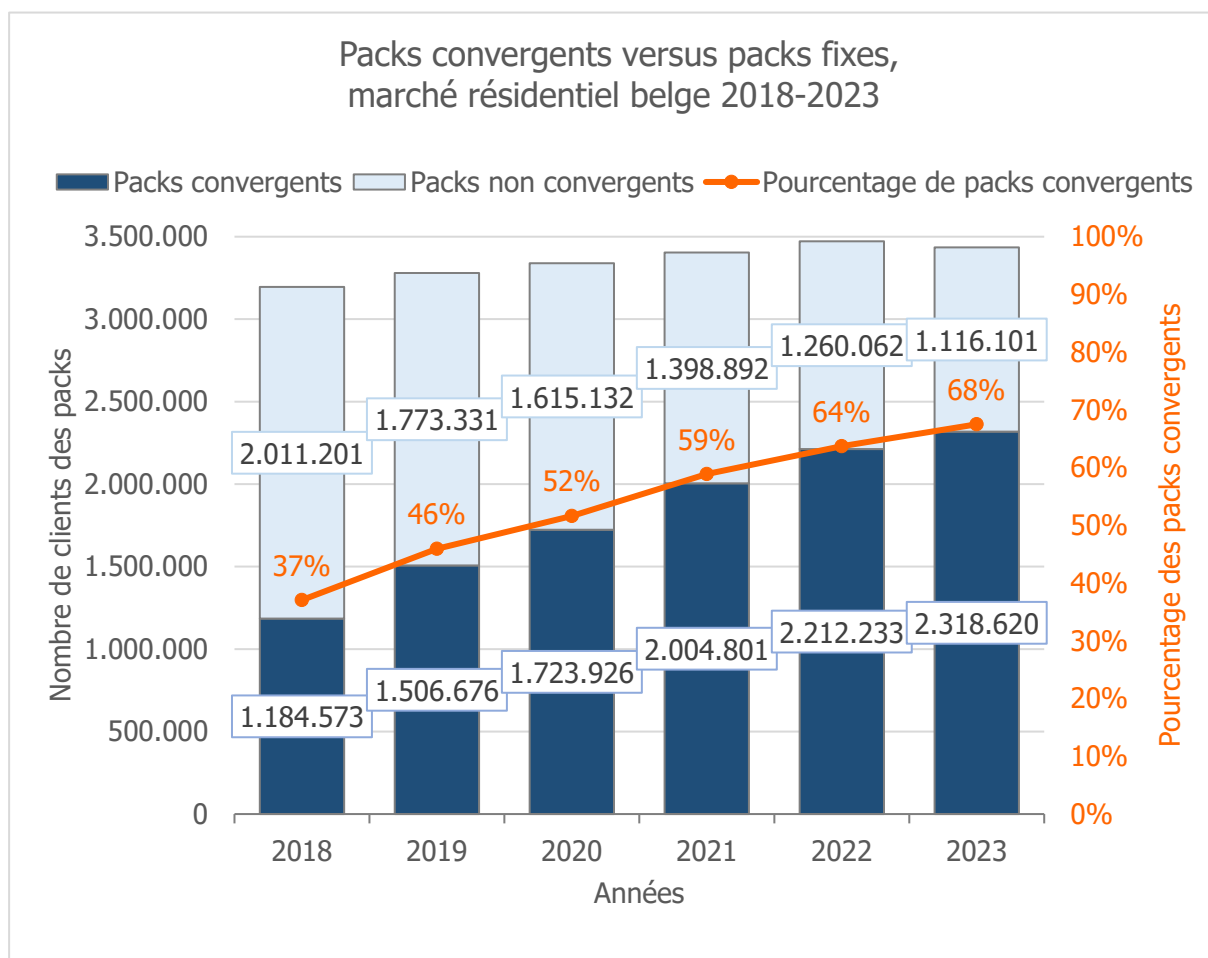
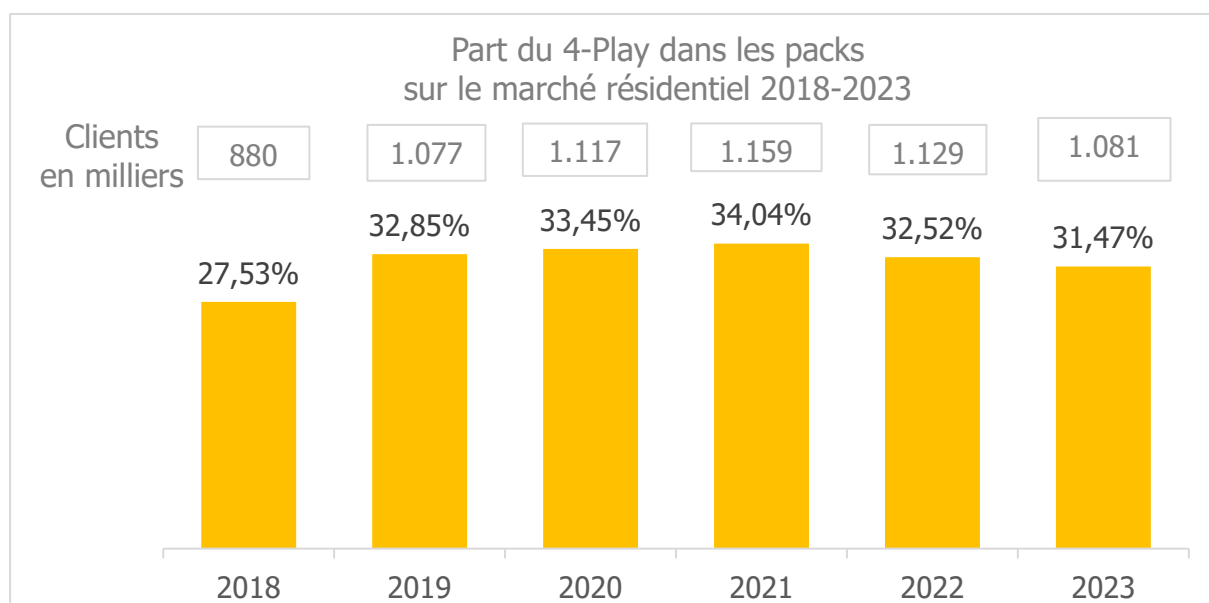


Figure 4 – Répartition des packs selon qu'ils comprennent un composant mobile ou non, marché résidentiel, 2018-2023 (Source : Statistiques de l'IBPT, rapport 2023)

38. La tendance sur 6 années consécutives montre par ailleurs que les packs 3-Play mobile ont progressivement pris le pas sur les packs 3-Play fixe, représentant fin 2023 plus de la moitié de ceux-ci (soit 57,56% des packs 3-Play).
39. Par ailleurs, alors que le marché du 3-Play semble avoir atteint sa maturité ($\approx 1.587.000$ clients depuis 3 ans et 1.547.024 clients fin 2023), la part du 2-Play continue à augmenter et particulièrement sur les dernières années (+ près de 150.000 clients entre 2021 et 2023).
40. En ce qui concerne les packs 2-Play, les packs en forte progression sont ceux associant l'Internet au mobile. Ils représentent 40% des packs 2-Play fin 2023 contre à peine 1% en 2018. L'IBPT considère donc qu'il est logique de leur consacrer deux profils. Quant aux packs associant l'Internet et la télévision, ceux-ci sont historiquement les plus demandés même si la

tendance est à la baisse ($\approx 48\%$ de l'ensemble des packs 2-Play en 2023 contre environ 61% auparavant).

41. Enfin, un neuvième profil relatif aux packs 4-Play mono SIM et avec télévision classique (décodeur) sera présenté dans la comparaison relative aux services fixes et aux packs convergents, le pack 4-Play représentant encore 31,47% des packs achetés par les consommateurs à la fin 2023, malgré l'amorce d'une diminution de ceux-ci fin 2022 confirmée fin 2023 :



*Figure 5 – Evolution des packs 4-Play, marché résidentiel, 2018-2023
(Source : Statistiques de l'IBPT, rapport 2023)*

2.4.2. Segmentation internet liée à la vitesse et au volume et caractère évolutif des offres

42. Si le volume et la vitesse restent effectivement des concepts encore mal assimilés par la majorité des consommateurs, ces paramètres sont largement mis en avant par les opérateurs dans leur communication pour présenter et différencier leurs offres sur leurs sites web. Il en va de même dans la plupart des outils de comparaison et des articles de presse relatifs aux offres télécoms. De même, la vitesse de connexion pour l'accès à l'Internet est reprise par 20% des répondants à notre enquête comme critère de choix d'un opérateur.
43. Dans le cadre de cette comparaison des services fixes et convergents, la segmentation internet (vitesse et volume) et mobile (data mobile) permet de segmenter les offres commerciales et de donner de la visibilité à l'ensemble des différentes technologies disponibles sur le marché (câble-DSL-Fibre et Wireless). Cette segmentation permet de donner une image variée des offres disponibles à la vente et ce, pour l'ensemble des opérateurs et des technologies. Il est évident que l'IBPT a effectué ses segmentations de façon neutre et qu'aucune proposition ne pourra pleinement satisfaire l'ensemble des opérateurs, ceux-ci ayant des intérêts stratégiques différents selon leurs positionnements, technologies ainsi que les segmentations mobiles et internet de leurs offres.

44. Certains profils permettront de mettre en lumière l'une ou l'autre technologie et/ou l'une ou l'autre catégorie de marques. Ceci permet de montrer aux consommateurs la diversité de l'offre résidentielle belge et des éléments d'informations leur permettant de faire un choix éclairé.
45. Informer le consommateur sur les possibilités offertes par le marché – en termes d'offres et de technologies - de façon claire, neutre et transparente est l'une des missions de l'IBPT et particulièrement du service consommateurs c'est pourquoi ces notions seront également largement sondées dans notre enquête sur la perception du marché des communications électroniques par les consommateurs quant aux choix des offres et des opérateurs.
46. En raison de leur disponibilité encore partielle sur le territoire national¹²¹³ et du relativement faible taux d'acquisition de ces offres par les consommateurs (voir ci-dessous), nous n'avons pas encore prévu de profils spécifiques aux offres 1Gbps et +. Cela pourra néanmoins faire l'objet d'adaptations au cours des prochaines éditions de cette étude.

Lignes fixes haut débit par catégories de vitesses					
	Fin 2019	Fin 2020	Fin 2021	Fin 2022	Fin 2023
< 30 Mbps	4,34%	3,54%	2,90%	2,40%	2,23%
≥30 Mbps ; < 100 Mbps	32,66%	30,40%	27,85%	26,00%	24,44%
≥ 100 Mbps ; < 1 Gbps	62,99%	66,03%	67,28%	67,93%	67,56%
≥ 1 Gbps	0,01%	0,03%	1,98%	3,67%	5,76%
Total des lignes (en milliers)	4.593	4.766	4.978	5.072	5.119

Figure 6 – Lignes fixes haut débit par catégories de vitesse (take up), marché résidentiel, 2019-2023
(Source : Statistiques de l'IBPT, rapport 2023)

2.5. Evolution des profils

47. Agoria et Proximus se sont questionnés quant à la longévité des profils proposés à la consultation.
48. Jusqu'à présent, la consultation du secteur a été effectuée une fois tous les 3 ans¹⁴ du fait de sa lourdeur administrative. Ceci n'empêche en aucun cas une réévaluation des profils étudiés entre les différentes consultations en fonction des évolutions du marché et des besoins des consommateurs. Les profils proposés à consultation pourront donc faire l'objet d'adaptations en fonction de ces évolutions en deçà des trois prochaines années. Cela est d'autant plus probable que les évolutions observées au cours des derniers mois et celles à venir paraissent requérir de telles adaptations.

¹² <https://www.bipt-data.be/fr/projects/atlas/ftth>

¹³ <https://www.proximus.com/fr/network/fiber/deployment.html#>

¹⁴ Respectivement en janvier 2018, septembre 2021 et mars 2024.

Bernardo Herman
Membre du Conseil

Peggy Valcke
Membre du Conseil

Stefaan Vyverman
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil

Annexe 1. Récapitulatif des évolutions des différents profils par rapport à la précédente consultation du secteur

1. Cette annexe vous permet de voir les évolutions des différents profils par rapport à la dernière consultation (2021) ainsi que les adaptations apportées à ceux-ci en réponse aux feedbacks reçus (en vert).

➤ Profils mobiles

2. Les profils mobiles sont passés de 4¹⁵ en 2021 à 5 en 2024 :

Service	Consultation 2021	Consultation 2024	Explications
Mobile de base	0,5 GB de data et 60 minutes d'appels	2 GB de data et 100 minutes d'appels	Croissance des besoins en data et évolution du contenu (data et minutes d'appels) inclus dans les plans d'entrée de gamme
Mobile modéré	5 GB de data et 120 minutes d'appels	5 GB de data et 150 minutes d'appels	Profil intermédiaire entre le mobile de base et le mobile moyen
Mobile moyen	10 GB de data et 300 minutes d'appels	10 GB de data et 300 minutes d'appels	Pas d'ajustements apportés. Selon les données disponibles, ces profils demeurent cohérents
Mobile élevé	20 GB de data et minutes d'appels illimitées	20 GB de data et minutes d'appels illimitées	
Mobile intensif	/	50 GB de data	En réponse à l'apparition de plans à très hauts volumes (hey !, Mobile Vikings, UNDO, etc.)

➤ Profils fixes et convergents

3. Les profils fixes et convergents étaient au nombre de 6 profils lors de la consultation de 2021. Ils sont désormais au nombre de 9. Comme stipulé précédemment, il est possible que ce nombre ne soit pas atteint lors de chaque publication de la comparaison des services fixes et convergents, l'IBPT se réservant le droit de faire un focus particulier sur certains profils selon l'actualité télécoms.
4. Les profils fixes et convergents ont évolué de la façon suivante par rapport à la dernière consultation du secteur :

¹⁵ Le profil très intensif (50GB) est apparu lors de l'édition 2023 de la comparaison réponse à l'évolution du marché mobile mais n'avait pas fait l'objet de la consultation de 2021.

Service	Consultation 09/2021 Statistiques fin 2020		Consultation 03/2024 Statistiques fin 2023		Explications
Internet standalone	18,65% 739.532	100 Mbps, vol. illimité	19,73% 827.974	70 Mbps, volume illimité	Montrer les différentes technologies
				300 Mbps, volume illimité	
2-Play Internet et TV	9,87% 391.384	50 Mbps, 150 GB Tv avec décodeur	9,24% 386.660	50 Mbps, 150 GB Tv avec décodeur OU tv via app	Montrer les 2 types de TV
2-Play Internet et mobile	1,84% 72.863	50 Mbps, 50 GB, 5 GB et 300 minutes d'appels	7,72% 323.105	100 Mbps, volume illimité 1*10 GB+1*20 GB, 300 minutes d'appels chacun	Fusion des 2 profils d'entrée de gamme en un seul. Les 2 profils permettent de montrer les différentes solutions techniques.
		50 Mbps, 50 GB Et 2*1 GB +300 minutes d'appels		300 Mbps, vol. illimité. 2*50 GB	
		200 Mbps, vol. illimité et 2* 50 GB			
3-Play mobile	12,65% 501.597	100 Mbps, volume illimité, TV avec décodeur, 2*5GB et 300 minutes +2*10 GB et 300 minutes d'appels	21,27% 890.409	50 Mbps, 150 GB, TV avec décodeur, 2*5 GB et 300 minutes d'appels	Les 3 profils permettent de montrer les différentes solutions techniques. Le profil d'entrée de gamme permet de montrer une solution plus accessible.
				100 Mbps, volume illimité, TV avec décodeur ou tv via app, 4* 10 GB et 300 minutes d'appels	
				300 Mbps, volume illimité, TV avec décodeur ou tv via app, 4* 20 GB et 300 minutes d'appels	

4-Play	28,17% 1.116.910	100 Mbps, 200 GB TV avec décodeur, 4*2 GB et 300 minutes d'appels	25,82% 1.081.040	100 Mbps et 150 GB, Tv avec décodeur, 1*10GB et 300 minutes d'appels, Téléphonie fixe	4-Play
---------------	---------------------	--	---------------------	---	--------