

**Communication du Conseil de l'IBPT
du 24 mai 2024
concernant l'évolution du prix des services de
télécommunications mobiles standalone au cours des
cinq dernières années (2019-2024)**

1. Executive summary

1. Dans l'ensemble, le marché des services mobiles standalone a connu une tendance positive pour les consommateurs au cours des cinq dernières années. La concurrence plus forte que dans le segment fixe, la demande croissante des consommateurs pour des services contenant davantage de données mobiles et la tendance aux offres groupées ont stimulé le secteur. En outre, le lancement imminent du quatrième opérateur de réseau, Digi, a incité les autres opérateurs mobiles à anticiper cette arrivée en créant (hey! pour Orange) ou en développant davantage (Scarlet et Mobile Vikings pour Proximus) des marques secondaires pratiquant des prix attractifs. Il est possible que le lancement effectif des plans tarifaires de Digi stimule encore davantage la dynamique concurrentielle.

2. L'IBPT a étudié l'évolution des prix des abonnements mobiles entre janvier 2019 et janvier 2024 pour dix profils de consommateurs. Deux tendances ressortent principalement de cette étude :
 - 1.1. L'émergence d'abonnements comprenant de grands volumes de données mobiles. Avant 2019, le plus grand forfait de données sans limitation de vitesse proposé dans le cadre d'un abonnement mobile standalone comprenait 20 GB, même pour ceux qui étaient annoncés comme « illimités » à l'époque. Aujourd'hui, pratiquement toutes les marques proposent au moins un abonnement comprenant beaucoup plus de données mobiles, avec des forfaits pouvant aller jusqu'à 300 GB.

 - 1.2. Pour les consommateurs qui souhaitent disposer de plus de 5 GB, l'on observe depuis 2021 une baisse prononcée du montant minimum à déboursier. En revanche, pour les besoins limités en données jusqu'à 5 GB inclus, le montant minimum à payer a stagné.

3. La figure ci-dessous montre l'évolution du montant mensuel minimum qu'un consommateur doit payer pour répondre à différents besoins mobiles et illustre les tendances susmentionnées.¹

¹ Un aperçu des marques incluses dans cette étude se trouve à Annexe 3Annexe 3.

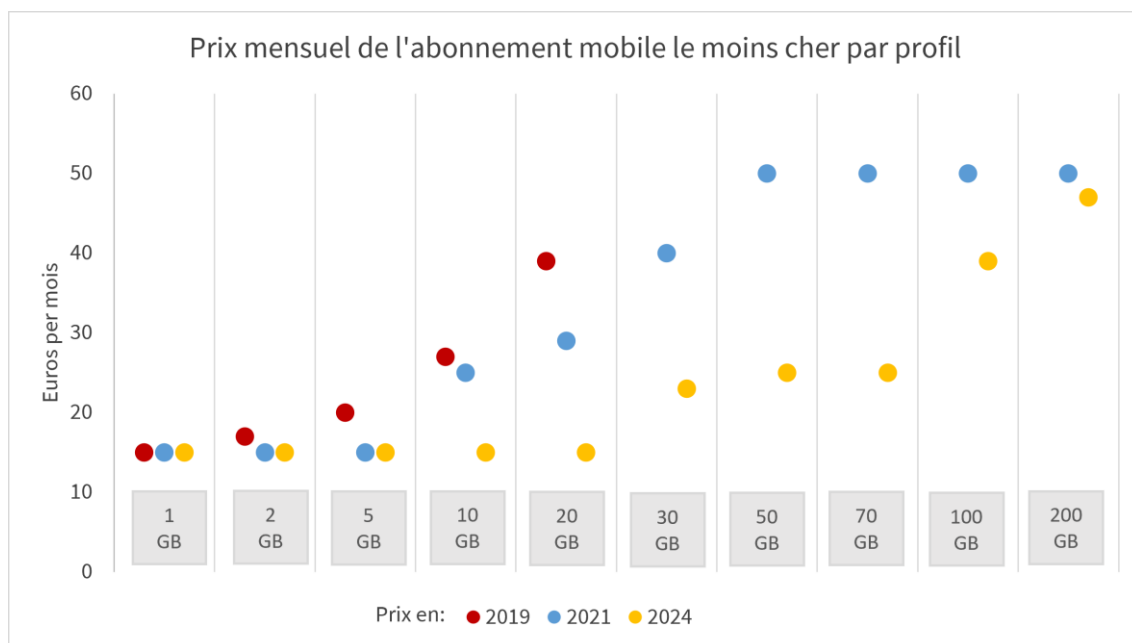


Figure 1. Évolution du prix mensuel de l'abonnement mobile standalone le moins cher qui répond aux besoins mobiles considérés (les besoins voix sont fixés à 1000 minutes d'appel pour chaque profil).

4. Malgré cette évolution positive (forte baisse des montants minimum à payer pour de hauts volumes de données et, au pire, stabilité de ces montants pour les volumes peu élevés), l'étude internationale des prix de l'IBPT de décembre 2023 montre que la Belgique est un pays plutôt cher par rapport à ses voisins, surtout pour les volumes de données les plus petits et les plus élevés.²
5. Outre l'anticipation par les grands opérateurs de l'arrivée de Digi, plusieurs autres facteurs ont contribué à l'évolution généralement favorable du point de vue des consommateurs. Il s'agit notamment de la stratégie du « plus pour plus » des marques, de l'impact des MVNO qui exercent une certaine pression sur les opérateurs de réseau et de la clarté apportée concernant le concept d'« internet mobile illimité ». Ces facteurs seront explicités à la section 4 de ce rapport.

² [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 \[Tarifs d'octobre 2023\] | IBPT](#)

2. Besoins limités en données (≤ 10 GB)

6. La dynamique des prix des abonnements mobiles standalone diffère sensiblement entre le segment des besoins en données limités (≤ 10 GB), d'une part, et le segment des besoins en données moyens à très élevés (> 10 GB), d'autre part³. Ce premier volet se concentre sur les besoins limités en données.
7. La Figure 2 montre une stagnation des prix minimums entre 2021 et 2024 pour des **besoins en données jusqu'à 5 GB inclus**. Le montant minimum qu'un consommateur ayant besoin de 10 GB de données doit payer au minimum a en revanche considérablement baissé.

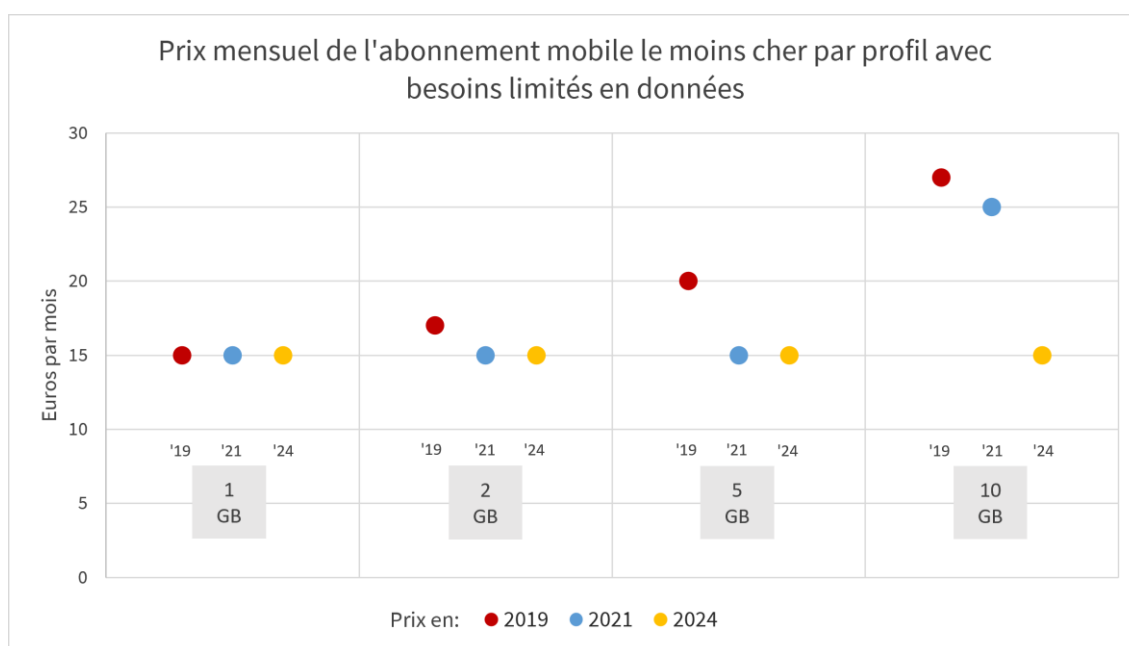


Figure 2. Évolution du coût mensuel de l'abonnement mobile standalone le moins cher qui répond aux besoins limités en données considérés (les besoins voix sont fixés à 1000 minutes d'appel pour chaque profil).

8. La stagnation des montants minimums à payer pour les besoins en données jusqu'à 5 GB inclus masque toutefois le fait qu'il y a eu moins de variations entre les prix des différentes marques au cours des cinq dernières années, comme l'illustre la Figure 3. Cette figure montre en effet que les prix de toutes les marques sont plus proches les uns des autres en 2024 qu'auparavant. En outre, cette figure montre qu'en janvier 2019, la solution la moins chère du marché pour ces profils n'était disponible que chez une seule des marques étudiées, alors qu'en 2024, elle l'est chez trois d'entre elles.

³ Dans cette étude, les besoins en données « limités », « moyens » et « très élevés » représentent des limites de données de respectivement ≤ 10 GB, entre 10 et 100 GB et ≥ 100 GB par mois.

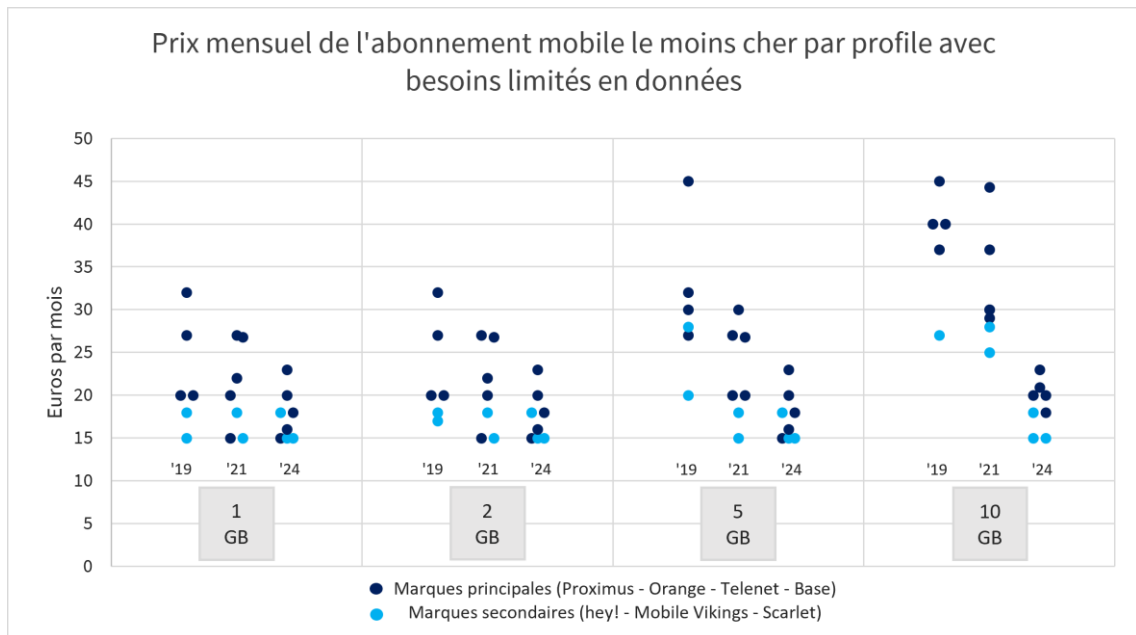


Figure 3. Évolution du coût mensuel de l'abonnement mobile standalone le moins cher, par type de marque, qui répond aux besoins limités en données considérés (les besoins voix sont fixés à 1000 minutes d'appel pour chaque profil).

9. La Figure 3 met également en évidence une autre tendance du marché : la **stratégie du « plus pour plus »**, selon laquelle les opérateurs combinent généralement simultanément hausse de prix et hausse de data. En effet, contrairement à ce que les graphiques ci-dessus pourraient intuitivement laisser penser, **les prix des abonnements mobiles existants baissent rarement** : ce qui change, en revanche, ce sont les volumes de données et/ou les minutes d'appel et le nombre de SMS qu'ils comprennent, qui répondent par conséquent souvent davantage à des besoins data élevés. Outre la mise à jour des abonnements existants, les marques introduisent également de nouveaux abonnements ou réorganisent leur gamme existante.
10. La Figure 3 montre également que, en janvier 2019, presque toutes les marques satisfaisaient aux exigences minimales par profil considéré avec des abonnements différents (il existait donc une offre différenciée dans le segment ≤ 10 GB). En janvier 2024, cependant, six des huit marques proposent le même abonnement comme option la moins chère pour chacun des quatre profils différents⁴. A nouveau, la dynamique du « plus pour plus » est donc avantageuse pour les utilisateurs dont la consommation de données continue d'augmenter, mais ne l'est pas nécessairement pour les consommateurs dont les besoins en données n'augmentent pas, ou peu. En effet, après la mise à jour, leur abonnement comprend plus de données mobiles que ce dont ils ont besoin.
11. La stagnation des montants minimums à payer pour des besoins en données jusqu'à 5 GB inclus entre 2021 et 2024 (voir la Figure 2) a entraîné une détérioration de la position de la Belgique par rapport à ses voisins en termes de téléphonie mobile standalone pour ce segment du marché, comme le montrent les études internationales des prix de l'IBPT

⁴ Le montant à payer pour satisfaire aux besoins de « 10 GB, 1 000 minutes et 200 SMS » est le même que celui pour satisfaire aux besoins de « 1 GB, 1 000 minutes et 200 SMS », comme le montre la Figure 3.

publiées en décembre 2022⁵ et 2023⁶. Si notre pays a longtemps été dans la moyenne pour ce genre de besoins, il est en revanche aujourd'hui nettement plus cher que ses voisins, chez qui ce montant minimum à payer a généralement continué à baisser. La position de la Belgique par rapport à ses voisins en 2023 est illustrée à la Figure 4.

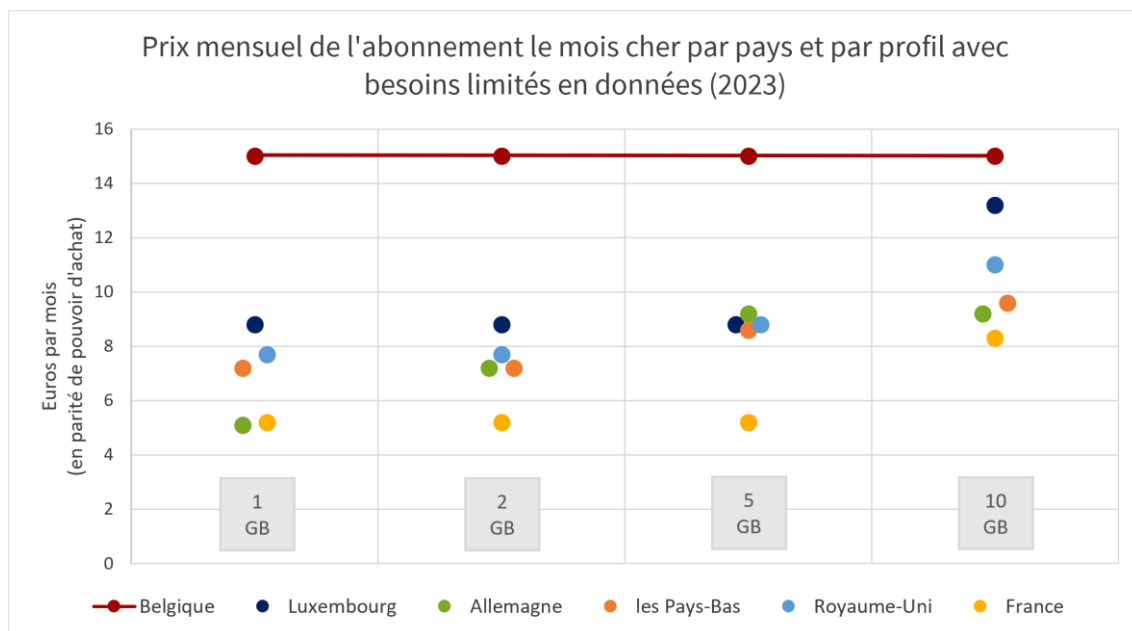


Figure 4. Coût mensuel par pays (en parité de pouvoir d'achat) de l'abonnement mobile standalone le moins cher qui répond aux besoins limités en données considérés (2023).

⁵ [Communication de l'IBPT du 14 décembre 2022 concernant l'étude comparative des prix des services de télécommunications en Belgique et dans les pays voisins \[Tarifs d'octobre 2022\] | IBPT](#)

⁶ [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](#)

3. Besoins en données moyens à très élevés (> 10 GB)

12. Comme le montre la figure 5, l'introduction d'abonnements avec des volumes supérieurs à 20 GB est une des tendances les plus notables du marché au cours des cinq dernières années. Depuis 2021, une baisse significative des prix minimums est en outre observée pour les six profils étudiés.

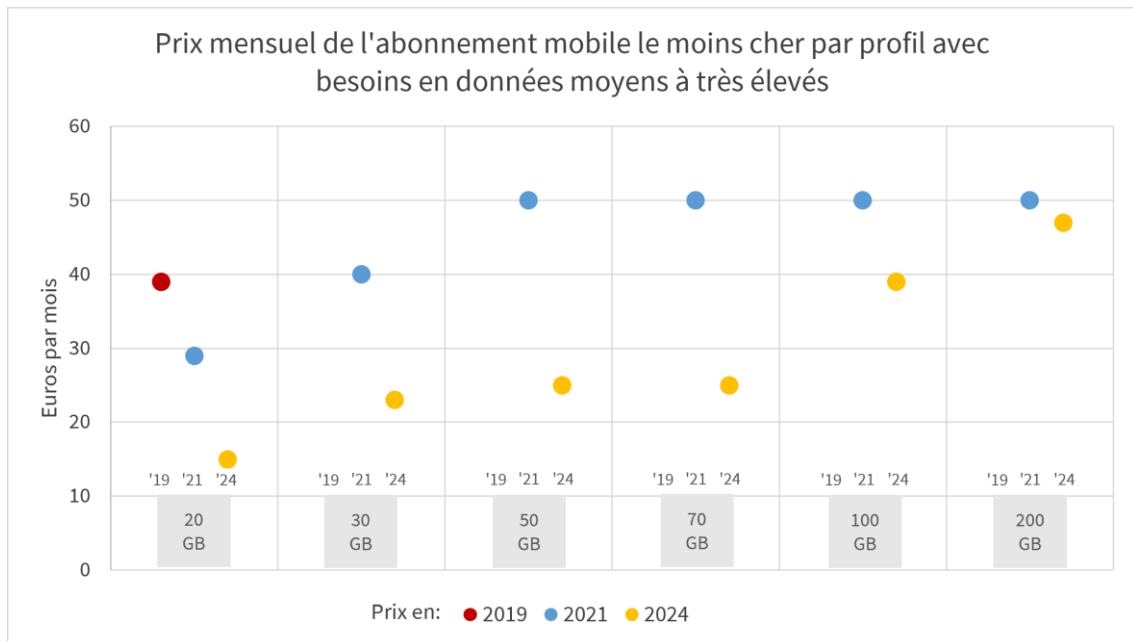


Figure 5. Évolution du coût mensuel de l'abonnement mobile standalone le moins cher qui répond aux besoins en données moyens à très élevés considérés.

13. Les prix pratiqués par les marques pour les volumes de données moyens et très élevés sont toutefois loin d'être uniformes pour les différents profils de consommateurs, comme l'illustre la Figure 6.⁷ En outre, des différences majeures peuvent être observées entre les marques secondaires (Scarlet, Mobile Vikings et hey!, qui représentent 15 à 20 % du marché) et les marques principales des opérateurs (Proximus, Orange, VOO, Telenet et BASE, qui, ensemble, desservent 80 à 85 % du marché mobile standalone).

⁷ Cela s'explique en partie par le fait que les marques ne proposent pas toujours un abonnement qui réponde exactement aux besoins minimaux en données des profils étudiés, ce qui signifie que certaines solutions, par exemple, incluent plus de données mobiles que ce qui est strictement nécessaire. En outre, les prix varient considérablement d'une marque à l'autre.

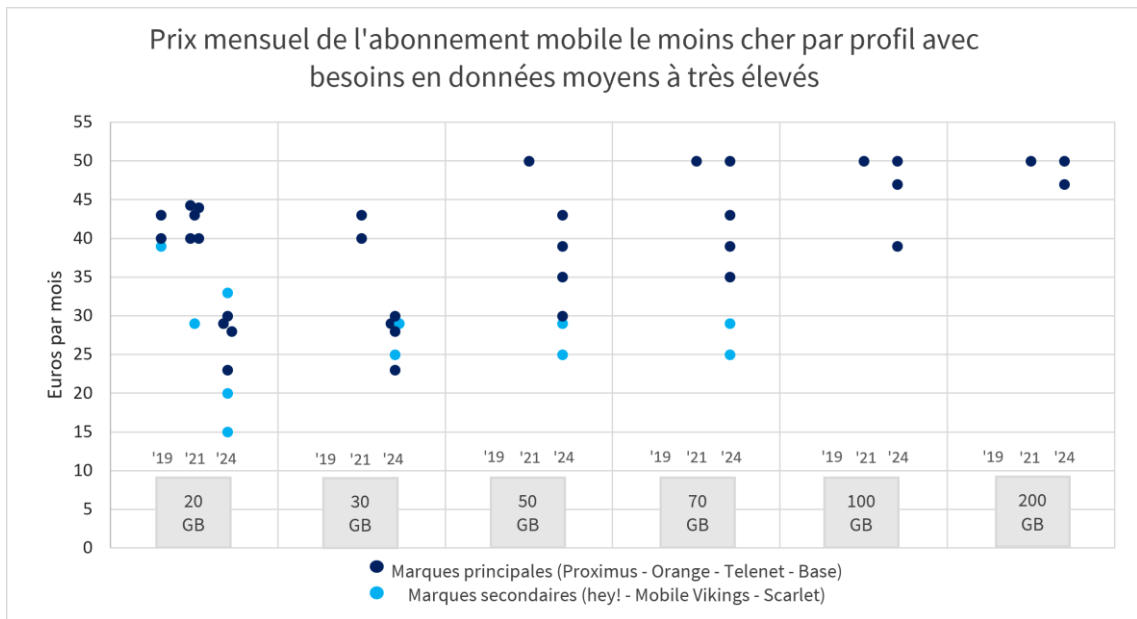


Figure 6. Évolution du coût mensuel de l'abonnement mobile standalone le moins cher, par marque, qui répond aux besoins en données moyens à très élevés considérés.

14. Parmi les marques secondaires, l'on note en outre l'absence d'abonnements pour des **besoins en données très élevés (≥ 100 GB)**. Comme on peut le voir à la Figure 7, en janvier 2024, seules trois marques proposent des abonnements répondant à des besoins de 100 GB, et deux marques à peine proposent une solution pour des besoins de 200 GB, contre huit pour ce qui concerne les besoins en données limités et moyens.

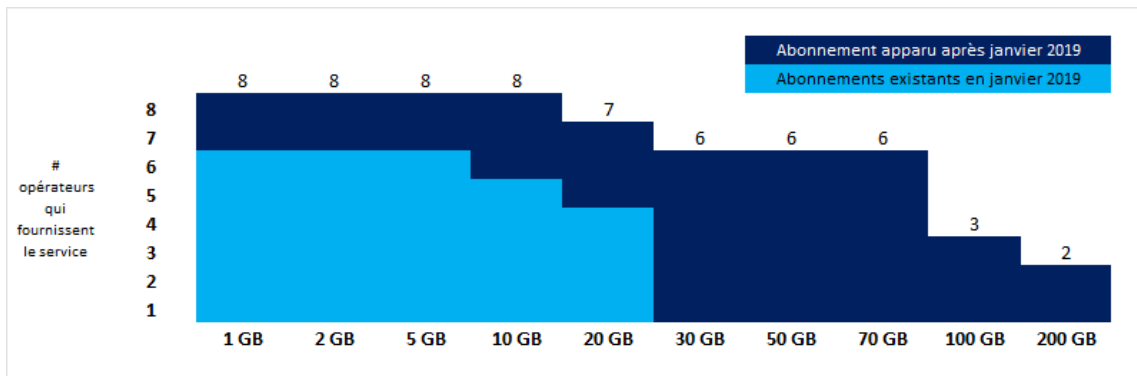


Figure 7. Nombre de marques proposant un abonnement répondant aux besoins en données considérés.

15. L'introduction d'abonnements avec des volumes de données supérieurs à 20 GB a eu un impact significatif sur la position de la Belgique par rapport à ses voisins pour ce segment du marché. Comme le montre l'étude internationale des prix publiée par l'IBPT en 2023, la Belgique, qui a longtemps été à la traîne en termes de volume de données mobiles⁸, se situe aujourd'hui à un niveau qui, tout en restant loin de ses voisins les moins chers, est moins cher que plusieurs autres⁹. Néanmoins, en raison d'une concurrence limitée dans le

⁸ [Communication de l'IBPT du 14 décembre 2022 concernant l'étude comparative des prix des services de télécommunications en Belgique et dans les pays voisins \[Tarifs d'octobre 2022\] | IBPT](#)

⁹ [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](#)

segment des besoins très élevés, la Belgique reste nettement plus chère pour les volumes de données supérieurs à 100 GB, comme le montre la Figure 8.

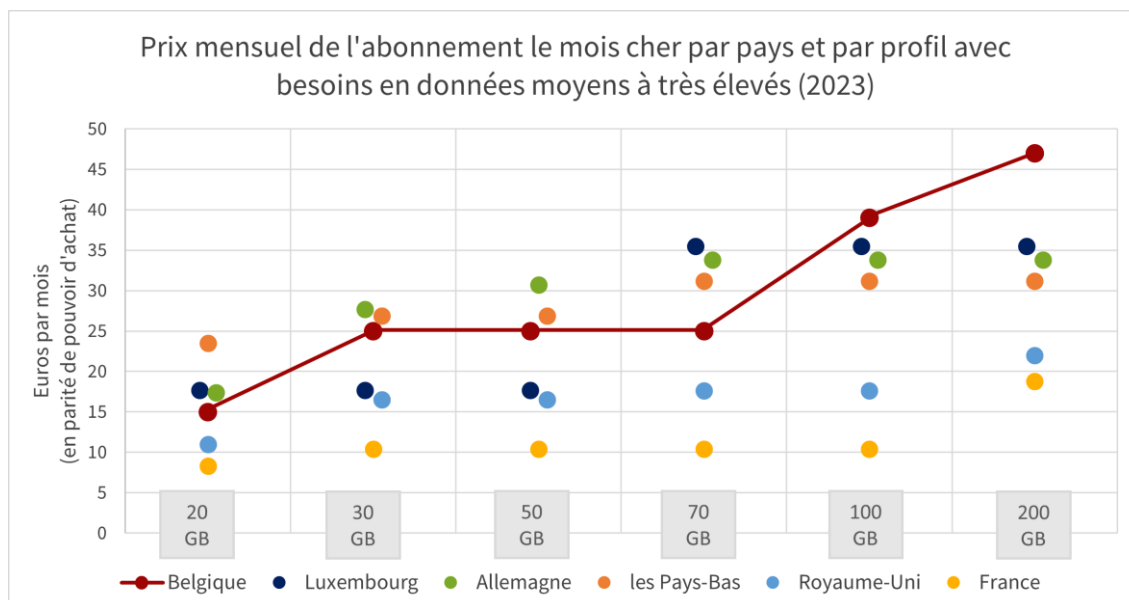


Figure 8. Coût mensuel par pays (en parité de pouvoir d'achat) de l'abonnement mobile standalone le moins cher qui répond aux besoins en données moyens à très élevés considérés (2023).

4. Facteurs explicatifs

16. Les principaux facteurs qui ont contribué à l'évolution globalement favorable pour les consommateurs sont les suivants :
- 16.1. **La stratégie du « plus pour plus » des offres groupées s'est étendue aux abonnements mobiles standalone :** afin de conserver leur clientèle¹⁰, les marques combinant des services fixes (Internet à large bande, télévision, téléphonie fixe) et mobiles ont fortement augmenté les volumes de données mobiles compris dans leurs offres groupées. Ces augmentations se sont répercutées (au moins partiellement) sur les abonnements mobiles standalone proposés par ces marques.
 - 16.2. **Les opérateurs établis anticipent l'arrivée de Digi :** le futur quatrième opérateur de réseau¹¹ a annoncé qu'il lancerait des offres mobiles à des prix avantageux à l'été 2024. Les opérateurs établis ont anticipé cette arrivée en adaptant leurs offres, tant celles de leurs marques principales qu'en lançant (hey! pour le groupe Orange Belgium) ou en renouvelant (Mobile Vikings et Scarlet pour le groupe Proximus) leurs marques secondaires.
 - 16.3. **L'impact des MVNO :** bien que leur part de marché soit modeste (moins de 5 %), les MVNO continuent d'exercer une certaine pression sur les grands opérateurs de réseau¹². Au cours des cinq dernières années, plusieurs nouveaux MVNO ont fait leur entrée sur le marché belge, parmi lesquels Youfone¹³, Neibo, FASTfiber, Undo et Mega, en plus des acteurs déjà établis tels que edpnet, Lycamobile, Carrefour Mobile, etc. Bien qu'ils se soient d'abord concentrés sur des plans tarifaires avec des volumes de données limités, ces marques proposent aujourd'hui de plus en plus d'offres avec des volumes de données importants.
 - 16.4. **Précisions concernant l'internet mobile illimité :** jusqu'à la mi-2022, presque toutes les marques proposaient des abonnements mobiles annoncés comme « illimités ». Cependant, dans de nombreux cas, la limite réelle se situait entre 20 et 40 GB, après quoi les vitesses ralentissaient fortement. En 2022, l'IBPT a publié des lignes directrices pour clarifier qu'il ne peut être question de données illimitées qu'à partir d'un seuil minimal de 300 GB¹⁴. Ce choix clair pour les consommateurs a contribué à la dynamique positive, avec l'émergence d'offres élargies dans le segment des besoins en données très élevés.

¹⁰ Le taux d'attrition (« churn ») se situe entre 5 et 10 % pour les offres groupées triple et quadruple play (3P et 4P), et atteint presque 20 % pour les services double play (2P) et single play (1P).

¹¹ Digi Belgium (fruit de la collaboration entre Digi Communications et Citymesh) a obtenu les licences pour déployer un réseau de téléphonie mobile en Belgique en juin 2022. Le nouvel opérateur a annoncé son intention de lancer ses premières offres commerciales au cours du second semestre de 2024.

¹² Un opérateur de réseau mobile virtuel (*Mobile Virtual Network Operator* ou MVNO) est un opérateur qui offre des services de téléphonie mobile sans posséder son propre réseau physique. Il utilise plutôt le réseau d'un opérateur de réseau mobile (MNO) existant, tel que Proximus, Telenet ou Orange. Digi deviendra le quatrième opérateur de réseau mobile belge à l'été 2024.

¹³ Youfone a changé de nom et s'appelle « yoin » depuis le 15 avril 2024.

¹⁴ [Communication du 21 février 2022 concernant les lignes directrices sur l'offre d'internet « illimité » | IBPT](#)

5. Options pour les consommateurs

17. Plusieurs options s'offrent aux consommateurs pour réduire leur facture de téléphonie mobile.
18. **Connaître ses besoins.** Il s'agit d'une étape fondamentale : déterminez les services dont vous avez besoin et l'usage que vous en faites. Combien de données mobiles ? Combien de minutes d'appel ? Combien de SMS ? Si les réponses à certaines de ces questions relèvent d'un choix purement personnel, d'autres peuvent être objectivées par l'analyse de votre consommation, disponible dans votre espace personnel sur le site Internet de votre opérateur.
19. **Connaître son environnement télécom.** Quels réseaux offrent la meilleure couverture dans les zones où le consommateur se rend régulièrement ? Quel opérateur utilise quel réseau ? Avec quelle qualité de service ? Autant de questions qui peuvent s'avérer importantes lors du choix d'un fournisseur de services de télécommunications. À cet égard, l'IBPT met à la disposition des consommateurs un ensemble d'outils pour les aider à faire ce choix :
 - i. La liste des [opérateurs et des réseaux qu'ils utilisent](#).
 - ii. Des [cartes de couverture](#) pour savoir quels opérateurs sont disponibles à l'endroit où vous vous connectez.
 - iii. Un [baromètre de qualité](#) avec différents indicateurs qui vous permettent de mieux comprendre la qualité du service opérationnel des opérateurs.
20. Quant au prix, il faut **comparer, comparer, comparer**. Pour ce faire, l'IBPT a créé le simulateur gratuit [meilleurtarif.be](#). Cet outil, régulièrement mis à jour, présente les différents plans tarifaires de manière neutre, transparente et complète. L'IBPT publie également régulièrement des études comparatives tant sur les tarifs des services [mobiles](#) que des services [fixes et convergents](#).
21. Pour aider le consommateur à optimiser le choix de son abonnement¹⁵, les opérateurs doivent l'informer annuellement du plan tarifaire le plus avantageux en fonction de sa consommation. Ces informations doivent être claires et accessibles sur un support durable (par exemple sur la facture)¹⁶. En ajustant son plan tarifaire à ses besoins réels, le consommateur peut donc également réaliser des économies avec son opérateur actuel.
22. Par ailleurs, le consommateur peut choisir de changer d'opérateur mobile, généralement sans frais supplémentaires. Pour cela, il suffit de contacter le nouvel opérateur et, s'il souhaite conserver son numéro de téléphone, fournir les informations nécessaires pour la portabilité du numéro. Lors d'un changement vers un nouvel opérateur, le consommateur peut éventuellement bénéficier de promotions offertes aux nouveaux clients.

¹⁵ Voir la Loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques, article 109.

¹⁶ La notion de support durable est définie dans l'article I. 1, 15° du code de droit économique.

6. Conclusion

23. L'IBPT a étudié pour dix profils de consommateurs le coût de l'abonnement le moins cher répondant à leurs besoins en janvier 2019, 2021 et 2024.
24. Dans l'ensemble, le marché des services mobiles standalone a connu une tendance positive pour les consommateurs depuis 2019.
 - 24.1. En ce qui concerne les **besoins limités en données (≤ 10 GB)**, on observe, depuis 2021, une stagnation du montant minimum à payer pour les volumes de données allant jusqu'à 5 GB inclus. Cette stagnation s'accompagne toutefois d'une diminution de la variation des prix entre les marques : en 2019, l'offre la moins chère était en effet proposée par une seule marque, tandis qu'en janvier 2024, trois marques proposent le même tarif le moins cher. Le choix des consommateurs s'est donc élargi. Pour les consommateurs qui souhaitent disposer d'au moins 10 GB, on observe en revanche une baisse prononcée du montant minimum à payer depuis 2021.
 - 24.2. Concernant les **besoins en données moyens (> 10 GB)** et **très élevés (≥ 100 GB)**, l'on note surtout l'introduction d'abonnements avec des volumes de données supérieurs à 20 GB, qui n'étaient pas encore proposés en 2019. Depuis 2021, une baisse significative des prix minimums a été observée pour ces besoins en données. Toutefois, les prix varient encore considérablement d'une marque à l'autre et les offres d'abonnements avec plus de 100 GB ne sont encore proposées que par un nombre restreints d'acteurs aujourd'hui.
25. Néanmoins, l'étude internationale des prix de l'IBPT de décembre 2023 montre que la Belgique reste nettement plus chère que ses voisins, tant pour les besoins en données limités que pour les besoins très élevés. En ce qui concerne les besoins en données moyens, la Belgique se situe dans la moyenne¹⁷.
26. Pour économiser de l'argent, le consommateur peut adapter son abonnement à ses besoins réels. En effet, les opérateurs sont tenus d'informer annuellement leurs abonnés sur le plan tarifaire le plus avantageux en fonction de leur consommation. De plus, le consommateur peut généralement changer d'opérateur gratuitement tout en conservant son numéro actuel. Via meilleurtarif.be, le comparateur de tarifs gratuit du BIPT, le consommateur peut trouver les plans tarifaires les plus avantageux selon sa consommation.

¹⁷ [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 \[Tarifs d'octobre 2023\] | IBPT](#)

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 utilisée dans le cadre de cette étude est identique à celle utilisée par l'IBPT dans ses comparaisons internationales de prix¹⁸. Les grandes lignes de cette méthodologie sont rappelées ici. Nous renvoyons à la comparaison internationale de décembre 2021 pour plus de détails à ce sujet.

- L'étude est basée sur la demande, c'est-à-dire sur les besoins en télécommunications mobiles que les différents types de consommateurs souhaitent 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 un minimum à satisfaire, c.-à-d. que toute solution répondant à ces besoins (même si elle inclut davantage de données mobiles, de minutes d'appel ou de SMS que nécessaire) est considérée comme acceptable pour le consommateur. Dans cette étude, ce dernier portera ensuite son choix sur l'offre au prix le plus bas parmi toutes les options. Les services mobiles considérés sont des abonnements postpayés hors offres groupées (« standalone »).
- Les profils de consommateurs utilisés dans cette étude ont des besoins mensuels en données différents, allant de 1 à 200 GB de données mobiles. Tous les profils ont besoin d'au moins 1 000 minutes d'appel et d'au moins 200 SMS par mois.
- Les prix retenus pour effectuer les comparaisons sont les prix des offres les moins chères qui répondent au minimum aux besoins en télécommunications mobiles 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 de 10 GB de données mobiles, 1 000 minutes d'appel et 200 SMS, l'abonnement mobile le moins cher répondant au minimum à ce besoin sera examiné pour chaque marque étudiée. Ensuite, les solutions obtenues pour chaque marque seront comparées entre elles afin de déterminer laquelle est la moins chère.
- Les prix utilisés pour l'analyse sont les prix récurrents à long terme pratiqués pour les services considérés, c.-à-d. sans tenir compte d'éventuelles promotions temporaires.
- Les groupes d'opérateurs dont les offres ont été utilisées pour effectuer cette comparaison sont ceux disposant d'une part de marché mobile standalone de plus de 5 % (groupe Proximus, groupe Orange Belgium, groupe Telenet). Les principales marques secondaires de ces opérateurs (Scarlet, Mobile Vikings, hey!, Zuny¹⁹) font également partie du panel étudié.

¹⁸ Voir plus précisément : [Communication du 20 décembre 2021 concernant l'étude comparative des prix des services télécoms en Belgique et dans les pays voisins en 2021 | IBPT](#)

¹⁹ En ce qui concerne Zuny, le CEO d'Orange, Xavier Pichon, a annoncé en janvier 2024 que cette marque sera mise « en veille ».

Ses clients passeront à hey! dans le courant de 2024. (Orange et VOO entament les grandes manœuvres, L'Echo, 18 janvier 2024)

Annexe 2. Figures supplémentaires

observations effectuées au mois de janvier	1 GB	2 GB	5 GB	10 GB	20 GB	30 GB	50 GB	70 GB	100 GB	200 GB
2021 vs. 2019	0%	-12%	-25%	-7%	-26%	-	-	-	-	-
2024 vs. 2019	0%	-12%	-25%	-44%	-62%	-	-	-	-	-
2024 vs. 2021	0%	0%	0%	-40%	-48%	-43%	-50%	-50%	-22%	-6%

Figure 9. Évolution du coût mensuel de l'abonnement mobile standalone le moins cher répondant aux besoins mobiles considérés (%).

observations effectuées au mois de janvier	1 GB	2 GB	5 GB	10 GB	20 GB	30 GB	50 GB	70 GB	100 GB	200 GB
2021 vs. 2019	0,0	-2,0	-5,0	-2,0	-10,0	-	-	-	-	-
2024 vs. 2019	0,0	-2,0	-5,0	-12,0	-24,0	-	-	-	-	-
2024 vs. 2021	0,0	0,0	0,0	-10,0	-14,0	-17,0	-25,0	-25,0	-11,0	-3,0

Figure 10. Évolution du coût mensuel de l'abonnement mobile standalone le moins cher répondant aux besoins mobiles considérés (euros).

	1 GB	2 GB	5 GB	10 GB	20 GB	30 GB	50 GB	70 GB	100 GB	200 GB
Marque(s) la moins chère en janvier 2019	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	-	-	-	-	-
Marque(s) la moins chère en janvier 2021	M. Vikings Base	M. Vikings Base	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	Orange	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus
Marque(s) la moins chère en janvier 2024	M. Vikings Base hey!	M. Vikings Base hey!	M. Vikings Base hey!	M. Vikings hey!	hey!	Orange	hey!	hey!	Base	Orange

Figure 11. Les marques qui proposent l'abonnement mobile standalone le moins cher répondant aux besoins mobiles considérés en 2019, 2021 et 2024.

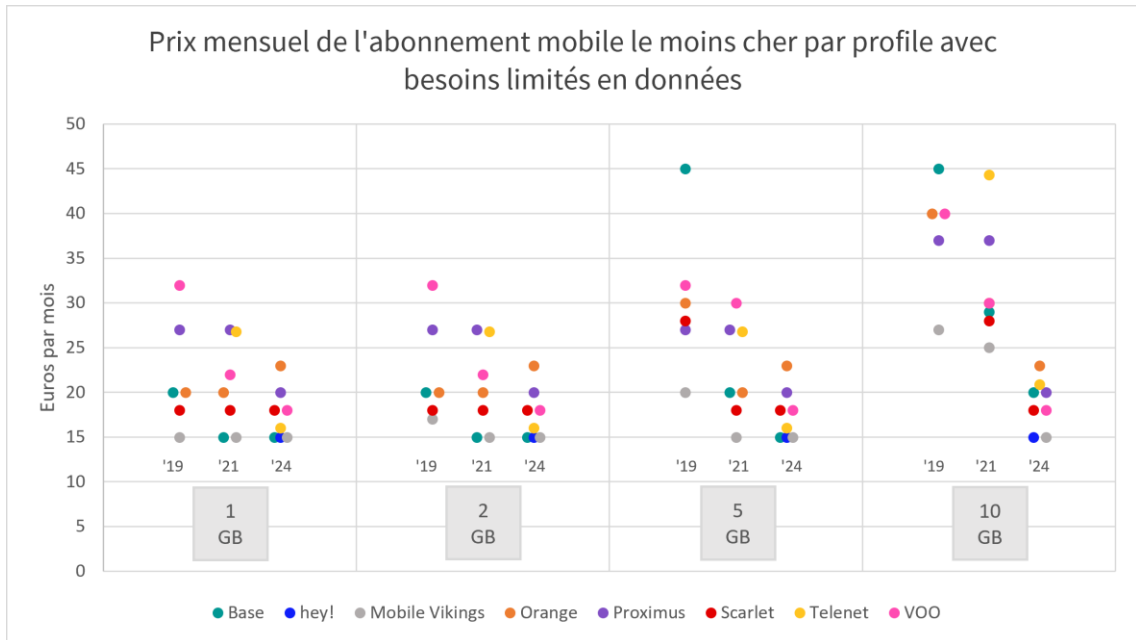


Figure 12. Évolution du coût mensuel de l'abonnement mobile standalone le moins cher, par marque, répondant aux besoins limités considérés (les besoins voix sont fixés à 1000 minutes d'appel pour chaque profil).

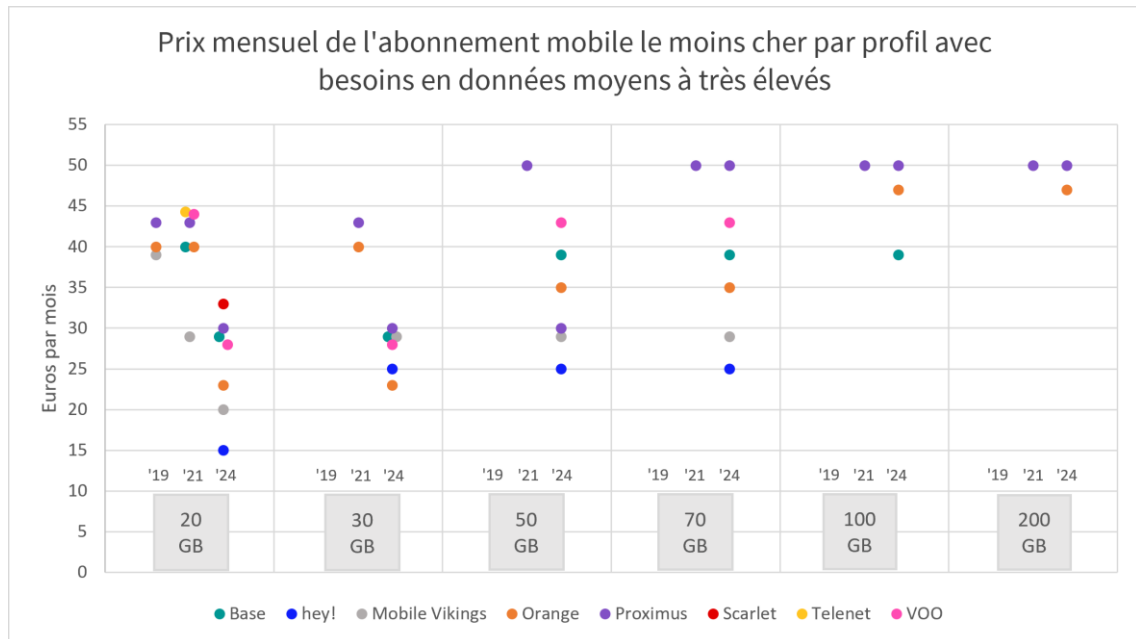


Figure 13. Évolution du coût mensuel de l'abonnement mobile standalone le moins cher, par marque, répondant aux besoins moyens à très élevés considérés.

Annexe 3. Parts de marché et répartition des cartes SIM postpayées (segment résidentiel)

<i>Segment résidentiel - cartes SIM postpayées standalone vendues, par volume de téléchargement disponible (2023 Q4).</i>	
≤ 2GB	[5-10%]
]2 – 5 GB]	[15-20%]
]5 – 10 GB]	[15-20%]
]10 – 20 GB]	[20-25%]
]20 – 50 GB]	[10-15%]
> 50 GB	[15-20%]

Figure 14. Segment résidentiel – répartition des cartes SIM postpayées standalone vendues, par volume de téléchargement disponible (2023 Q4).

<i>Segment résidentiel - cartes SIM postpayées standalone vendues, par type de marque (2023 Q4).</i>	
Marques principales	[80-85 %]
Marques secondaires et opérateurs alternatifs	[15-20 %]

Figure 15. Segment résidentiel – répartition des cartes SIM postpayées standalone vendues, par type de marque (2023 Q4).

<i>Segment résidentiel – cartes SIM postpayées standalone vendues (2023 Q4)</i>	
Groupe Proximus	[40-50 %]
Groupe Telenet	[10-20 %]
Groupe Orange Belgium	[30-40 %]
Opérateurs alternatifs	[0-5 %]

Figure 16. Segment résidentiel – répartition des cartes SIM postpayées standalone vendues, par groupe (2023 Q4).

<i>Groupe</i>	<i>Marques principales</i>	<i>Marques secondaires</i>
Proximus	Proximus	Scarlet, Mobile Vikings
Telenet	Telenet, BASE ²⁰	-
Orange Belgium	Orange, VOO	hey!, Zuny

Figure 17. Marques principales et marques secondaires étudiées des groupes d'opérateurs.²¹

²⁰ BASE constitue la plus grande partie de la clientèle mobile autonome du groupe Telenet et n'est pas considérée comme une marque secondaire sur le marché des services de télécommunications mobiles standalone.

²¹ Les offres des opérateurs alternatifs ont été exclues en raison de leur faible part de marché (moins de 5 %). Les opérateurs alternatifs fournissent des services de télécommunication, mais ne font pas partie des grands acteurs traditionnels bénéficiant d'une forte position dominante. Ils se concentrent souvent sur des niches spécifiques ou des services innovants et utilisent les réseaux mobiles des opérateurs établis, au lieu de posséder leur propre réseau. Des exemples incluent yoin, Neibo, FASTfiber, Undo et Mega.