

# INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Marché belge des télécoms : La fidélité à la marque transcende les différences générationnelles

**Bruxelles, le 5 février 2026. L'étude annuelle de l'IBPT sur la perception du marché belge des télécommunications par les consommateurs révèle une expérience très différente selon les générations. Non seulement le modèle classique (avec la télévision par décodeur, les SMS et la téléphonie fixe) résiste face aux services émergents comme les appels via apps largement adoptés par les jeunes consommateurs, mais il apparaît également qu'il existe des variations significatives dans les scores de satisfaction, l'assertivité vis-à-vis de l'opérateur... Une constante : les répondants ne sont pas enclins à changer de plan tarifaire ou d'opérateur, malgré les moyens mis à leur disposition pour faciliter cette démarche. Il apparaît également que les droits des consommateurs sont insuffisamment connus.**

Comme chaque année, l'IBPT a interrogé les consommateurs belges sur leur perception du marché des télécommunications, toutes générations confondues.

L'étude montre que les applications de chat vidéo, telles que WhatsApp et FaceTime, sont de plus en plus utilisées pour passer des appels, principalement en tant que service complémentaire pour l'instant. Pour les 18 à 34 ans et les 35 à 54 ans, c'est le cas pour 9 répondants sur 10, mais les plus de 55 ans en particulier restent attachés à la téléphonie fixe. En ce qui concerne la télévision, nous constatons également une transition vers l'utilisation d'applications, bien que moins prononcée : plus de 8 personnes sur 10 âgées de 55 ans et + indiquent préférer regarder la télévision en format numérique tandis que, chez les 18-34 ans, ce chiffre est inférieur à 40%. La fibre optique ne convainc pas encore tous les consommateurs : près d'un répondant sur dix a refusé l'offre parce qu'ils sont satisfaits du service actuel – ce qui est principalement la motivation des utilisateurs plus âgés, mais aussi par crainte de coûts élevés ou des travaux liés à l'installation.

Les services en ligne sont bien implantés. Ainsi, 70 % des répondants utilisent chaque jour les e-mails et chaque semaine les services bancaires en ligne. Cependant, l'espace client en ligne de l'opérateur de télécommunications doit se contenter d'un moins grand nombre de visiteurs. Il est essentiellement utilisé comme outil de gestion, par exemple pour le suivi de la consommation et la consultation des factures, bien que seuls 54 % des répondants vérifient leur facture (généralement payée par domiciliation) mensuellement. Des éléments importants de l'espace client ne sont cependant pas exploités. Près de deux tiers des consommateurs savent que le bouton Meilleurtarif de l'espace client permet d'effectuer une comparaison automatique des tarifs, mais seuls 4 répondants sur 10 savent qu'ils peuvent éventuellement y trouver leur profil moyen de consommation. Malgré le fait que les opérateurs aient apporté diverses modifications à leurs offres l'an dernier, 60 % des répondants pensent que leur plan n'a pas changé au cours de l'année écoulée à l'initiative de leur opérateur, ce qu'illustre également la faible consultation des factures et de l'espace client. Pour ceux à qui ces

changements n'ont pas échappé, cela n'a pas nécessairement été une raison pour changer de plan ; 71 % n'ont même pas réagi à un changement de prix.

Les générations plus âgées en particulier sont fidèles à leur opérateur de télécommunications, elles comparent aussi le moins les prix. Un peu plus d'un quart des répondants ont déclaré avoir déjà utilisé un simulateur tarifaire pour les télécommunications. Il s'agit principalement des 18-34 ans ; ce n'est le cas que d'une personne sur cinq chez les plus de 55 ans.

L'enquête montre également que les consommateurs sont sceptiques quant à la comparaison : l'avantage financier est la principale incitation à changer d'opérateur, mais il doit être suffisamment important. Pour 70 % des répondants, la motivation économique devient significative à partir d'une économie annuelle de 120 à 180 euros. Les comparaisons nationales de prix de l'IBPT montrent que de telles économies peuvent être réalisées, notamment en optant pour des solutions panachées plutôt que pour des offres groupées et en incluant également des marques alternatives dans la comparaison. 55 % des répondants déclarent avoir changé de plan tarifaire après les avoir comparés, mais les opérateurs alternatifs souffrent d'une relative méconnaissance de leur marque. Les packs restent la référence pour beaucoup, 86 % des participants en ont un, malgré une satisfaction modérée quant à leur prix. Environ une personne sur cinq a néanmoins résilié son pack après avoir effectué une comparaison tarifaire pour passer à des services achetés auprès de plusieurs opérateurs (solution panachée).

De même, la communication par l'opérateur du tarif le plus avantageux n'est pas nécessairement un incitant suffisant pour changer de plan tarifaire. 57 % ont déclaré ne jamais avoir reçu de notification à ce sujet de la part de leur opérateur, et seuls 4 % de ceux qui en ont reçu une ont accepté l'offre. Les répondants justifient ce faible pourcentage par la crainte de frais supplémentaires ou d'une obligation cachée, ou parce qu'elle ne leur semblait pas correspondre à leur profil de consommation.

Outre l'inertie et l'inattention, l'ignorance explique également pourquoi seuls 23 % et 26 % des personnes interrogées ont changé respectivement de fournisseur de téléphonie mobile ou fixe au cours des douze derniers mois. Non seulement le bouton Meilleurtarif est trop peu connu mais on constate également que moins de la moitié des répondants savent qu'un contrat à durée indéterminée peut être résilié à tout moment et sans motif, et environ la même proportion estime que l'adresse e-mail ne peut être conservée après la résiliation. Easy Switch, la procédure introduite par le législateur pour faciliter le changement d'opérateur fixe a été utilisée par 54 % des répondants ayant changé d'opérateur fixe. Cela ne se déroule toutefois pas toujours sans problème : un tiers a signalé un problème technique avec le code d'identification unique, et d'autres problèmes techniques (par ex. une interruption prématurée du service précédent) et administratifs (double facturation) ont également été signalés.

Parmi les personnes sondées ayant eu un problème avec leur opérateur au cours des 12 derniers mois (28%), pour 53 % des répondants cela concernait un problème de connexion : interruptions du signal, lenteur ou couverture insuffisante. En règle générale, ceux qui rencontrent des problèmes réagissent : 81 % des répondants ont pris des mesures auprès de leur opérateur et, pour 39 % d'entre eux, cela a également permis de résoudre le problème dès le premier contact. Les plus de 55 ans se montrent plus indulgents à l'égard du service client, alors que plus d'un quart des jeunes générations (18-34 ans) ont été critiques à son égard.

Depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2024, les utilisateurs finaux dont le service de télécommunications (Internet, télévision, téléphonie mobile ou fixe) a été complètement interrompu pendant une durée d'au moins 8 heures d'affilée ont droit à une compensation de la part de leur opérateur de télécommunications. Cependant, seule la moitié des personnes interrogées savaient que cela était possible et connaissaient les démarches à effectuer ; à peine 23% de celles qui ont déclaré avoir subi une interruption ont obtenu une compensation.

Liens utiles :

- [Simulateur tarifaire](#)
- [Comparaison nationale 2025 – Fixe et convergent](#)
- [Comparaison nationale 2025 – Mobile](#)
- [Liste des opérateurs mobiles](#)
- [Liste des opérateurs fixes et convergents](#)

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**

