

**Communication du Conseil de l'IBPT
du 24 avril 2024
concernant l'évolution du prix des services télécoms
fixes et convergents résidentiels depuis cinq ans
(de 2019 à 2024)**

1. Executive Summary

1. En juillet 2022, l'IBPT a publié une étude sur l'évolution des marchés du haut débit et de la télévision en Belgique depuis 2018¹, incluant une section consacrée aux prix des services télécoms fixes et convergents² résidentiels. Le présent document met à jour les résultats en tenant compte des tendances les plus récentes du marché de janvier 2019 à janvier 2024.
2. Les principales tendances observées sont les suivantes : lors de son entrée sur le marché, Orange a initialement joué le rôle de challenger, mais a modifié son comportement après l'acquisition de VOO ; certains prix sont plus bas grâce aux marques secondaires, surtout pour « l'internet standalone » ; et enfin, Digi (le futur nouvel opérateur) exerce une possible pression sur les prix.
3. La Figure 1 résume les tendances observées pour les différents segments du marché et comprend également les résultats de l'étude comparative internationale des prix de l'IBPT de décembre 2023.

Segments du marché	Poids sur le marché résidentiel ³		Évolution tarifaire en Belgique depuis janvier 2019 ⁴	La Belgique comparée aux pays voisins
Internet seul	15-20%		Positive Des solutions moins chères qu'en janvier 2019 existent grâce aux marques secondaires.	Chère
Packs fixes sans composante mobile	Besoins limités*	0-5%	Négative Les prix des solutions les moins chères ont augmenté de manière modérée depuis 2019.	Bon marché
	Besoins élevés*	20-25%	Plutôt négative Les prix évoluent de manière stable ou (légèrement) en hausse. Le segment est desservi par un nombre restreint d'opérateurs.	Très chère
Internet et mobile	5-10% (en croissance)		Très positive Les prix sont en forte baisse. Ce segment est desservi par de nombreux opérateurs, tant secondaires que traditionnels.	Relativement chère
Packs fixes avec composante mobile	Besoins limités*	0-5%	Positive Des solutions moins chères qu'en janvier 2019 existent grâce à la marque secondaire Scarlet.	Moyenne
	Besoins élevés*	40-45%	Négative Après deux ans de baisse, les prix sont repartis en forte hausse depuis 2021.	Très chère
Services 1 Gbps*	0-5%		Positive Le prix des solutions incluant un débit de 1 Gbps a connu une forte baisse depuis 2019.	Chère

* Par besoins limités sont entendus les packs avec vitesse de téléchargement fixe de <100 Mbps.
 Les besoins élevés sont les packs avec vitesse de téléchargement fixe entre 100 Mbps et 1000 Mbps.
 Les packs de toute sorte avec des besoins de ≥1000 Mbps sont traités séparément dans la dernière rangée.

Figure 1. Récapitulatif des tendances tarifaires depuis 2019 par segment de marché.

¹ [Communication du 16 juillet 2022 sur l'évolution des marchés du haut débit et de la télévision depuis Q1 2018](#)

² Par abonnements convergents, sont entendus des abonnements qui comprennent à la fois une ou plusieurs composantes fixes et une composante mobile.

³ Cette mesure est basée sur le pourcentage de lignes à haut débit, comme indiqué en Annexe 5.

⁴ Du point de vue du consommateur.

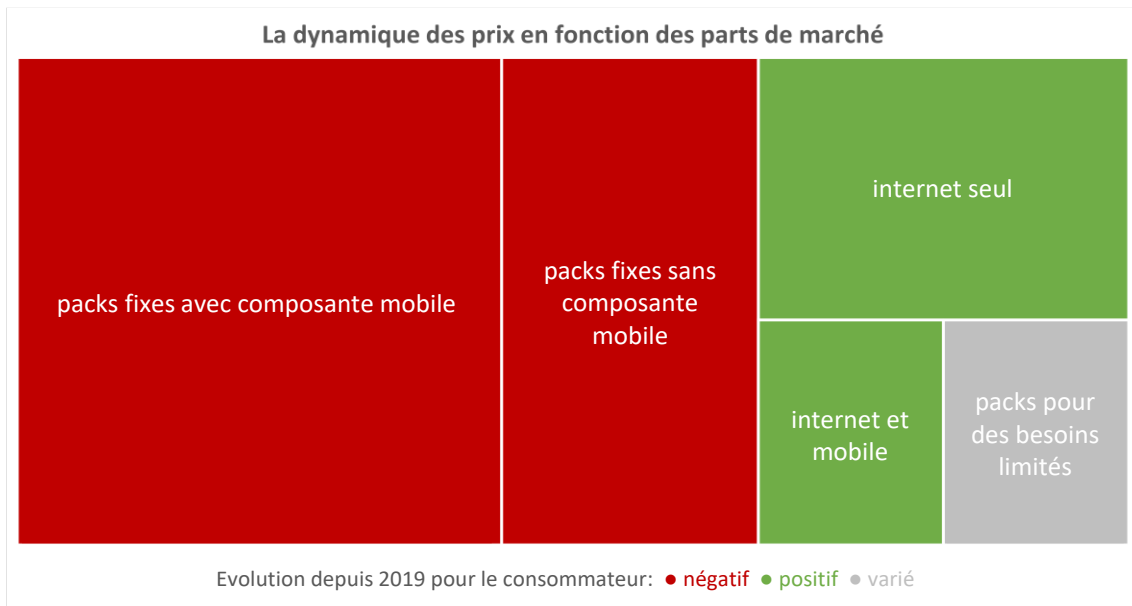


Figure 2. La dynamique des prix en fonction des parts de marché

4. Le tableau et la figure ci-dessus peuvent être résumés comme suit :
 - 4.1. Si certains types d'offres connaissent une évolution de prix positive pour le consommateur, soit leurs prix demeurent très élevés par rapport à ceux pratiqués dans les pays voisins, soit leur base de clients est trop réduite pour avoir un impact global sur le marché belge.
 - 4.2. Les autres offres, qui connaissent une évolution de prix négative, sont généralement déjà chères par rapport aux offres dans nos pays voisins et captent la grande majorité des clients belges.

5. On peut donc conclure que, dans l'ensemble, le consommateur belge n'est pas nécessairement mieux loti qu'en 2019, surtout par rapport au consommateur dans les pays voisins.

2. Internet seul : des prix stables ou en baisse grâce aux marques secondaires

6. Malgré la forte inflation qui a connu le pays ces dernières années, le prix minimum à payer pour des services Internet seul (1P Broadband ou « 1P BB ») est, pour la plupart des profils analysés, soit stable, soit en forte baisse par rapport à janvier 2019.⁵ Les fortes baisses concernent le segment le plus large du marché 1P BB, à savoir les consommateurs voulant disposer d'un débit de minimum 100 Mbps. Ceux désireux de bénéficier de très hauts débits ont en outre vu apparaître des offres 1 Gbps qui n'existaient pas début 2019. La Figure 3 illustre ces tendances en montrant l'offre la moins chère par catégorie de marque⁶. La Figure 4 est une représentation plus détaillée des offres de chacune des huit marques étudiées.

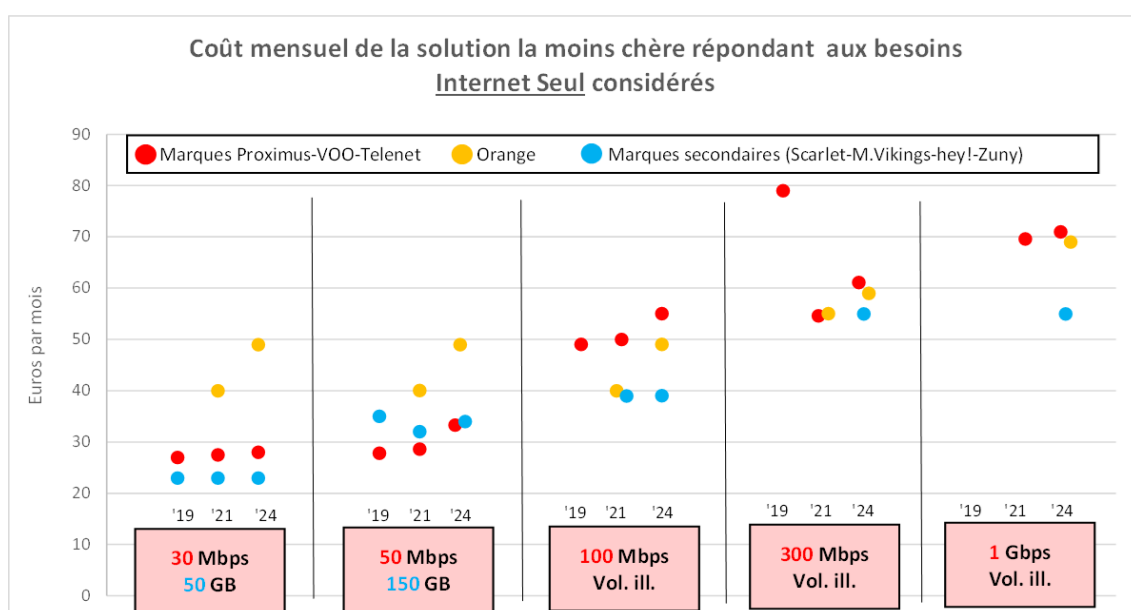


Figure 3. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 1P BB considérés, pour chaque catégorie de marque.

⁵ Une présentation détaillée de l'analyse pour les besoins 1P BB est disponible à Annexe 2.

⁶ La Figure 3 fait abstraction du caractère régional de certaines marques. Cette approche est une simplification puisque Telenet et VOO ne proposent (jusqu'à présent du moins) leurs services que dans les zones où ils possèdent respectivement un réseau. Cette simplification ne modifie toutefois que marginalement les conclusions auxquelles aboutirait une analyse effectuée séparément pour la zone couverte par VOO d'une part, et pour celle couverte par Telenet d'autre part.

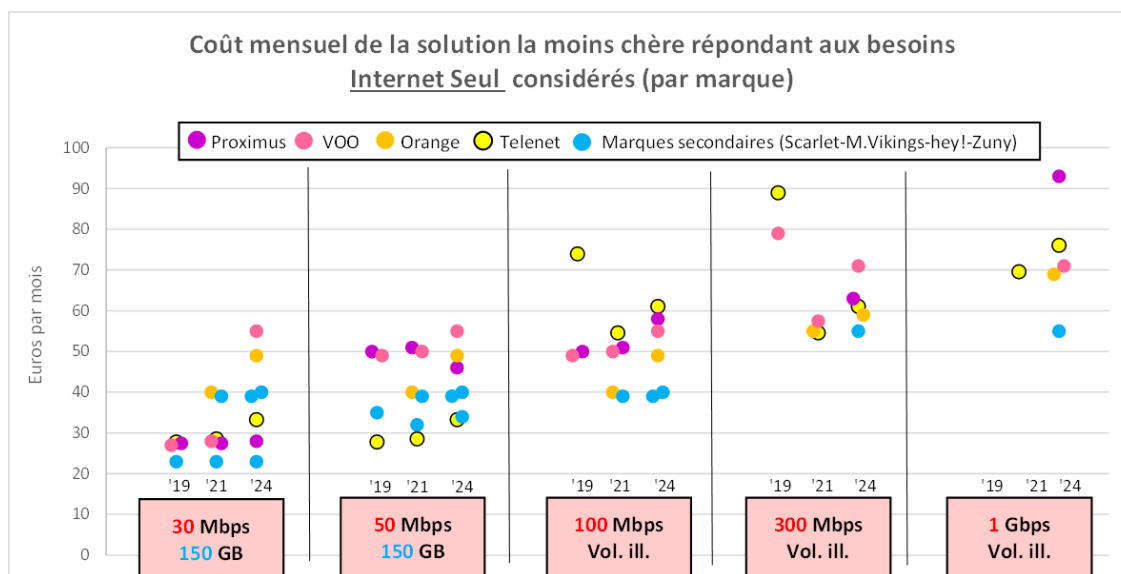


Figure 4. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 1P BB considérés, pour chacune des huit marques étudiées.

7. Concernant les besoins 1P BB aux **débits inférieurs à 100 Mbps** :

- 7.1. Dans la Zone VOO, un statu quo est observé par rapport à 2019 : Scarlet y demeure de loin le fournisseur le plus économique (pour des prix inchangés ou quasi) pour certains besoins, conjointement avec l'offre « Essential » de sa maison-mère Proximus. Tous les autres opérateurs laissent de côté cette partie du marché (pas d'offres compétitives par rapport à celles de Scarlet).
- 7.2. La situation diffère quelque peu dans la Zone Telenet, où, pour le profil de 50 Mbps, Telenet a longtemps proposé une solution d'entrée de gamme meilleure marché que celle de Scarlet. Cette différence s'est toutefois estompée au fil des ans à cause des hausses de prix successives menées par le câblo-opérateur (+19% au total vs 2019), ce qui fait que son offre et celle de Scarlet sont désormais alignées pour le segment concerné (cf. Annexe 2.).

8. L'évolution des prix minimum **pour les débits supérieurs ou égal à 100 Mbps** se décompose en deux périodes : une forte baisse entre janvier 2019 et janvier 2021 et une stagnation (voire parfois une hausse) entre janvier 2021 et janvier 2024.

- 8.1. La forte baisse observée pour la période allant de janvier 2019 à janvier 2021 a été stimulée par le rôle de challenger dynamique alors joué par Orange sur le marché dans son ensemble. Cette activité a incité ses concurrents soit à augmenter les vitesses de leurs offres existantes pour des prix identiques ou légèrement modifiés (VOO, Telenet), soit à développer de nouveaux services fixes via des marques secondaires spécifiques (VOO avec Zuny)⁷. Entre 2019 et 2021, Orange s'est positionné de manière très agressive sur ce segment, ce qui a poussé VOO à réagir via Zuny et, ultérieurement, Proximus avec Mobile Vikings.

⁷ Orange a commencé son activité de challenger haut débit avec des 3P BB TV Mobile (2016). Ses services se sont ensuite élargis aux offres 4P (2018), 2P BB Mobile (2019) et 1P BB et 2P BB TV (2020). Que ce soit en termes de prix ou de caractéristiques de produits (débit ; volume), ces lancements ont chaque fois eu des répercussions majeures sur le marché, allant au-delà de la gamme spécifique de l'offre qu'ils concernaient.

- 8.2. La donne change fin 2021 avec l'annonce du rachat de VOO par Orange⁸. À partir de ce moment-là, Orange cesse progressivement de jouer le rôle de challenger et procède à des hausses de prix de forte ampleur, supérieures à celles effectuées par Proximus, VOO et Telenet au cours de la même période⁹. Orange tend donc ainsi à s'aligner de plus en plus avec les grilles tarifaires de ses rivaux.
- 8.3. En même temps, Orange a lancé une marque secondaire moins chère (hey!), dont l'objectif semble entre autres être d'anticiper l'arrivée prochaine de Digi^{10 11}. En septembre 2023, hey! a lancé un abonnement internet autonome. Le fait que Mobile Vikings, marque secondaire de Proximus, ait également lancé ses propres services internet fixe en 2022 n'a toutefois pas conduit à une prolongation de la baisse des prix dans la période 2021-2024 (sauf dans le cas de la vitesse gigabit, cf. ci-dessous).
9. **Concernant le 1 Gbps**, son prix minimum est resté stable par rapport à 2021, exception faite des zones où Mobile Vikings commercialise une offre fibre. À l'heure actuelle, cette offre n'est disponible que dans une partie du pays¹².
10. Le marché a également vu apparaître les offres internet seul de nouveaux opérateurs alternatifs (tels que Youfone¹³ ou FASTfiber). Ces opérateurs utilisent les réseaux fibre et DSL de Proximus, comme le fait notamment edpnet (que Citymesh a racheté fin 2023) depuis plusieurs années maintenant. Étant donné leurs parts de marché limitées, les offres de ces opérateurs alternatifs n'ont pas été prises en compte dans cette étude.

Conclusion pour l'internet seul

11. Le consommateur peut aujourd'hui souscrire à la plupart des services internet seul à des prix égaux ou inférieurs à ceux de 2019, principalement grâce aux marques secondaires qui offrent la solution la moins chère sur le marché. Cette tendance a été initiée par Orange en tant que challenger, qui a incité les concurrents à réagir avec leurs marques secondaires. Cependant, après l'acquisition de VOO, Orange a augmenté ses prix pour se rapprocher des tarifs des marques premium.

⁸ Ce rachat a été définitivement approuvé par les autorités compétentes en mars 2023.

⁹ Le produit 1P BB de base d'Orange est progressivement passé de €40 fin 2020 à €49 début 2024 (+23%), certes pour un débit rehaussé (150 Mbps au lieu de 100 Mbps). Sur la même période, le prix des produits équivalents de Proximus, Telenet et VOO n'a augmenté « que » de, respectivement, 16%, 13% et 10% (ce qui n'empêche pas Orange de rester moins cher que ces marques, mais avec un différentiel nettement moindre que fin 2020).

¹⁰ Cf. « Orange et VOO entament les grandes manœuvres », L'Echo, 18 janvier 2024.

¹¹ Le futur nouvel entrant Digi Belgium a annoncé vouloir lancer une offre mobile à l'été 2024. Il a également manifesté son intérêt pour le marché fixe, mais sans encore dévoiler de plans ni de calendrier précis.

¹² Le réseau fibre optique FTTH de Proximus (que Mobile Vikings utilise pour offrir des services recourant à cette technologie) couvre en janvier 2024 près de 30% du pays. L'objectif de Proximus est d'en couvrir 70% d'ici 2028.

¹³ Youfone a changé de nom pour devenir "yoin" depuis le 15 avril 2024.

3. Packs fixes sans composante mobile : évolution largement négative du fait d'un manque de concurrence

12. Contrairement à l'internet seul, les prix minimums pour satisfaire des besoins fixes groupés sans téléphonie mobile¹⁴ ont généralement connu de fortes augmentations par rapport à 2019¹⁵. La figure ci-après illustre cette tendance en montrant l'offre la moins chère par catégorie de marque pour les besoins **2P BB TV** avec décodeur (entre 15%, et 34% de hausse, selon les profils). Exceptions à ce constat : les besoins incluant de très hauts débits, c.-à-d. 300 Mbps (quoique le prix minimum pour ce débit soit reparti à la hausse après une baisse entre 2019 et 2021) et 1 Gbps.

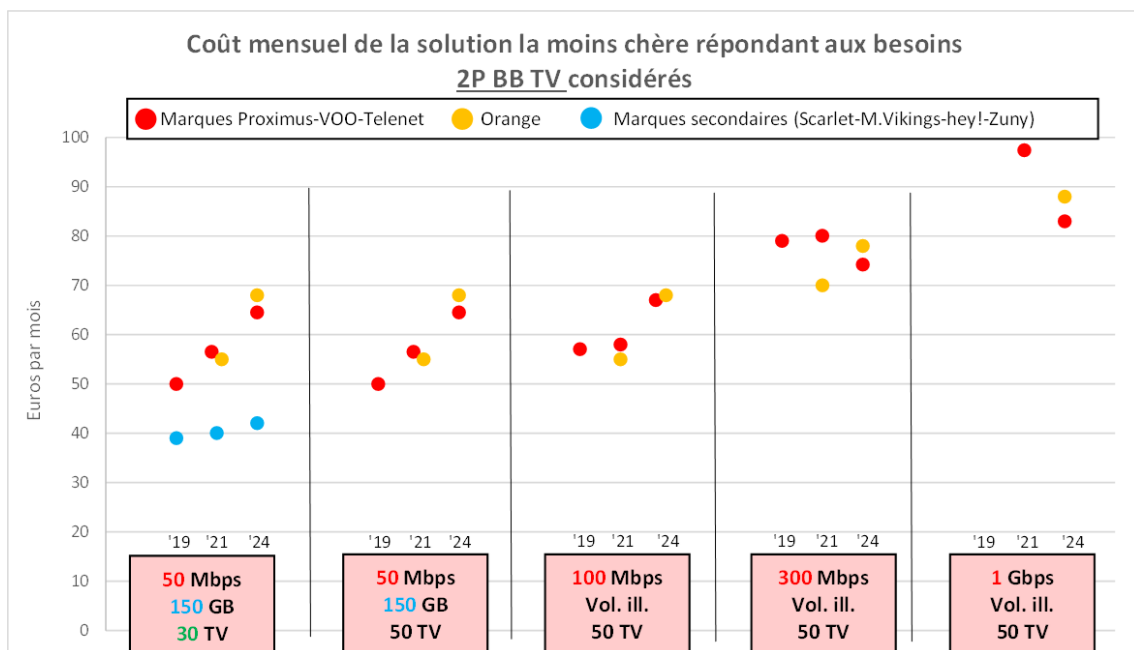


Figure 5. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB TV considérés, pour chaque catégorie de marque – Les besoins TV sont adressés par décodeur.

13. Plusieurs éléments expliquent la situation qui vient d'être décrite :

- 13.1. Jusqu'à fin 2021, Orange ne s'est pas démarqué d'un point de vue tarifaire par rapport aux autres opérateurs présents sur le segment 2P BB TV via décodeur. Ces opérateurs n'ont dès lors pas ressenti la nécessité d'adapter fortement les offres de leurs marques principales ni d'inclure de telles offres dans les gammes de leurs marques secondaires.
- 13.2. Orange a en revanche tenté de se démarquer en proposant, pour un prix moins élevé, un service « Télé via app » avec une vingtaine de chaînes. Ce service en ligne ne nécessite pas de décodeur. Les autres opérateurs principaux ont réagi en commercialisant également, via leurs marques principales, un tel service. Les offres avec « TV via app » n'ont toutefois pas été incluses dans cette étude, car de tels produits sont pour l'instant très peu souscrits par les consommateurs.

¹⁴ C.-à-d. incluant, en plus de l'Internet haut débit, de la télé et/ou de la téléphonie fixe, mais pas de mobile.

¹⁵ Une présentation détaillée de l'analyse pour les besoins en packs fixes sans téléphonie mobile est disponible à Annexe 3.

14. La différence de tendances entre les besoins 1P BB et les besoins 2P BB TV tient principalement à la concurrence beaucoup moins forte qui s'exerce dans le segment 2P BB TV. Comme le montre la figure ci-après, un consommateur 1P BB dispose généralement d'une variété appréciable de fournisseurs parmi lesquels effectuer son choix¹⁶, tandis qu'un consommateur 2P BB TV en a au maximum trois (ou quatre si ses besoins en nombre de chaînes de télé sont limités), dont aucun n'inclut les nouvelles marques secondaires hey! et Mobile Vikings.

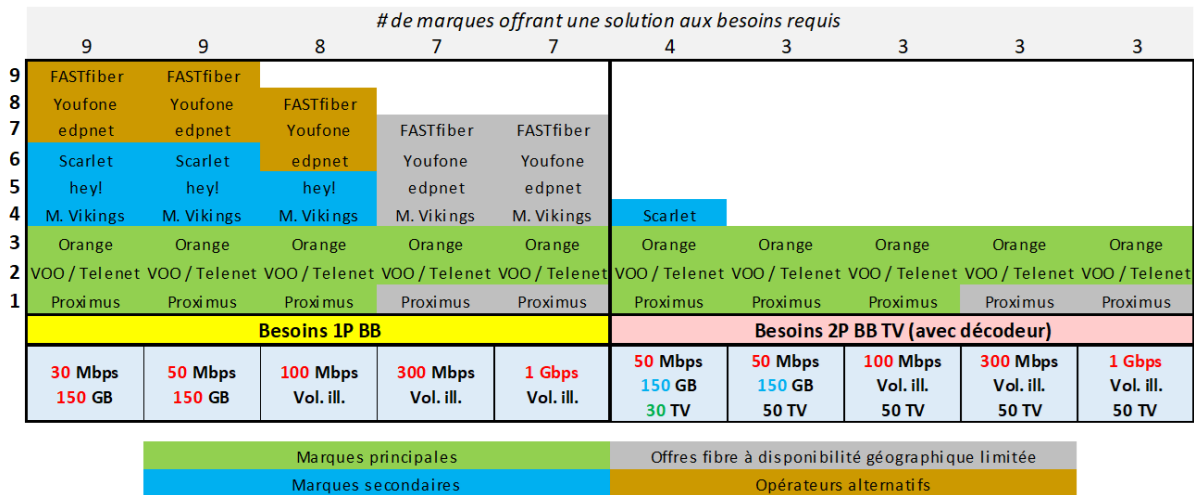


Figure 6. Marques proposant une solution répondant aux besoins 1P BB et 2P BB TV considérés (janvier 2024) – La liste des fournisseurs 1P BB n'est pas exhaustive (d'autres petits opérateurs alternatifs la proposent aussi).

15. Comme le montre la figure suivante, les besoins avec téléphonie fixe (**3P BB TV FT**) suivent pour l'essentiel les mêmes tendances que celles observées pour les besoins 2P BB TV.

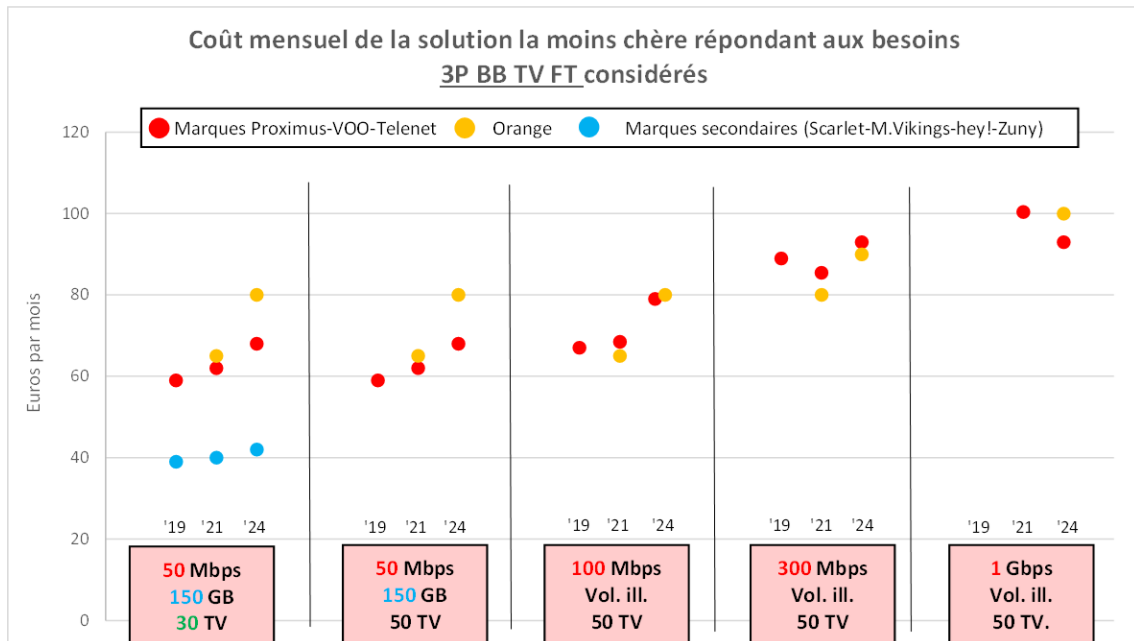


Figure 7. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 3P BB TV FT considérés, pour chaque catégorie de marque.

¹⁶ Exception faite des besoins à très haut débit (supérieurs à 100 Mbps) dans des zones non encore couvertes par la fibre FTTH de Proximus (cf. note de bas page 12 supra), où ce choix se réduit à deux opérateurs.

Conclusion pour les packs fixes sans composante mobile :

16. Depuis 2019, les évolutions tarifaires des packs fixes sans composante mobile ont été **globalement défavorables pour le consommateur** : les prix minimums ont fortement augmenté, sauf pour les très hauts débits. Cette hausse s'explique par le manque de concurrence par les marques secondaires et les opérateurs indépendants sur ce segment du marché.

4. Packs fixes avec composante mobile : évolution positive pour les offres internet et mobile, contrastée pour les packs incluant la télé et téléphonie fixe

17. Les prix minimums à déboursier pour satisfaire des besoins **2P BB Mobile** ont évolué de manière très positive pour le consommateur depuis 2019, comme le montre la figure ci-après¹⁷. Ce constat est sans surprise étant donné l'évolution positive tant de l'internet seul que des services mobiles seuls¹⁸.

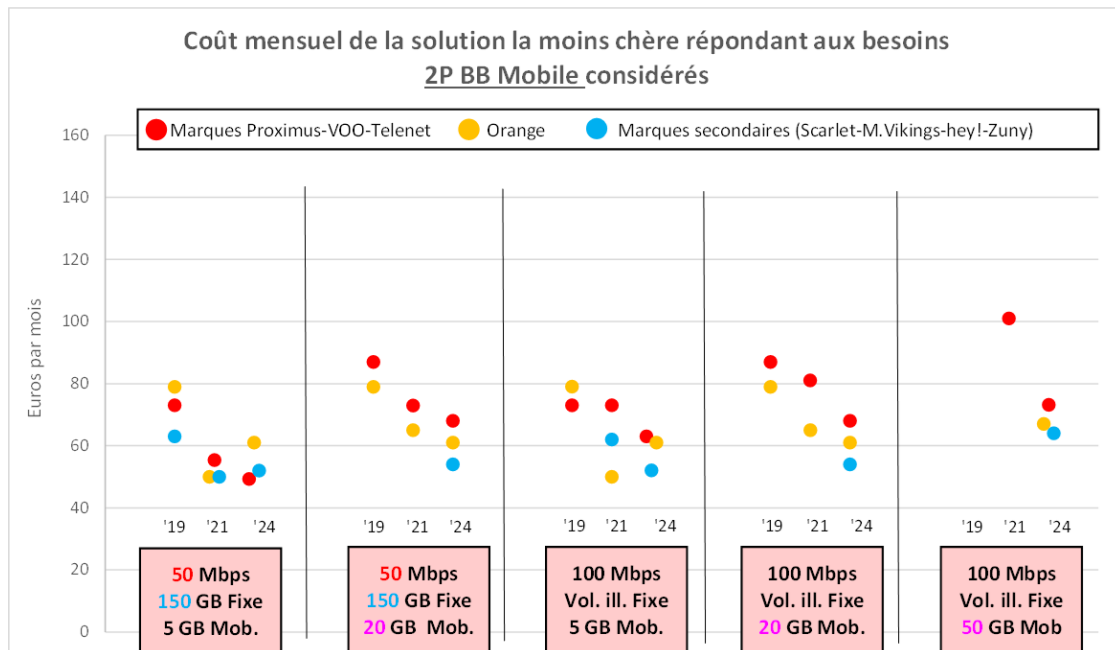


Figure 8. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB Mobile considérés, pour chaque catégorie de marque.

18. Comme pour l'internet seul, l'évolution pour le **2P BB Mobile** a été influencée par :
- 18.1. Le rôle de challenger joué par Orange jusqu'en 2021¹⁹, cet opérateur étant le premier à proposer un pack 2P BB Mobile à la vente, et ce à un prix beaucoup plus avantageux que les combinaisons non-groupées « 1P BB + 1P Mobile » de ses concurrents.
 - 18.2. La réaction des concurrents d'Orange via la commercialisation, à leur tour, de packs 2P BB Mobile spécifiques, ainsi que via l'accroissement régulier des volumes data mobiles inclus dans ces packs.
 - 18.3. Le développement de marques secondaires (Mobile Vikings, hey!) qui permet aux opérateurs de se positionner sur segments de marché spécifiques pour défendre ou

¹⁷ Une présentation détaillée de l'analyse pour les besoins en packs convergents est disponible à l'annexe 4.

¹⁸ Cette évolution n'est pas décrite dans cette étude, mais sera détaillée dans une prochaine étude que l'IBPT portant sur les prix des services mobiles.

¹⁹ En Q1 2019, Orange n'avait pas encore lancé d'offre 2P (ni 1P BB). Cela signifie que la seule option pour les clients ayant besoin de 2P BB Mob était de souscrire à un service 3P BB TV Mob, plus cher que les solutions « 1P BB + 1P Mob » disponibles chez les autres opérateurs. Orange a finalement lancé son offre 2P BB Mobile en juillet 2019, entraînant une forte baisse des prix pour de tels besoins.

étendre leur part de marché, et d'avoir une plus grande flexibilité pour s'adapter aux conditions changeantes du marché (par exemple, l'arrivée attendue de Digi).

19. La tendance illustrée par la Figure 8 se vérifie pour pratiquement tout le secteur : Orange excepté (pour certains profils), le prix des offres 2P BB Mobile de quasi tous les opérateurs se situe, en janvier 2024, à un niveau inférieur à ce qu'il était en janvier 2021.
20. Concernant les besoins **3P BB TV Mobile** et **4P (BB, TV, Mobile et Téléphone fixe)**, le résultat est plus contrasté. Pour ces services, le nombre de canaux TV voulus et le débit désiré sont les paramètres les plus décisifs quant à l'évolution du montant à payer. La Figure 9 et la Figure 10 illustrent respectivement ces cas pour des besoins fixes limités (vitesse internet de 50 Mbps, volume de 150 GB et au moins 30 chaînes TV) et des besoins fixes élevés (volume internet illimité et au moins 50 chaînes TV).

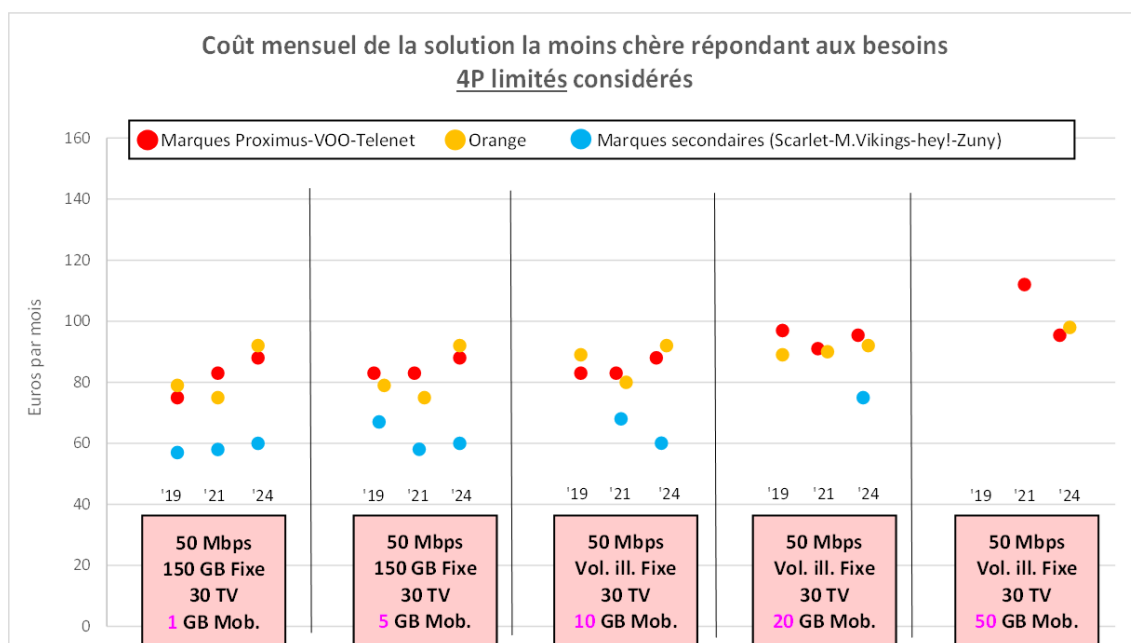


Figure 9. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 4P limités considérés (dont 50 Mbps de débit et 30 canaux TV via décodeur).

21. Comme on le constate sur la Figure 9, le montant minimum à payer pour les services **4P répondant à des besoins fixes limités** (50 Mbps et 30 canaux TV) est en forte baisse par rapport à 2019 pour quasi tous les profils. Cette évolution s'explique principalement par l'augmentation des volumes data dans les offres de Scarlet. Bien que la catégorie des marques premium ait légèrement augmenté, cela est uniquement dû aux augmentations de prix chez VOO, qui proposait l'offre la moins chère parmi les opérateurs historiques en 2019. Cependant, les profils à besoins limités paient aujourd'hui moins chers chez Proximus et Telenet par rapport à 2019 (voir Annexe 4.). Ainsi, le tableau global pour ces profils est nuancé.

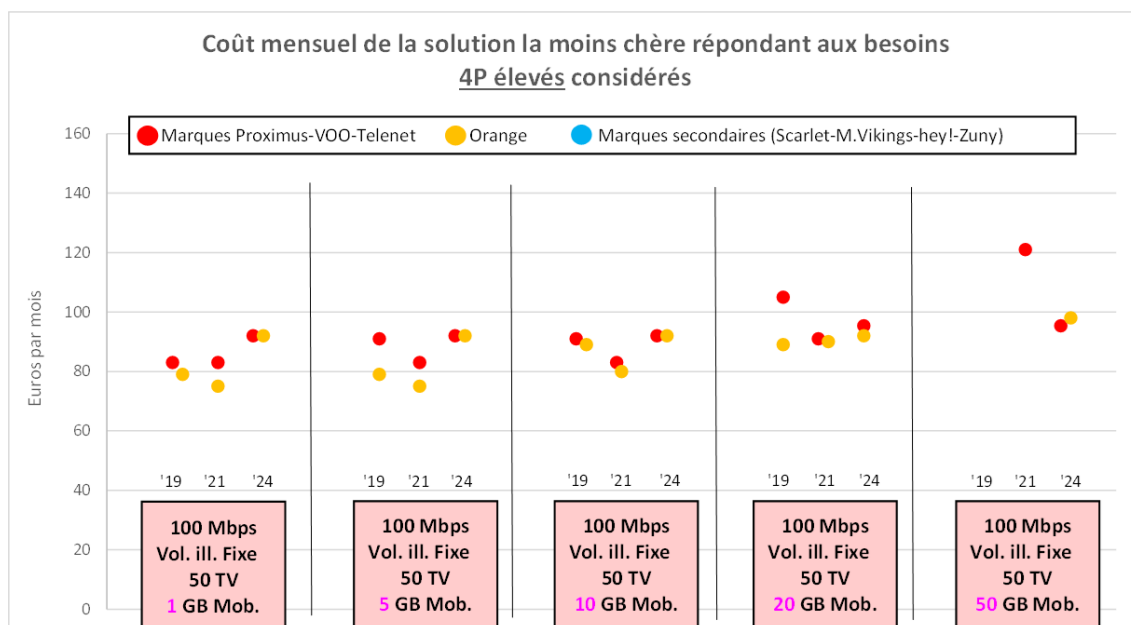


Figure 10. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 4P élevés considérés (dont 100 Mbps de débit et 50 canaux TV via décodeur).

22. En revanche, dans le cas des services **4P avec des besoins fixes élevés** (100 Mbps et 50 canaux TV) comme montré à la Figure 10, les profils dont les besoins mobiles vont jusqu'à 10 GB voient le montant minimum à déboursier augmenter par rapport à 2019, et de manière encore plus forte par rapport à 2021. Cette tendance s'inverse pour les besoins mobiles à partir de 50 GB²⁰. Une analyse plus fine (cf. Annexe 4.) montre toutefois que les tendances par opérateur sont assez variables, parfois à la hausse, parfois à la baisse ou stable suivant les profils considérés. Une exception : Telenet, systématiquement moins cher qu'en 2019, mais qui partait d'un niveau de prix beaucoup plus haut que ses rivaux.
23. Signalons que, comme pour le 2P BB TV supra, le nombre de marques proposant des solutions 3P BB TV Mobile est assez limité : trois marques dans le meilleur des cas, deux en général vu que VOO et Telenet ne couvrent pas la même partie du territoire. On constate que les marques secondaires sont absentes de ce segment de marché.

Conclusion pour les packs fixes avec composante mobile

24. L'évolution du montant minimum à déboursier pour des besoins fixes avec composante mobile **s'est déroulée de manière contrastée** depuis 2019 : très positive pour des besoins 2P BB Mobile, généralement négative et parfois avec des fortes augmentations de prix pour les besoins des packs incluant la télévision et/ou la téléphonie fixe.

²⁰ La consommation moyenne data en Belgique se situe à 6,1 GB par mois par carte Sim, cf. [Communication du Conseil de l'IBPT du 9 juin 2023 concernant la situation du marché des communications électroniques et de la télévision \(2022\)](#).

5. Comparaison internationale : la Belgique est chère, et d'autant plus lorsque les besoins augmentent

25. L'IBPT a publié en décembre 2023 sa comparaison annuelle de prix des services télécom entre la Belgique et ses pays voisins²¹. La figure ci-après²² résume les résultats obtenus pour les services fixes (Internet seul, services groupés fixes seuls et services groupés fixes avec composante mobile). Ces résultats ont été obtenus en appliquant la même méthodologie que celle utilisée dans les paragraphes précédents.

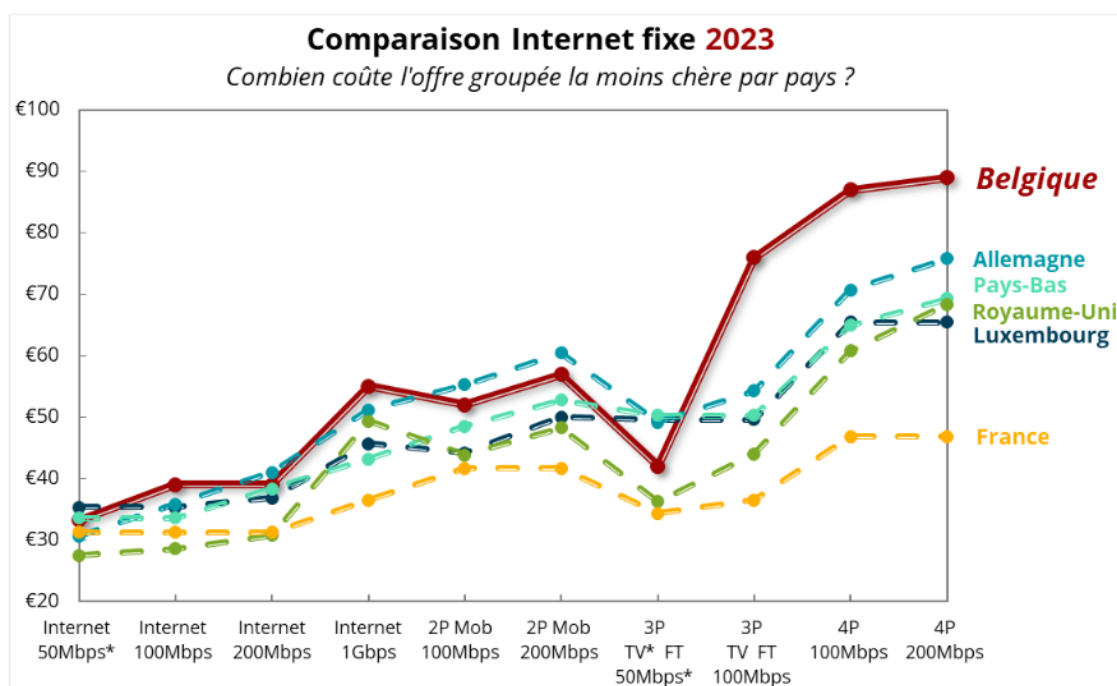


Figure 11. Coût mensuel moyen de la solution la moins chère par pays répondant aux besoins considérés.

26. Il peut être constaté que:

- 26.1. Malgré les progrès tarifaires décrits supra pour les besoins internet seul et 2P BB Mobile, la Belgique, avec les Pays-Bas et l'Allemagne, reste l'un des pays les plus chers en la matière.
- 26.2. La Belgique est, de loin, le pays le plus cher parmi les six étudiés à mesure que le nombre de services à satisfaire (BB, TV, Téléphonie fixe et Mobile) augmente. Seule exception : les besoins fixes à débit et nombre de chaînes de télévision réduits, pour lesquels la solution proposée par Scarlet est très compétitive par rapport à celles disponibles chez nos pays voisins. Ce genre de profils ne concerne toutefois qu'une fraction réduite du marché (moins de 10%).

²¹ Cf. [Communication de l'IBPT du 18 décembre 2023 concernant l'étude comparative des prix des services de télécommunications en Belgique et dans les pays voisins](#).

²² Les profils comportant une composante mobile ont été définis comme nécessitant chacun 5 GB, 200 SMS et 1000 minutes d'appel. Les volumes de téléchargement pour l'internet fixe sont illimités, sauf s'ils sont indiqués par un astérisque, où 150 GB suffisent. Les besoins en termes de télévision requièrent de disposer au minimum de 50 chaînes pour être satisfaits, sauf lorsque le profil est renseigné par un astérisque (30 chaînes suffisent alors). « FT » signifie téléphonie fixe. Une offre groupée 4P comprend l'internet, la téléphonie mobile et fixe et la télévision.

6. Options pour le consommateur

27. En dépit de progrès sur certains segments de marché, les services télécoms fixes dans leur ensemble demeurent donc chers en Belgique. Pour tenter de réduire le montant de sa facture, le consommateur dispose néanmoins de plusieurs moyens d'action, rappelés ici.
28. **Connaître ses besoins.** C'est une étape fondamentale : déterminer les services dont on a besoin et comprendre l'usage que l'on en a. Quel débit me faut-il ? Quels volumes data ? Combien de chaînes de télévisions, et lesquelles ? Si les réponses à certaines de ces questions sont purement une affaire de choix personnels, d'autres peuvent être objectivées via l'analyse de sa consommation, disponible sur l'espace personnel sur le site web son opérateur. Le consommateur pourra en outre trouver sur Internet nombre de sites lui renseignant le débit idéal étant donné ses habitudes télécoms (usage intensif de streaming ou pas, qualité d'image voulue, participation à des jeux vidéo en ligne, etc.).
29. **Connaître son environnement télécom.** Quelles technologies sont à ma disposition ? Après de quels opérateurs ? Via quels réseaux ? Avec quelle qualité de services ? Autant de questions qui peuvent avoir leur importance au moment de choisir un fournisseur télécom. À cet égard, l'IBPT met à disposition du consommateur une série d'outils l'aidant à définir ce choix :
- i. La liste des [opérateurs existants et les réseaux qu'ils emploient](#).
 - ii. Des cartes de couvertures [fixe](#) et [mobile](#) permettant de découvrir quels opérateurs desservent son lieu de connexion ; et une [carte de déploiement de la fibre](#), permettant à tout moment de savoir si son adresse de connexion sera bientôt couverte.
 - iii. Un [baromètre de qualité](#) contenant plusieurs indicateurs permettant de mieux comprendre la qualité du service opérationnel des opérateurs.
30. En matière de prix : **comparer, comparer, comparer.** À cet effet, l'IBPT a mis en place le comparateur gratuit [meilleurtarif.be](#). Régulièrement mis à jour, cet outil présente les différents plans tarifaires de manière neutre, transparente et complète. L'IBPT publie par ailleurs régulièrement des études comparatives en matière tarifaire tant pour les [services mobiles](#) que [fixes et convergents](#).
31. **Considérer de nouvelles approches.** Panacher ses fournisseurs télécoms peut, pour certains profils, être une source notable d'économies. La façon de consommer la télévision (via un décodeur ou via une application, avec les avantages et inconvénients que ces options comportent) peut également jouer sur le montant d'une facture.
32. **Agir.** Une fois son choix posé, si celui-ci implique de changer d'opérateur fixe, la procédure [Easy Switch](#) permet de le faire en libérant le consommateur de la plupart des démarches administratives.
33. **Bénéficier des tarifs sociaux.** Les consommateurs qui sont éligibles à ces tarifs ne devraient pas manquer d'y recourir et de tirer parti des avantages qu'ils apportent.

Bernardo Herman
Membre du Conseil

Peggy Valcke
Membre du Conseil

Stefaan Vyverman
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil

Annexe 1. Méthodologie

La méthodologie employée dans cette étude est identique à celle que l'IBPT utilise dans ses analyses de comparaison internationale de prix²³. Les grandes lignes de cette méthodologie sont rappelées ici ; nous renvoyons à la comparaison internationale de décembre 2021 ainsi qu'à l'étude du 16 juillet 2022 pour plus de détails à ce sujet.

- L'étude prend comme angle d'attaque la demande et donc les besoins que différents types de consommateurs de services de télécommunications désirent satisfaire. Concrètement, l'IBPT a établi une série de profils de consommateurs définis à partir de besoins à pourvoir. Ces besoins sont chaque fois considérés comme étant un minimum à satisfaire, c.-à-d. que toute solution répondant à ces besoins (y compris lorsqu'elle inclut davantage de services ou de volumes que nécessaire) est identifiée comme acceptable pour le consommateur. Dans cette étude, ce dernier portera ensuite son choix sur l'offre dont le prix est le moins élevé parmi toutes celles possibles.
- L'étude prend comme hypothèse que le consommateur concerné se fournit chez un opérateur unique (pas de panachage de fournisseurs). Il peut en revanche combiner plusieurs produits de ce vendeur pour trouver la solution qui lui convient (par exemple le consommateur peut combiner un service 1P Mobile avec un service 1P BB de ce même vendeur pour avoir une solution 2P BB Mobile).
- Les prix retenus pour effectuer les comparaisons sont les prix des offres les moins chères qui répondent au minimum aux besoins en télécommunications à satisfaire pour différents profils de consommateurs. Ainsi, à titre d'exemple, dans le cas d'un consommateur dont les besoins sont de disposer au minimum d'un service 1P mobile avec 10 GB de données, 1 000 minutes d'appel et 200 SMS, il sera examiné pour chaque opérateur étudié quel est le service le moins cher répondant au minimum à ce besoin. Ensuite, les solutions obtenues pour chaque opérateur sont comparées entre elles afin de déterminer laquelle est la moins chère.
- Les prix utilisés pour l'analyse sont les prix récurrents à long terme demandés pour les services considérés, c.-à-d. sans tenir compte d'éventuelles promotions temporaires, et exclusion faite des coûts uniques (frais d'installation et d'activation).
- Les opérateurs dont les offres ont été utilisées pour mener la comparaison sont ceux disposant d'une part de marché fixe de plus de 5 % (Proximus, Telenet, Orange-VOO). Les principales marques secondaires de ces opérateurs (Scarlet, Mobile Vikings, hey!, Zuny²⁴) font également partie du panel étudié.

²³ Voir notamment : [Communication du 20 décembre 2021 concernant l'étude comparative des prix des services télécoms en Belgique et dans les pays voisins en 2021](#)

²⁴ Concernant Zuny, le CEO d'Orange, Xavier Pichon, a annoncé en janvier 2024 que cette marque était mise « en veille ». Ses clients seront transférés vers hey! dans le courant de l'année (Orange et VOO entament les grandes manœuvres, L'Echo, 18 janvier 2024).

Annexe 2. Internet seul (1P BB)

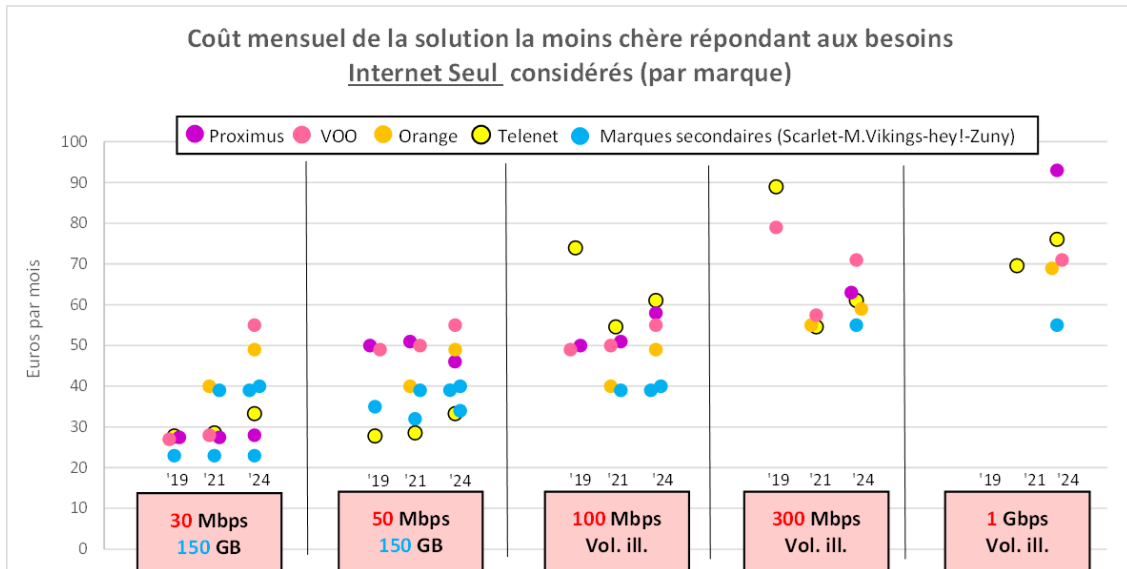


Figure 12. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 1P BB considérés, pour chacune des huit marques étudiées.

Profil 1 – 30 Mbps, 50 GB : Scarlet propose la solution la moins chère, pour un prix stable depuis 2019. Si VOO, Proximus et Telenet avaient autrefois des solutions abordables correspondant à ces besoins, ce n'est désormais plus le cas que pour Proximus (offre « Essential »). Ni Orange ni les nouvelles marques secondaires n'ont jamais ciblé ce segment.

Profil 2 – 50 Mbps, 150 GB : Si Scarlet reste, de loin, la solution la moins chère pour ce profil dans la zone VOO, la situation diffère dans la zone Telenet où le câblo-opérateur a longtemps proposé l'offre la plus économique pour le consommateur. Les hausses de prix successives appliquées par Telenet la placent toutefois désormais au même niveau que Scarlet.

Profil 3 – 100 Mbps, volume illimité : Entre 2019 et 2021, Orange s'est positionné de manière très agressive sur ce segment, ce qui a poussé VOO à réagir via Zuny et, ultérieurement, Proximus avec Mobile Vikings. Après le rachat de VOO, les prix pratiqués par les marques « premium » sont tous partis à la hausse, y compris pour Orange. Les solutions les moins chères sont désormais proposées par les marques secondaires hey! et Mobile Vikings.

Profil 4 – 300 Mbps, volume illimité : Les solutions pour ce profil ont connu une forte baisse de prix entre 2019 et 2021, avant que ceux-ci ne remontent (parfois nettement) par la suite. Dans les zones couvertes par la fibre de Proximus, le nombre de solutions disponibles est passé de trois à cinq (Proximus et sa marque secondaire Mobile Vikings, actuellement la solution la moins chère du marché), voire plus si l'on prend en compte les opérateurs alternatifs (edpnet, Youfone, etc.).

Profil 5 – 1 Gbps, volume illimité : Telenet a été le premier à proposer de telles solutions, suivi par VOO et, dans les zones couvertes par sa fibre, Proximus et Mobile Vikings. Proximus ne propose toutefois pas de solution 1P BB à 1 Gbps proprement dite, mais une solution combinant plusieurs types de services (en l'occurrence, ici, un 3P BB TV FT), ce qui explique la nette différence de prix avec ses rivaux. A contrario, sa filiale Mobile Vikings propose la solution 1P BB la moins chère du marché.

Conséquence de ces évolutions : le consommateur peut obtenir la plupart des services 1P BB pour un prix égal ou moindre que celui qu'il devait déboursier en 2019. Ce résultat est avant tout le fait des marques secondaires qui fournissent, dans la majorité des cas, la solution la moins chère disponible sur

le marché alors que les marques premium ont vu leur prix partir à la hausse depuis 2021 avec un écart tarifaire parfois marqué avec les marques secondaires.

Observations effectuées au mois de janvier	Zone VOO					Zone Telenet				
	30 Mbps 150 GB	50 Mbps 150 GB	100 Mbps Vol. ill.	300 Mbps Vol. ill.	1 Gbps Vol. ill.	30 Mbps 150 GB	50 Mbps 150 GB	100 Mbps Vol. ill.	300 Mbps Vol. ill.	1 Gbps Vol. ill.
2021 vs. 2019	0%	-9%	-20%	-30%	-	0%	3%	-20%	-39%	-
2024 vs. 2021	0%	6%	0%	0%	-	0%	16%	-3%	1%	-21%
2024 vs. 2019	0%	-3%	-20%	-30%	-	0%	20%	-22%	-38%	-

Figure 13. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 1P BB considérés.

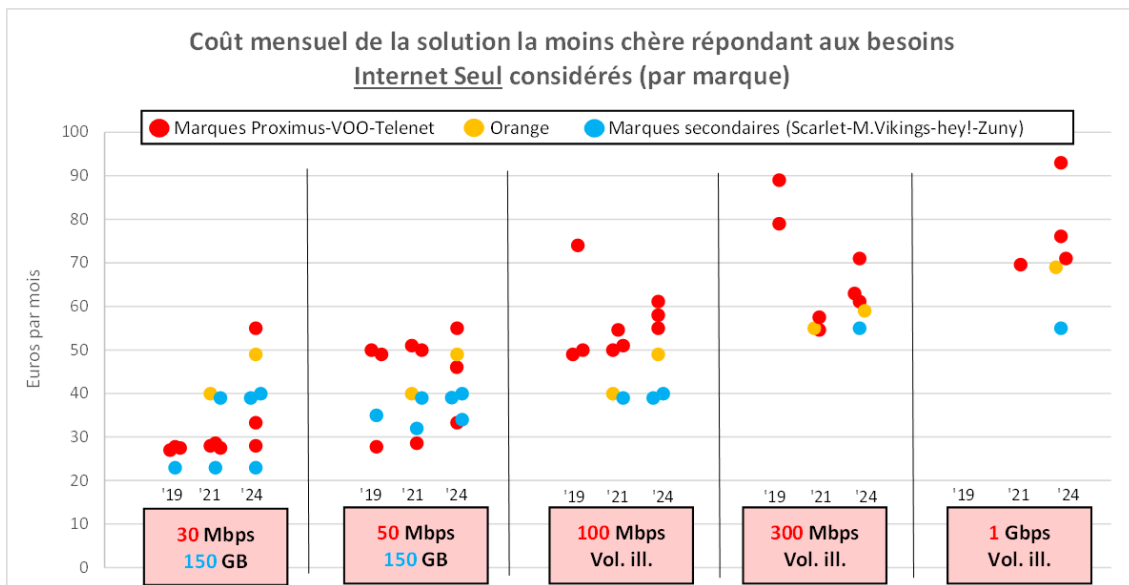


Figure 14. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 1P BB considérés, pour chacune des marques étudiées.

Marque(s) le(s) meilleur marché en :	Zone VOO					Zone Telenet				
	30 Mbps 150 GB	50 Mbps 150 GB	100 Mbps Vol. ill.	300 Mbps Vol. ill.	1 Gbps Vol. ill.	30 Mbps 150 GB	50 Mbps 150 GB	100 Mbps Vol. ill.	300 Mbps Vol. ill.	1 Gbps Vol. ill.
Janvier 2019	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	-	Scarlet	Telenet	Proximus	Telenet	-
Janvier 2021	Scarlet	Scarlet	Zuny	Orange	-	Scarlet	Telenet	Orange	Telenet	Telenet
Janvier 2024	Scarlet	Scarlet	hey!	Orange M. Vikings	Orange M. Vikings	Scarlet	Telenet	hey!	Orange M. Vikings	Orange M. Vikings

Figure 15. Marque(s) proposant la solution la moins chère répondant aux besoins 1P BB considérés (NB : pour les profils à 300 Mbps et 1 Gbps, Mobile Vikings n'est disponible que dans les zones déjà couvertes par la fibre de Proximus).

Annexe 3. Packs fixes sans composante mobile

Besoins 2P BB TV

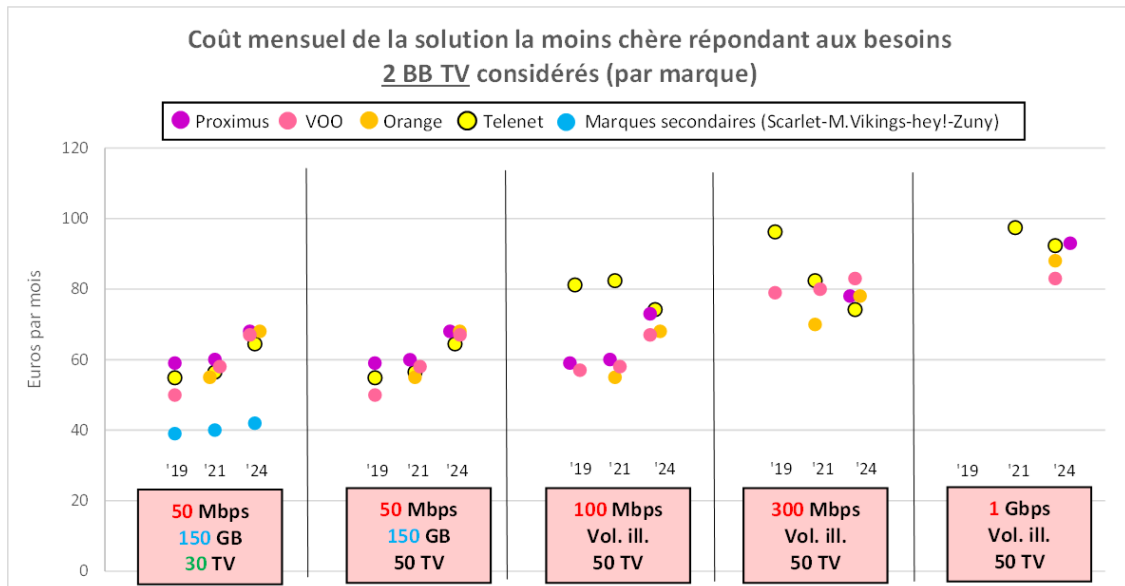


Figure 16. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB TV²⁵ considérés, pour chacune des huit marques étudiées.

Profil 1 – 50 Mbps, 150 GB, 30 TV : La solution de Scarlet reste de loin la plus économique pour ce profil, aucune autre offre ne rivalise avec elle. Son prix est en légère hausse depuis 2019 (+8%).

Profil 2 – 50 Mbps, 150 GB, 50 TV : Lorsqu'il s'est lancé sur ce marché, Orange s'est positionné juste en-dessous de ses concurrents d'un point de vue tarifaire et ne s'en est donc pas démarqué de ce point de vue. Début 2024, les quatre concurrents se situent quasi exactement au même niveau de prix pour ce profil de besoin. Ces prix sont en hausse notable par rapport à la situation telle qu'elle se présentait en 2019. On remarquera par ailleurs l'absence totale de marques secondaires sur ce segment.

Profil 3 – 100 Mbps, volume illimité, 50 TV : Les tendances observées au profil précédent se retrouvent dans ce cas-ci. Exception : Telenet, qui est longtemps resté beaucoup plus cher que ses rivaux, mais se retrouve maintenant à leur niveau ou presque.

Profil 4 – 300 Mbps, volume illimité, 50 TV : Les observations effectuées au profil précédent se répètent dans une large mesure ici. La solution de Proximus n'est disponible que dans les zones où cet opérateur a déjà déployé de la fibre (environ 30% du pays).

Profil 5 – 1 Gbps, volume illimité, 50 TV : Orange et VOO proposent désormais une offre 1 Gbps sur la majeure partie de leur zone commerciale respective. Telenet en proposait déjà une en 2019 ; son prix a diminué depuis pour se rapprocher de ceux de ses rivaux.

Conséquence de ces évolutions : le montant minimum à payer pour satisfaire des besoins 2P BB TV est en hausse - parfois très forte pour les trois premiers profils - par rapport à 2019. Et si ce montant est quasi stable pour ce qui concerne le quatrième profil (300 Mbps), il est en hausse notable par rapport à 2021. Le nombre restreint d'opérateurs desservant ce marché (pas d'offres de marque secondaire – Scarlet excepté, pour un profil – ni d'opérateurs alternatifs ; trois choix possibles pour les profils 2 et

²⁵ Les besoins TV sont adressés par décodeur, la « TV via app » n'est pas incluse.

3 ; le plus souvent deux seulement pour les profils 4 et 5) explique cette tendance défavorable pour le consommateur.

Observations effectuées au mois de janvier	Zone VOO					Zone Telenet				
	50 Mbps 150 GB 30 TV	50 Mbps 150 GB 50 TV	100 Mbps Vol. ill. 50 TV	300 Mbps Vol. ill. 50 TV	1 Gbps Vol. ill. 50 TV	50 Mbps 150 GB 30 TV	50 Mbps 150 GB 50 TV	100 Mbps Vol. ill. 50 TV	300 Mbps Vol. ill. 50 TV	1 Gbps Vol. ill. 50 TV
	2021 vs. 2019	3%	10%	-4%	-11%	-	3%	0%	-7%	-27%
2024 vs. 2021	5%	22%	22%	11%	-	5%	17%	24%	6%	-10%
2024 vs. 2019	8%	34%	18%	-1%	-	8%	17%	15%	-23%	-

Figure 17. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB TV considérés – Les besoins TV sont adressés par décodeur.

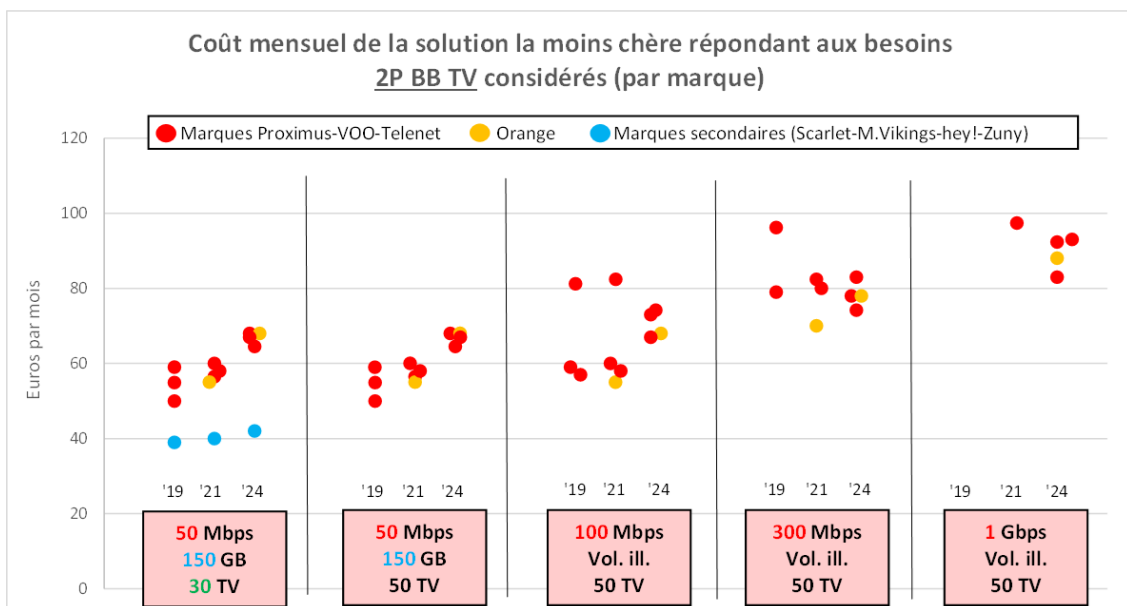


Figure 18. Évolution du coût mensuel, de la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB TV considérés, pour chacune des marques étudiées.

Marque(s) le(s) meilleur marché en :	Zone VOO					Zone Telenet				
	50 Mbps 150 GB 30 TV	50 Mbps 150 GB 50 TV	100 Mbps Vol. ill. 50 TV	300 Mbps Vol. ill. 50 TV	1 Gbps Vol. ill. 50 TV	50 Mbps 150 GB 30 TV	50 Mbps 150 GB 50 TV	100 Mbps Vol. ill. 50 TV	300 Mbps Vol. ill. 50 TV	1 Gbps Vol. ill. 50 TV
	Janvier 2019	Scarlet	VOO	VOO	VOO	-	Scarlet	Telenet	Proximus	Telenet
Janvier 2021	Scarlet	Orange	Orange	Orange	-	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Telenet
Janvier 2024	Scarlet	VOO	VOO	Proximus	VOO	Scarlet	Telenet	Orange	Telenet	Orange

Figure 19. Marque(s) proposant la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB TV considérés.

Besoins 3P BB TV FT

Comme le montrent les figures suivantes, les besoins 3P BB TV FT suivent pour l'essentiel les mêmes tendances que celles observées pour les besoins 2P BB TV. Parmi les variations notables, on remarquera le meilleur positionnement de Proximus dans la zone Telenet.

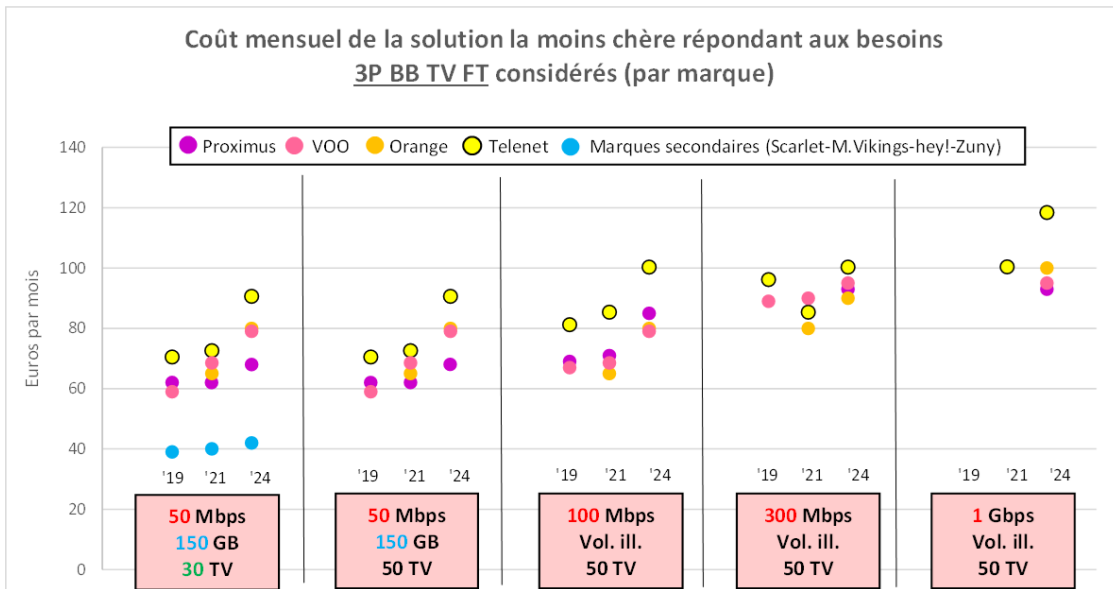


Figure 20. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 3P BB TV FT considérés, pour chacune des huit marques étudiées

Observations effectuées au mois de janvier	Zone VOO					Zone Telenet				
	50 Mbps 150 GB 30 TV	50 Mbps 150 GB 50 TV	100 Mbps Vol. ill. 50 TV	300 Mbps Vol. ill. 50 TV	1 Gbps Vol. ill. 50 TV	50 Mbps 150 GB 30 TV	50 Mbps 150 GB 50 TV	100 Mbps Vol. ill. 50 TV	300 Mbps Vol. ill. 50 TV	1 Gbps Vol. ill. 50 TV
2021 vs. 2019	3%	5%	-3%	-10%	-	3%	0%	-6%	-17%	-
2024 vs. 2021	5%	10%	22%	13%	-	5%	10%	23%	13%	-7%
2024 vs. 2019	8%	15%	18%	1%	-	8%	10%	16%	-6%	-

Figure 21. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 3P BB TV FT considérés – Les besoins TV sont adressés par décodeur.

Marque(s) le(s) meilleur marché en :	Zone VOO					Zone Telenet				
	50 Mbps 150 GB 30 TV	50 Mbps 150 GB 50 TV	100 Mbps Vol. ill. 50 TV	300 Mbps Vol. ill. 50 TV	1 Gbps Vol. ill. 50 TV	50 Mbps 150 GB 30 TV	50 Mbps 150 GB 50 TV	100 Mbps Vol. ill. 50 TV	300 Mbps Vol. ill. 50 TV	1 Gbps Vol. ill. 50 TV
Janvier 2019	Scarlet	VOO	VOO	VOO	-	Scarlet	Proximus	Proximus	Telenet	-
Janvier 2021	Scarlet	Proximus	Orange	Orange	-	Scarlet	Proximus	Orange	Orange	Telenet
Janvier 2024	Scarlet	Proximus	VOO	Orange	Proximus	Scarlet	Proximus	Orange	Orange	Proximus

Figure 22. Marque(s) proposant la solution la moins chère répondant aux besoins 3P BB TV FT considérés

Annexe 4. Packs fixes avec composante mobile

Besoins 2P BB Mobile

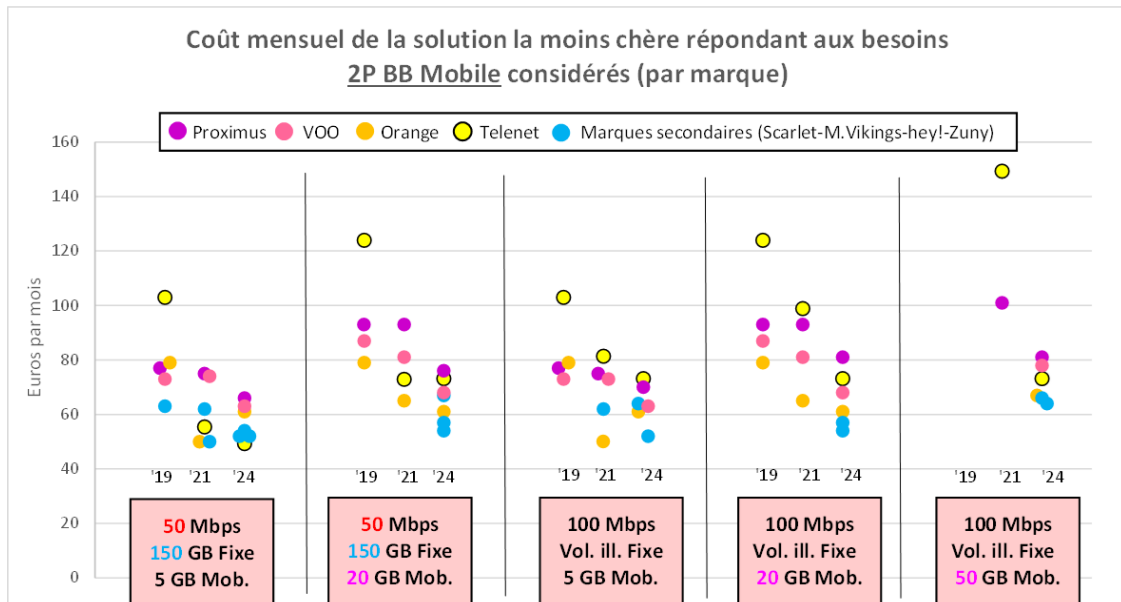


Figure 23. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB Mobile considérés, pour chacune des huit marques étudiées

Profil 1 – 50 Mbps, 150 GB Fixe, 5 GB Mobile : le montant minimum à déboursé pour ce profil a fortement baissé entre 2019 et 2021 du fait de l'action d'Orange, qui a poussé d'autres opérateurs à s'aligner. L'évolution post-2021 est elle aussi positive, les marques secondaires prenant le relais d'Orange qui cesse de jouer un rôle moteur en matière de concurrence tarifaire.

Profil 2 – 50 Mbps, 150 GB Fixe, 20 GB Mobile : la tendance est globalement similaire à celle décrite pour le profil précédent, toutes les marques étudiées proposant en 2024 des solutions beaucoup moins chères que celles disponibles en 2019.

Profil 3 – 100 Mbps, volume fixe illimité, 5 GB Mobile : le rôle moteur joué par Orange entre 2019 et 2021 concernant les besoins 2P BB Mobile ressort très clairement ici, de même que la fin de ce rôle dans la période qui a suivi, la marque secondaire Mobile Vikings permettant toutefois de préserver le gain tarifaire engrangé par le consommateur.

Profil 4 – 100 Mbps, volume fixe illimité, 20 GB Mobile : les tendances décrites aux profils précédents se retrouvent dans une large mesure pour celui-ci.

Profil 5 – 100 Mbps, volume fixe illimité, 50 GB Mobile : seul Telenet disposait d'une solution répondant à ce besoin en 2019, pour un montant cependant très élevé (€200, hors graphique). Bien qu'une légère amélioration ait eu lieu entre 2019 et 2021, la situation a vraiment évolué entre 2021 et 2024, lorsque de plus en plus d'opérateurs - en ce compris des marques secondaires - ont commencé à proposer des solutions avec de très hauts volumes data mobiles pour des prix plus abordables pour le consommateur.

En résumé, l'évolution depuis 2019 des solutions aux besoins 2P BB Mobile se révèle très positive pour le consommateur, et ce quel que soit l'opérateur considéré.

Observations effectuées au mois de janvier	Zone VOO					Zone Telenet				
	50 Mbps 150 GB 5 GB Mob.	50 Mbps 150 GB 20 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 5 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 20 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 50 GB Mob.	50 Mbps 150 GB 5 GB Mob.	50 Mbps 150 GB 20 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 5 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 20 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 50 GB Mob.
	2021 vs. 2019	-21%	-18%	-32%	-18%	-	-21%	-18%	-35%	-18%
2024 vs. 2021	4%	-17%	4%	-17%	-37%	-1%	-17%	4%	-17%	-37%
2024 vs. 2019	-17%	-32%	-29%	-32%	-	-22%	-32%	-32%	-32%	-68%

Figure 24. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB Mobile considérés

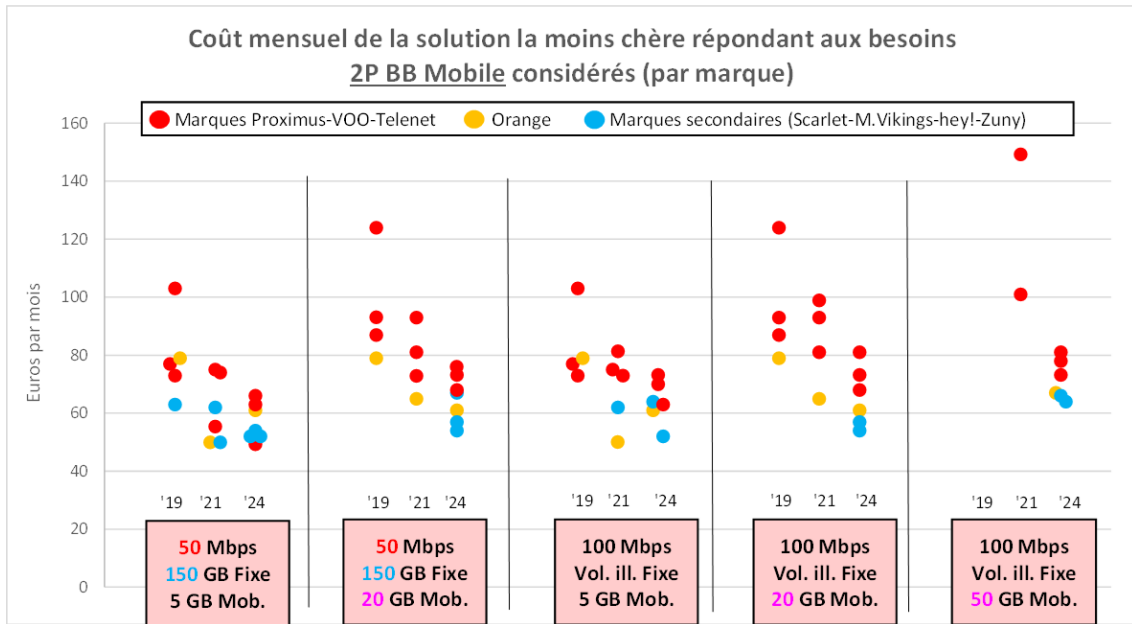


Figure 25. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB Mobile considérés, pour chacune des marques étudiées.

Marque(s) le(s) meilleur marché en :	Zone VOO					Zone Telenet				
	50 Mbps 150 GB 5 GB Mob.	50 Mbps 150 GB 20 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 5 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 20 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 50 GB Mob.	50 Mbps 150 GB 5 GB Mob.	50 Mbps 150 GB 20 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 5 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 20 GB Mob.	100 Mbps Vol. ill. 50 GB Mob.
	Janvier 2019	Scarlet	Orange	VOO	Orange	-	Scarlet	Orange	Proximus	Orange
Janvier 2021	Orange	Orange	Orange	Orange	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Proximus
Janvier 2024	Scarlet	hey!	MVK	hey!	hey!	Telenet	hey!	MVK	hey!	hey!

Figure 26. Marque(s) proposant la solution la moins chère répondant aux besoins 2P BB Mobile considérés

4P

Le nombre de canaux TV voulus et le débit désiré sont les paramètres les plus décisifs quant à l'évolution du montant à payer pour des besoins 4P. Les trois figures ci-après concernent un consommateur voulant au minimum un débit de 50 Mbps et 30 canaux TV (avec décodeur). Pour de tels besoins, Scarlet offre de loin les solutions les plus compétitives du marché et, depuis 2019, a étendu les volumes data disponibles dans ses offres, seuls les très grands besoins en GB mobile n'étant pas couverts. Cette évolution est globalement positive pour le consommateur, qui peut satisfaire les mêmes besoins pour un coût souvent inférieur à ce qu'il devait supporter il y a cinq ans.

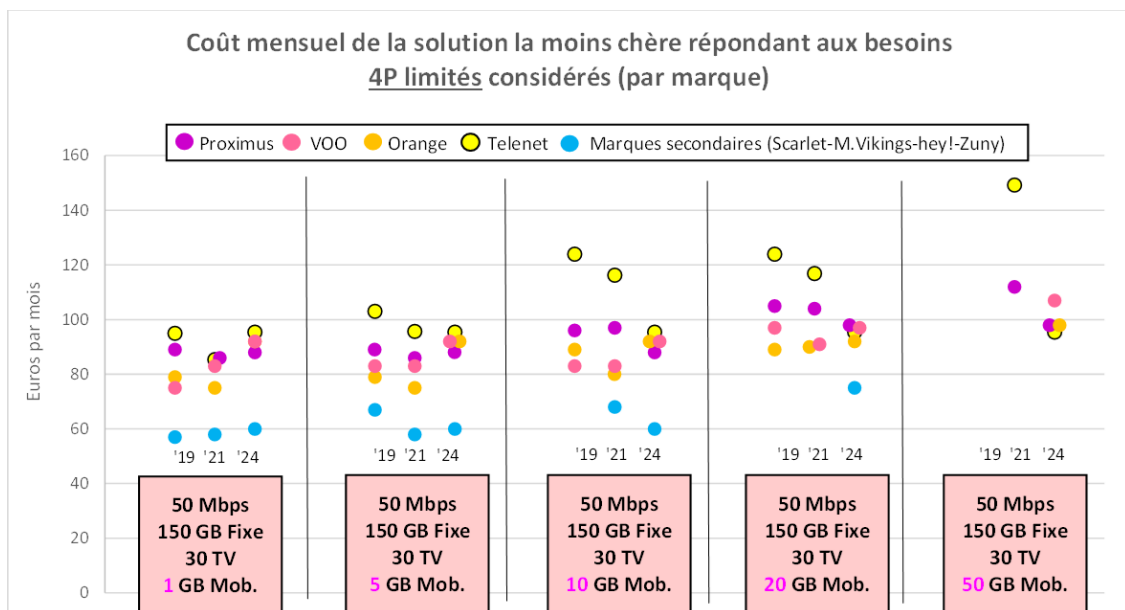


Figure 27. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 4P limités considérés, pour chacune des huit marques étudiées – Les besoins TV sont adressés par décodeur.

Observations effectuées au mois de janvier	Zone VOO					Zone Telenet				
	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 1 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 5 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 10 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 20 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 50 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 1 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 5 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 10 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 20 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 50 GB Mob.
2021 vs. 2019	2%	-13%	-18%	1%	-	2%	-13%	-24%	1%	-44%
2024 vs. 2021	3%	3%	-12%	-17%	-13%	3%	3%	-12%	-17%	-15%
2024 vs. 2019	5%	-10%	-28%	-16%	-	5%	-10%	-33%	-16%	-52%

Figure 28. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 4P limités considérés – Les besoins TV sont adressés par décodeur.

Marque(s) le(s) meilleur marché en :	Zone VOO					Zone Telenet				
	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 1 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 5 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 10 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 20 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 50 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 1 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 5 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 10 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 20 GB Mob.	50 Mbps 150 GB Fixe 30 TV 50 GB Mob.
Janvier 2019	Scarlet	Scarlet	VOO	Orange	-	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Telenet
Janvier 2021	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Proximus	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Proximus
Janvier 2024	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Telenet

Figure 29. Marque(s) proposant la solution la moins chère répondant aux besoins 4P limités considérés

L'image change lorsque le débit minimum requis passe à 100 Mbps et le nombre de canaux TV à 50 : les solutions Scarlet disparaissent et Orange, qui avait tiré les prix à la baisse entre 2019 et 2021, a cessé de jouer son rôle de challenger et revu sa grille tarifaire à la hausse. Cette tendance est générale

pour tous les opérateurs offrant les solutions concernées. Une exception : Telenet, systématiquement moins cher qu'en 2019, mais qui partait d'un niveau beaucoup plus haut que ses rivaux.

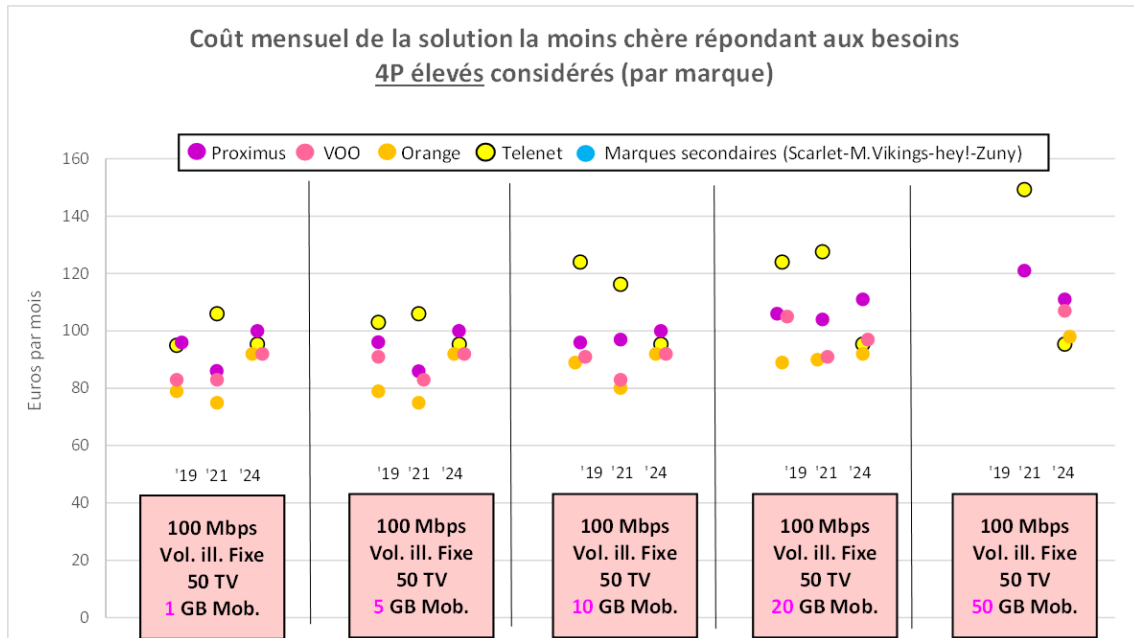


Figure 30. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 4P élevés considérés, pour chacune des huit marques étudiées. Les besoins TV sont adressés par décodeur.

Observations effectuées au mois de janvier	Zone VOO					Zone Telenet				
	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 1 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 5 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 10 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 20 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 50 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 1 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 5 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 10 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 20 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 50 GB Mob.
	2021 vs. 2019	-5%	-5%	-10%	1%	-	-5%	-5%	-10%	1%
2024 vs. 2021	23%	23%	15%	2%	-19%	23%	23%	15%	2%	-21%
2024 vs. 2019	16%	16%	3%	3%	-	16%	16%	3%	3%	-52%

Figure 31. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 4P élevés considérés, pour chacune des huit marques étudiées – Les besoins TV sont adressés par décodeur.

Marque(s) le(s) meilleur marché en :	Zone VOO					Zone Telenet				
	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 1 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 5 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 10 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 20 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 50 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 1 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 5 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 10 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 20 GB Mob.	100 Mbps Fixe ill. 50 TV 50 GB Mob.
	Janvier 2019	Orange	Orange	Orange	Orange	-	Orange	Orange	Orange	Orange
Janvier 2021	Orange	Orange	Orange	Orange	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Proximus
Janvier 2024	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Telenet

Figure 32. Marque(s) proposant la solution la moins chère répondant aux besoins 4P élevés considérés

3P BB TV Mobile

Comme le montrent les deux figures ci-après, les observations effectuées pour le 4P valent également, dans une large mesure, pour les besoins 3P BB TV Mobile.

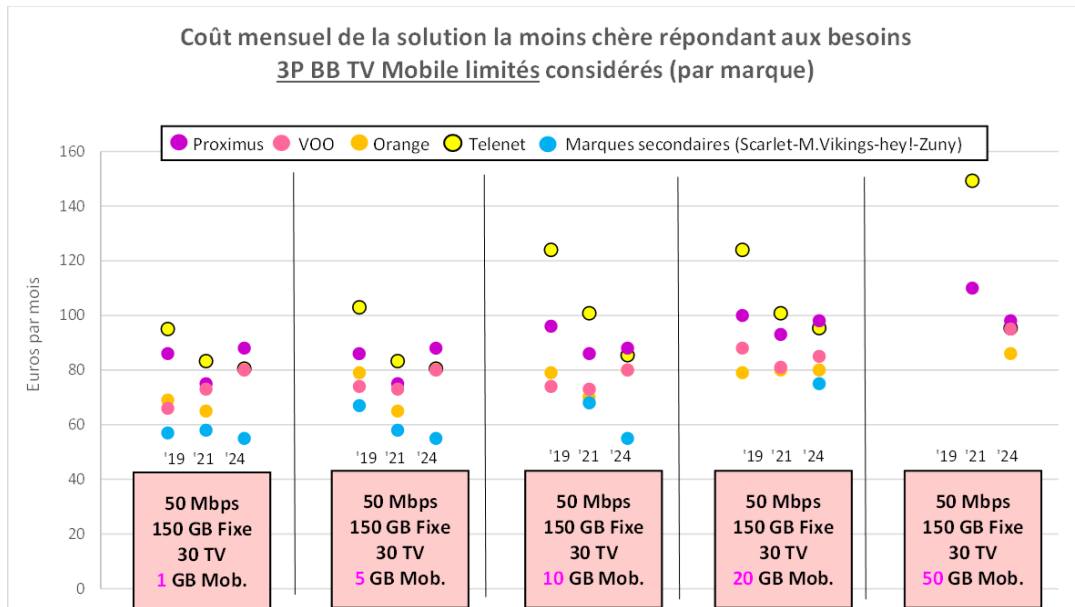


Figure 33. Évolution du coût mensuel, de la solution la moins chère répondant aux besoins 3P BB TV Mobile limités considérés, pour chacune des huit marques étudiées. Les besoins TV sont adressés par décodeur.

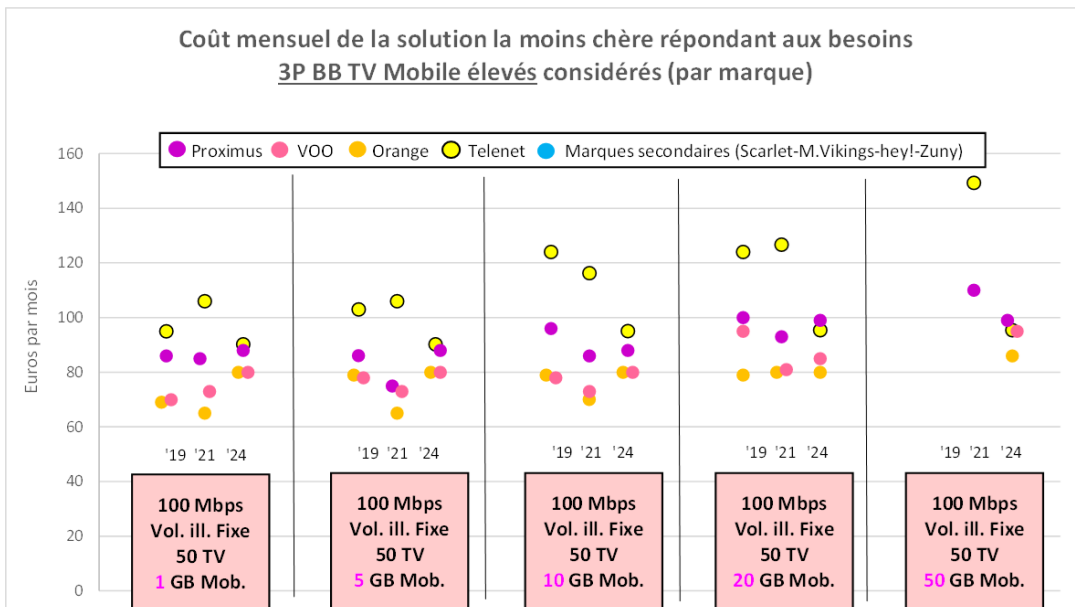


Figure 34. Évolution du coût mensuel de la solution la moins chère répondant aux besoins 3P BB TV Mobile élevée considérés, pour chacune des huit marques étudiées. Les besoins TV sont adressés par décodeur.

Annexe 5. Parts de marché – Segment résidentiel

<i>Segment résidentiel – Répartition des lignes internet haut débit par type de services vendus (Q4 2022)</i>	Caractéristiques techniques	
	Débit > 50 Mbps & Plus de 50 canaux TV	Débit <= 50 Mbps & Moins de 50 canaux TV
1P BB	[15-20%]	[0-5%]
2P BB TV 3P BB TV FT	[20-25%]	[0-5%]
2P BB Mobile	[5-10%]	-
3P BB TV Mobile 4P BB TV FT Mobile	[40-45%]	[0-5%]

Figure 35. Segment résidentiel – Répartition des lignes internet haut débit par type de services vendus (Q4 2022)

<i>Segment résidentiel - Lignes haut débit vendues, par type de débit commercial (Q4 2022)</i>	
< 100 Mbps	[10-15%]
>= 100 Mbps et < 200 Mbps	[60-65%]
>= 200 Mbps et < 1 Gbps	[20-25%]
> 1 Gbps	[0-5%]

Figure 36. Segment résidentiel – Répartition des lignes internet haut débit vendues, par type de débit commercial (Q4 2022)

<i>Segment résidentiel - Lignes haut débit vendues, par type de marques (Q4 2022)</i>	
Marques Proximus-Telenet-Orange-VOO	[85-90%]
Marques secondaires (Scarlet, hey!, etc.) & Autres opérateurs alternatifs	[10-15%]

Figure 37. Segment résidentiel – Répartition des lignes internet haut débit vendues, par type de marques commerciales (Q4 2022)

<i>Segment résidentiel – Lignes haut débit vendues en Q4 2022</i>	National	Zone Telenet	Zone VOO
Groupe Proximus	[40-50%]	[30-40%]	[50-60%]
Groupe Telenet	[30-40%]	[50-60%]	-
Groupe Orange-VOO	[20-30%]	[5-10%]	[40-50%]
Opérateurs alternatifs	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]

Figure 38. Segment résidentiel – Répartition des lignes internet haut débit vendues, par groupe (Q4 2022)