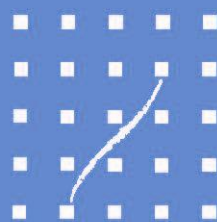




ENQUÊTE

SUR LA SITUATION DU MARCHÉ BELGE DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES DU POINT DE VUE DES UTILISATEURS

Données récoltées de fin mars à mi-juin 2012
Rapport réalisé pour :



IBPT

12 septembre 2012

Université catholique
de Louvain

UCL

Table des matières

Liste des graphiques	6
1. Introduction.....	12
1.1. Objectifs.....	12
1.2. Intervenants.....	13
1.3. Organisation de l'enquête.....	13
1.4. Structure du questionnaire	14
1.5. Processus de récolte des données	15
1.6. Nettoyage et validation des données	15
1.7. Taux de réponse	16
1.8. Représentativité de l'échantillon.....	16
1.9. Note méthodologique.....	18
2. Utilisation des télécommunications et choix des opérateurs.....	22
2.1. Equipements et services de télécommunications utilisés	22
2.2. Opérateurs de télécommunications concernés	27
2.3. Critères de choix d'un opérateur	31
2.4. Compare-t-on les offres avant de choisir un opérateur?.....	34
2.5. Sources d'information pour la comparaison des opérateurs.....	36
2.6. Conclusions sur l'utilisation des télécoms et les choix des opérateurs	39
3. Satisfaction, problèmes rencontrés et attitude en cas de problème	40
3.1. Degré de satisfaction par rapport aux services et aux prix.....	40
3.2. Confiance quant au respect des droits, à l'information et à la fiabilité de la facturation .	45
3.3. Les consommateurs ont-ils eu des problèmes avec leur(s) opérateur(s) au cours des 3 dernières années?	49
3.4. Types de problèmes rencontrés auprès des opérateurs.....	52
3.5. Les consommateurs qui ont eu des problèmes avec leur opérateur au cours des 3 dernières années ont-ils entrepris des démarches?.....	56
3.6. Types de démarches entreprises suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs	59
3.7. Raisons pour lesquelles aucune démarche n'a été entreprise suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs.....	61
3.8. Les consommateurs pensent-ils bénéficier de l'offre la moins chère du marché?	63

3.9.	Facilité de comparaison des services et des prix	65
3.10.	Consultation des sites de comparaison des coûts et des services	69
3.11.	Utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT.....	70
3.12.	Facilité d'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT.....	72
3.13.	Les consommateurs qui ont utilisé le simulateur tarifaire de l'IBPT ont-ils ensuite changé de plan tarifaire ou d'opérateur?.....	73
3.14.	Conclusions sur la satisfaction, les problèmes rencontrés et l'attitude en cas de problème	74
4.	Changements, comparaison et transparence des opérateurs	76
4.1.	Les consommateurs ont-ils changé d'opérateur au cours des 3 dernières années?.....	76
4.2.	Raisons pour n'avoir pas changé d'opérateur depuis 3 ans.....	79
4.3.	Raisons pour lesquelles les consommateurs ont changé d'opérateur au cours des 3 dernières années.	81
4.4.	Facilité de changer d'opérateur	84
4.5.	Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur.....	86
4.6.	Conclusions sur les changements, la comparaison et la transparence des opérateurs	88
5.	Information du consommateur	90
5.1.	Le consommateur est-il au courant de l'obligation de l'opérateur de proposer un tarif adapté au profil moyen de consommation?.....	90
5.2.	L'opérateur a-t-il proposé un tarif adapté au profil moyen de consommation?	92
5.3.	Le consommateur a-t-il déjà changé de plan tarifaire suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation?	94
5.4.	Raisons pour lesquelles le consommateur n'a pas changé de plan tarifaire suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation	95
5.5.	Sentiment d'être bien informé en ce qui concerne ses droits	98
5.6.	Le consommateur est-il au courant de la date de fin de ses contrats à durée déterminée? 99	
5.7.	Le consommateur sait-il identifier des numéros surtaxés?	101
5.8.	Le consommateur est-il au courant de la possibilité de conserver son numéro de téléphone quand on change d'opérateur?	102
5.9.	Le consommateur utilise-t-il un abonnement ou une carte prépayée?.....	104
5.10.	Le consommateur est-il au courant de la possibilité de conserver son numéro de GSM quand on change d'opérateur?	106
5.11.	Le consommateur sait-il quand il peut résilier son abonnement GSM sans frais?	107

5.12.	Le consommateur utilise-t-il un abonnement GSM à durée déterminée ou indéterminée?	109
5.13.	Le consommateur utilise-t-il l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur internet à domicile?.....	111
5.14.	Le consommateur sait-il qu'il peut conserver l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur internet à domicile lorsqu'il change d'opérateur?	113
5.15.	Vitesse de connexion correspondant à la vitesse annoncée	114
5.16.	Le consommateur sait-il quelle est la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter ses e-mails à domicile?	116
5.17.	Comment le consommateur a-t-il déterminé la vitesse de connexion dont il a besoin? 119	
5.18.	Information: conclusions.....	122
6.	Le Service universel.....	124
6.1.	Que consulte-t-on lorsque l'on cherche un numéro de téléphone?.....	124
6.2.	Fréquence d'utilisation des services de renseignements	129
6.3.	Fréquence de consultation des pages d'information des annuaires papier.....	130
6.4.	Est-il nécessaire de maintenir les annuaires papier?	131
6.5.	Utilisation des cabines téléphoniques	134
6.6.	Est-il nécessaire de maintenir les cabines téléphoniques?.....	136
6.7.	Connaissance des conditions d'accès au tarif social.....	139
6.8.	Personnes bénéficiaires du tarif social.....	142
6.9.	Le Service universel: conclusions	145
7.	Adaptations pour l'an prochain	146
7.1.	Modifications sur la forme	146
7.2.	Modifications sur le fond	146

Liste des graphiques

Graphe 1 : Équipements ou services de télécommunications utilisés.....	23
Graphe 2 : Équipements ou services de télécommunications utilisés par âge.....	24
Graphe 3 : Combinaisons d'équipements ou services de télécommunications utilisés.....	25
Graphe 4 : Combinaisons d'équipements ou services de télécommunications utilisés.....	26
Graphe 5 : Opérateurs de télécommunications.....	27
Graphe 6 : Opérateurs de télécommunications par Région.....	28
Graphe 7 : Combinaisons d'opérateurs de télécommunication.....	30
Graphe 8 : Critères de choix d'un opérateur.....	31
Graphe 9 : Critères de choix d'un opérateur par âge.....	32
Graphe 10 : Combinaisons de critères de choix d'un opérateur.....	33
Graphe 11 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs.....	34
Graphe 12 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs en fonction de la variable âge..	35
Graphe 13 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs en fonction de la variable Critères de choix de l'opérateur.....	36
Graphe 14 : Sources d'information pour la comparaison des opérateurs parmi ceux qui comparent	37
Graphe 15 : Combinaisons de sources d'information pour la comparaison des opérateurs parmi ceux qui comparent.....	38
Graphe 16 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs.....	41
Graphe 17 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs par âge.....	42
Graphe 18 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs par service.....	43
Graphe 19 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs par opérateur.....	44
Graphe 20 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits.....	45
Graphe 21 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par âge.....	46

Graphe 22 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par Région.....	47
Graphe 23 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par opérateur	48
Graphe 24 : Problèmes au cours des trois dernières années.....	49
Graphe 25 : Problèmes au cours des trois dernières années en fonction de la variable âge	50
Graphe 26 : Problèmes au cours des trois dernières années en fonction de la variable Région.....	50
Graphe 27 : Problèmes au cours des trois dernières années en fonction de la variable Service de télécommunication	51
Graphe 28 : Problèmes au cours des trois dernières années en fonction de la variable Opérateur de télécommunication	52
Graphe 29 : Problème(s) rencontré(s) avec les opérateurs parmi ceux qui ont eu un/des problème(s)	53
Graphe 30 : Problème(s) rencontré(s) avec les opérateurs parmi ceux qui ont eu un/des problème(s) par âge.....	54
Graphe 31 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation en fonction du fait d'avoir déjà rencontré ou non un problème de facture	55
Graphe 32 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) parmi ceux qui ont eu un/des problème(s)	56
Graphe 33 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) en fonction de la variable Région.....	57
Graphe 34 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) en fonction de la variable Cause du problème	58
Graphe 35 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) en fonction de la variable Opérateur de télécommunication.....	59
Graphe 36 : Démarches entreprises suite à un problème parmi ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et ont entrepris des démarches.....	60
Graphe 37 : Raison(s) de l'absence de démarche parmi ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et n'ont pas entrepris de démarche	61
Graphe 38 : Raison(s) de l'absence de démarche parmi ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et n'ont pas entrepris de démarche par âge	62
Graphe 39 : Bénéficie de l'offre la moins chère du marché.....	63

Graphe 40 : Bénéficie de l'offre la moins chère du marché en fonction de la variable âge	64
Graphe 41 : Bénéficie de l'offre la moins chère du marché en fonction de la variable Opérateur de télécommunication	65
Graphe 42 : Facilité de comparaison des prix et Facilité de comparaison des services	66
Graphe 43 : Facilité de comparaison des prix et Facilité de comparaison des services par âge	67
Graphe 44 : Facilité de comparaison des prix et facilité de comparaison des services par service utilisé	68
Graphe 45 : Fréquence de comparaison des coûts	69
Graphe 46 : Usage du simulateur tarifaire de l'IBPT	70
Graphe 47 : Usage du simulateur tarifaire de l'IBPT en fonction de la variable âge	71
Graphe 48 : Usage du simulateur tarifaire de l'IBPT en fonction de la variable Région	71
Graphe 49 : Pertinence des résultats et Facilité d'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT	72
Graphe 50 : Changement de plan tarifaire et/ou d'opérateur suite à l'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT parmi ceux qui ont utilisé le simulateur	73
Graphe 51 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années	76
Graphe 52 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en fonction de la variable âge	77
Graphe 53 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en fonction de la variable Service de télécommunications	78
Graphe 54 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en fonction de la variable Opérateur de télécommunications	79
Graphe 55 : Raisons pour n'avoir pas changé d'opérateur parmi ceux qui n'ont pas changé depuis 3 ans	80
Graphe 56 : Raisons pour avoir changé d'opérateur parmi ceux qui ont changé depuis 3 ans.....	82
Graphe 57 : Raisons pour avoir changé d'opérateur parmi ceux qui ont changé depuis 3 ans par âge	83
Graphe 58 : Facilité de changer d'opérateur.....	84
Graphe 59 : Facilité de changer d'opérateur par service utilisé	85
Graphe 60 : Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur	86
Graphe 61 : Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur par âge	87

Graphe 62 : L'opérateur tenu de proposer un plan tarifaire adapté au profil moyen de consommation	90
Graphe 63 : L'opérateur tenu de proposer un plan tarifaire adapté au profil moyen de consommation en fonction de la variable Région.....	91
Graphe 64 : L'opérateur a déjà de proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation.....	92
Graphe 65 : L'opérateur a déjà de proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation en fonction de la variable Région.....	93
Graphe 66 : L'opérateur a déjà de proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation en fonction de la variable Opérateur de télécommunications.....	93
Graphe 67 : Changement de plan tarifaire suite à une proposition basée sur le profil moyen de consommation parmi ceux qui ont reçu cette proposition	94
Graphe 68 : Changement de plan tarifaire suite à une proposition basée sur le profil moyen de consommation parmi ceux qui ont reçu cette proposition par opérateur	95
Graphe 69 : Raisons pour ne pas avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition adaptée au profil moyen de consommation.....	96
Graphe 70 : Raisons pour ne pas avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition adaptée au profil moyen de consommation.....	97
Graphe 71 : Sentiment d'être bien informé sur ses droits.....	98
Graphe 72 : Sentiment d'être bien informé sur ses droits par service utilisé.....	99
Graphe 73 : Date de fin de contrat.....	100
Graphe 74 : Numéros surtaxés.....	101
Graphe 75 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe	103
Graphe 76 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe en fonction de la variable âge.	104
Graphe 77 : Formule de téléphonie mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM	105
Graphe 78 : Formule de téléphonie mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM par âge	105
Graphe 79 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM	106
Graphe 80 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM par âge	107
Graphe 81 : Résiliation d'un abonnement mobile sans frais parmi ceux qui disposent d'un GSM	108

Graphe 82 : Résiliation d'un abonnement GSM sans frais	109
Graphe 83 : Type de contrat d'abonnement mobile parmi ceux qui disposent d'un mobile	110
Graphe 84 : Type de contrat d'abonnement mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM par âge....	110
Graphe 85 : Type de contrat d'abonnement mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM par Région	111
Graphe 86 : Utilisation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile	112
Graphe 87 : Utilisation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge	113
Graphe 88 : Conservation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile.....	114
Graphe 89 : La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée	115
Graphe 90 : La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée par Région.....	115
Graphe 91 : La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée par opérateur	116
Graphe 92 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et e-mail parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile	117
Graphe 93 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et e-mail parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge	118
Graphe 94 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et e-mail parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par sexe.....	118
Graphe 95 : Critères de détermination de la vitesse de connexion requise parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile	120
Graphe 96 : Critères de détermination de la vitesse de connexion requise parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge	121
Graphe 97 : Solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone.....	124
Graphe 98 : Combinaisons de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone.....	126
Graphe 99 : Solutions pour chercher un numéro.....	127
Graphe 100 : Analyse par âge des combinaisons de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone	128
Graphe 101 : Appel au service de renseignements ces 3 dernières années.....	129
Graphe 102 : Consultation des pages d'information des annuaires papier.....	130

Graphe 103 : Consultation des pages d'information des annuaires papier en fonction de la variable âge	131
Graphe 104 : Nécessité de maintenir les pages blanches.....	132
Graphe 105 : Nécessité de maintenir les pages blanches en fonction de la variable Solutions pour chercher un numéro.....	133
Graphe 106 : Nécessité de maintenir les pages blanches en fonction de la variable âge	134
Graphe 107 : Utilisation d'une cabine téléphonique durant les 3 dernières années	135
Graphe 108 : Utilisation d'une cabine téléphonique durant les 3 dernières années en fonction de la variable GSM ou Smartphone	135
Graphe 109 : Nécessité de garder des cabines téléphoniques	136
Graphe 110 : Nécessité de garder des cabines téléphoniques	137
Graphe 111 : Nécessité de garder des cabines téléphoniques en fonction de la variable Utilisation d'une cabine durant les 3 dernières années	138
Graphe 112 : Nécessité de garder des cabines téléphoniques en fonction de la variable Région	138
Graphe 113 : Conditions qui permettent de bénéficier du tarif social	139
Graphe 114 : Combinaisons de conditions permettant de bénéficier du tarif social	140
Graphe 115 : Analyse des combinaisons de conditions d'accès au tarif social en fonction de l'accès potentiel au tarif social.....	142
Graphe 116 : Bénéficie d'un tarif social	143
Graphe 117 : Bénéficie d'un tarif social en fonction de la variable Accès potentiel au tarif social (base: âge, revenu, personnes à charge)	144

1. Introduction

Dans le cadre de ses missions dans le domaine des télécommunications, aujourd'hui appelées communications électroniques, l'IBPT prend les dispositions nécessaires pour que le cadre réglementaire soit respecté, que la concurrence puisse se développer pleinement et équitablement, que certaines missions d'intérêt public soient remplies et que les intérêts du consommateur soient préservés.

En matière de promotion des intérêts des utilisateurs, les objectifs visés par le plan stratégique de l'IBPT pour la période 2011-2013 sont :

- de responsabiliser le consommateur ;
- de renforcer le bien-être des consommateurs du point de vue des prix, du choix, de la qualité, de la diversité, de l'accessibilité et de la sécurité ;
- de protéger efficacement les consommateurs contre les risques et les menaces graves qu'ils ne peuvent prévenir en tant que particuliers.

L'une des priorités pour mener cette stratégie à terme est l'amélioration du suivi des marchés de consommation et des politiques nationales en faveur des consommateurs.

Parvenir à comprendre les comportements des utilisateurs sur le marché belge des communications électroniques constitue donc une étape importante pour mettre en œuvre et adapter l'action de l'IBPT. Dans ce but, suite à l'appel d'offre G&N\YDL\2011\01, l'IBPT a désigné l'Université catholique de Louvain (UCL) pour la réalisation d'une enquête concernant la situation du marché belge des communications électroniques du point de vue des utilisateurs.

1.1. Objectifs

L'objectif de la surveillance du marché belge des communications du point de vue des utilisateurs est de collecter des données à partir d'une enquête effectuée sur un échantillon représentatif de la population belge.

Les questions générales auxquelles l'IBPT souhaite pouvoir répondre sur la base des données récoltées sont les suivantes :

- Comment se comportent les utilisateurs sur le marché belge des télécommunications et en particulier concernant le degré de participation des utilisateurs sur le marché, le changement d'opérateur, la comparaison des offres, le degré de satisfaction, etc. ?
- L'utilisateur belge a-t-il les outils nécessaires pour faire des choix informés en ce

qui concerne les services de communications électroniques ?

- Les utilisateurs sont-ils suffisamment informés quant aux possibilités offertes par le marché et quant à leurs droits?
- Quelles sont les variables sur lesquelles l'action de l'IBPT doit se concentrer en vue de rendre le marché plus « fluide » et de permettre aux utilisateurs d'avoir un marché qui fonctionne correctement en termes de prix, de choix et d'innovation ?
- Quel regard portent les utilisateurs belges sur l'action du régulateur en matière de protection du consommateur ?

Les données collectées concernent la population cible des individus âgés de 15 ans et plus, vivant dans un ménage privé et habitant en Belgique.

1.2. Intervenants

L'Université catholique de Louvain (UCL) a fait appel aux partenaires suivants pour mener à bien ce projet :

- Plateforme technologique de Support en Méthodologie et Calcul Statistique (SMCS, IMMAQ) de l'Université Catholique de Louvain (UCL).
 - Responsable : Bernadette Govaerts
 - Equipe : Céline Bugli, Cedric Taverne, Matthieu Van Pachterbeke, Christian Ritter.
 - Adresse : 20, Voie du Roman Pays - 1348 Louvain-La-Neuve
- Medi-Info SCRL
 - Responsable : Béatrice Danguy
 - Adresse : 10A, Rue Alphonse Collin - 1330 Rixensart

1.3. Organisation de l'enquête

L'enquête sera menée à trois reprises, successivement en mars 2012, en mars 2013 et mars 2014. Les données présentées dans ce rapport sont les résultats de la première vague d'envoi de questionnaires en mars 2012.

À la suite d'un tirage aléatoire au sein du Registre National des Personnes Physiques, 4905 personnes ont reçu un questionnaire (voir annexe 1) mis en forme pour une lecture optique. Celui-ci a été envoyé accompagné d'une enveloppe « port payé par le destinataire » pour le retour du questionnaire rempli au Registre National.

Afin d'améliorer le taux de réponse, un incitant (chèque Cadeau Pass Sodexo©) a été attribué par tirage au sort à un répondant sur 10. Pour participer à ce tirage au sort, les répondants qui le souhaitaient ont indiqué leurs coordonnées sur une feuille jointe « Participation au tirage » et

l'ont glissée dans l'enveloppe avec leur questionnaire complété. Cette feuille a été séparée du questionnaire dès l'ouverture des enveloppes sous le contrôle d'un fonctionnaire du Registre National. De la sorte, l'identité des participants ne pourra en aucun cas être reliée aux réponses.

1.4. Structure du questionnaire

Le questionnaire comporte 5 sections. Ces 5 sections sont précédées d'une série de questions sociodémographiques. Les réponses à ces questions sociodémographiques ont été récoltées d'une part, pour évaluer si elles influencent les attitudes et comportements des utilisateurs de télécommunications et, d'autre part, pour assurer la représentativité de l'échantillon. Les informations récoltées ont toutefois été limitées afin de garantir l'anonymat des participants.

La première section est dédiée à l'utilisation des équipements et services de télécommunications ainsi qu'au choix des opérateurs. Les critères et sources de comparaison qui ont guidé ce choix font également l'objet de questions.

La section suivante investigate la satisfaction et la confiance de l'utilisateur à l'égard de l'opérateur. Les éventuels problèmes rencontrés par les consommateurs, les démarches de résolution qu'ils ont entreprises et les raisons pour lesquelles de telles démarches ont été ou non engagées sont passés en revue. Cette section se termine par une série de questions à propos des comparaisons de prix et services entre opérateurs et de l'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT (www.meilleurtarif.be).

L'analyse des comportements de changement d'opérateur est le thème de la troisième section. Les raisons d'un changement ou non d'opérateur sont examinées, ainsi que l'impression de facilité du changement et les moyens d'augmenter cette facilité.

La quatrième section sonde la connaissance du consommateur quant aux droits qui le protègent, en particulier le droit de se voir proposer un plan tarifaire adapté. La section comprend aussi une série de questions spécifiques quant à l'utilisation du GSM et de l'internet à domicile.

Le questionnaire se clôture par une section dédiée aux connaissances du consommateur à propos de divers services dits de « service universel », principalement les renseignements, les annuaires téléphoniques, les cabines téléphoniques et le tarif social.

Les analyses seront reprises, dans ce rapport, en suivant chacun de ces 5 thèmes. Le questionnaire est repris en Annexe 1.

Pour uniformiser et accélérer le traitement des données, la plupart des questions sont fermées : la personne qui répond au questionnaire doit sélectionner une ou plusieurs possibilités parmi les choix qui lui sont proposés. Ce mode de réponse étant limité, une proposition *Autre* apparaît souvent. Si le participant opte pour cette proposition, il est invité à écrire sa réponse dans un espace prévu. L'investigation de ce type de réponses peut permettre des analyses ultérieures et plus spécifiques.

1.5. Processus de récolte des données

Sur base du plan de sondage décrit ci-après, 4905 questionnaires ont été envoyés entre le 26 mars et le 30 mars 2012. Une lettre de rappel a été envoyée le 15 mai 2012. Après réception de cette lettre, 50 personnes ont pris contact avec nous pour obtenir une nouvelle copie du questionnaire car elles avaient égaré l'original. Les derniers questionnaires remplis ont été réceptionnés le 14 juin 2012.

Les questionnaires remplis étaient à renvoyer dans une enveloppe préaffranchie au Registre National afin de garantir l'anonymat des participants au tirage de l'incitant. Environ 72% des répondants ont joint le bon de participation au tirage au sort du Cadeau Pass Sodexo®. Les services du Registre National ont sélectionné aléatoirement 1 participant sur 10 à la fin de la récolte des données. 94 répondants ont ainsi reçu un chèque cadeau Sodexo d'une valeur de 20€.

1.6. Nettoyage et validation des données

Après réception des 1298 questionnaires par le Registre National, ces questionnaires ont été scannés par lecture optique. Ensuite, un processus de nettoyage et validation des données a permis de valider 1262 questionnaires. En effet, lors du nettoyage des données, 34 questionnaires ont été complètement enlevés de la base de données car ils présentaient trop d'incohérences et/ou n'étaient pas suffisamment complétés. Ces questionnaires pouvant être une source de problème dans les analyses futures, nous avons préféré les retirer dès le départ.

Deux questionnaires supplémentaires ont été retirés car les répondants avaient remis le questionnaire en français et en néerlandais.

Les critères de validation qui ont été vérifiés sont les suivants :

1. Cohérence des questions filtres. Par exemple, la question 1.4, crée un filtre pour 1.5 : il faut vérifier si le répondant a coché « non » en 1.4 et une réponse en cohérence en 1.5 (et inversement).
2. Validité des réponses exclusives (du type « Ne sait pas », « Pas d'application », etc).
3. Validité des réponses « Autre » : Si le répondant a coché « Autre », nous avons vérifié que la réponse donnée n'était pas déjà présente dans la liste des propositions de réponse.
4. Vérification de questions-clés. Par exemple, 9 personnes n'ont pas répondu du tout à la question 1.1 : « *Quels équipements ou services de télécommunication utilisez-vous parmi les suivants ?* » Nous avons estimé que les autres questions du questionnaire ne permettent pas de déduire équitablement la présence/absence de chaque équipement. Nous avons donc exclu ces répondants.

5. Exclusion des questionnaires pour lesquels le répondant a coché presque toutes les réponses des questions avec plusieurs réponses possibles.
6. Exclusion des questionnaires pour lesquels le répondant n'a pas répondu à assez de questions.
7. Analyse longitudinale de chaque répondant : s'il y a trop d'incohérences, le questionnaire a été exclu.

Un rapport de validation détaillé est disponible sur demande.

1.7. Taux de réponse

Afin de garantir une marge d'erreur maximale de 5% dans chacune des trois Régions du pays, nous avons envoyé 1635 questionnaires par Région (soit 4905 questionnaires au total dans toutes les communes de Belgique) en stratifiant par sexe et par classe d'âge. En retour, nous avons réceptionné 1298 questionnaires remplis, soit 26%. Ils étaient répartis de la façon suivante par Région :

- Flandre : 532 questionnaires soit un taux de retour de 33%.
- Bruxelles : 338 questionnaires soit un taux de retour de 21%.
- Wallonie : 413 questionnaires soit un taux de retour de 25%.

Le taux de réponse global est de 26% pour un taux de retour attendu de 24%. Nous sommes donc satisfaits du taux de retour obtenu vu qu'il est légèrement supérieur aux attentes dans l'ensemble du pays ainsi que dans les deux plus grandes Régions du pays. Seule la Région bruxelloise présente un taux de retour légèrement inférieur aux attentes qui se traduira par une marge d'erreur maximale de 5.33% à Bruxelles contre 4.25% en Flandre, 4.82% en Wallonie et 2.72% pour les analyses sur l'ensemble du territoire belge. La marge d'erreur maximale attendue était de 5%.

1.8. Représentativité de l'échantillon

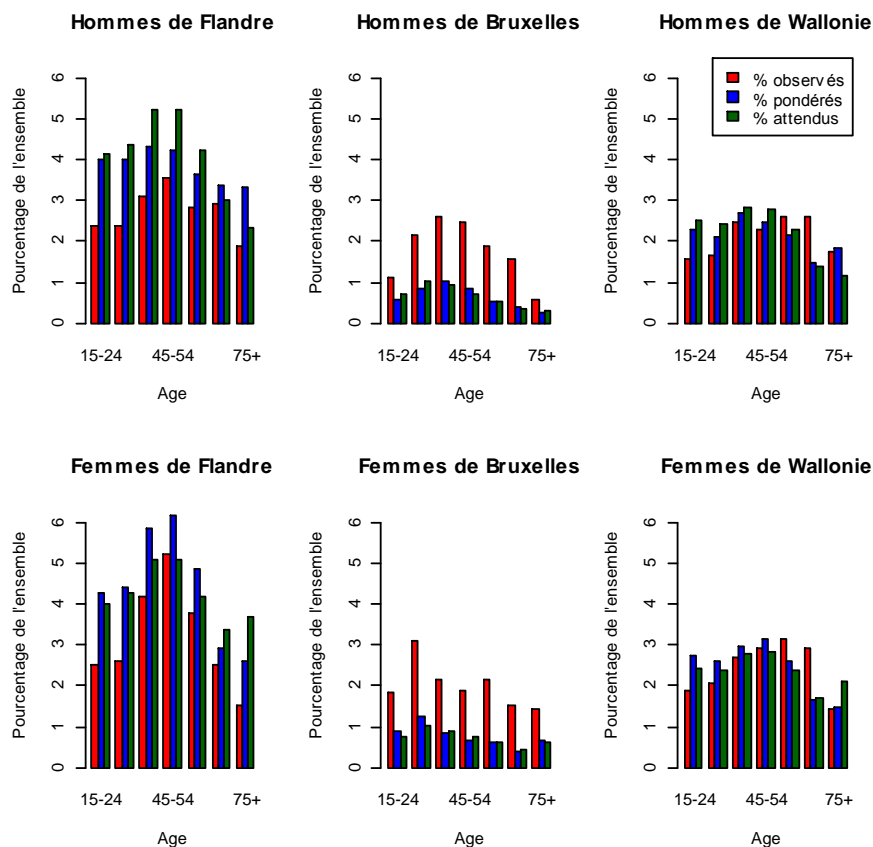
L'analyse de la représentativité d'un échantillon consiste à vérifier si les qualités de l'échantillon récolté correspondent aux qualités de l'échantillon contacté. Lors du tirage aléatoire de notre échantillon dans le Registre National, nous avons veillé à contacter des répondants potentiels dans chaque commune de Belgique tout en respectant la juste répartition de ceux-ci au niveau des sexes et des classes d'âge. Cependant, nous ne maîtrisons pas le choix de chaque personne contactée de répondre ou non au questionnaire et de le renvoyer. Dès lors, il se peut qu'il y ait un écart entre la répartition des sexes dans notre échantillon et la répartition réelle des sexes dans la population belge de 15 ans et plus. Il en va de même pour les classes d'âges et les Régions. L'objectif de cette analyse est d'identifier d'éventuels décalages et de les corriger en pondérant les répondants par post-stratification.

Nous l'avons mentionné plus avant, le même nombre de répondants potentiels ont été sélectionnés dans chaque Région du pays afin de maîtriser la marge d'erreur à l'échelle régionale. Ceci a eu pour effet de surreprésenter les Bruxellois dans l'échantillon brut. Afin de contrôler cet effet dans les analyses sur l'ensemble du territoire, nous avons pondéré les données dès le départ à l'échelle des Régions. Dès lors, l'analyse de la représentativité à l'égard de l'âge et du sexe tient d'ores et déjà compte de cette pondération sur les Régions.

La représentativité de l'échantillon au niveau des sexes est correcte (Test d'ajustement, $Q=3.24$, $ddl=1$, $p\text{-valeur}=0.072$). Par contre, la représentativité de l'échantillon au niveau des âges pose problème (Test d'ajustement, $Q=45.85$, $ddl=6$, $p\text{-valeur}<0.001$).

Cette déformation de la structure entre les populations enquêtées et répondantes est due au fait que des sous-populations ont plus ou moins fréquemment répondu au questionnaire. L'utilisation de la pondération rend nettement plus représentatifs les résultats de l'enquête que l'exploitation « brute » des questionnaires. La pondération a nécessité une post-stratification visant à rétablir l'équilibre entre les tranches d'âge et les Régions.

Une pondération sur base de l'âge a donc été mise en place. Elle est combinée à la stratification par Région. Le graphe ci-dessous illustre les pondérations mises en œuvre.

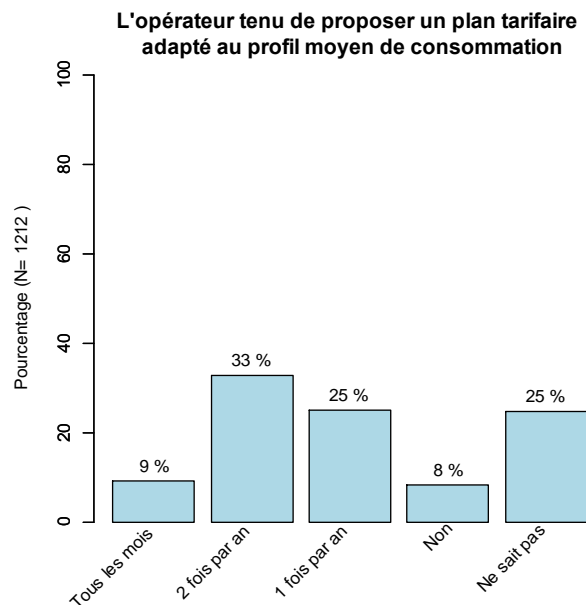


1.9. Note méthodologique

Le questionnaire a été traité question par question et, pour chacune d'elles, plusieurs outils statistiques ont été mobilisés.

À l'entrée de chaque section, un court paragraphe indiquera le nombre de données utilisées pour les analyses sur la question et le nombre de données manquantes qui varie d'une question à l'autre. Ceci permet de relativiser, si nécessaire, l'importance des conclusions statistiques lorsque l'échantillon est petit. Ensuite, une analyse descriptive des réponses à la question est menée :

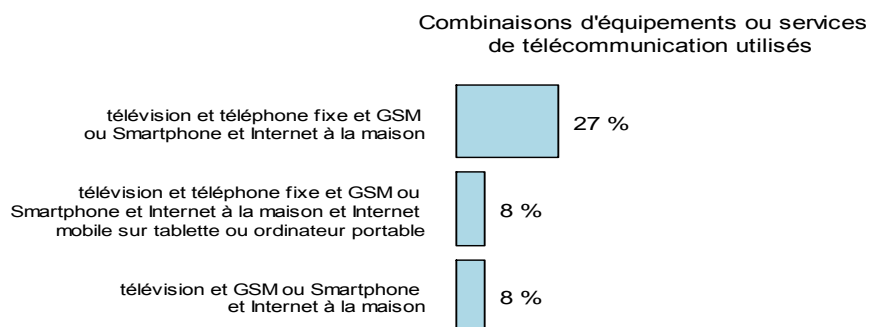
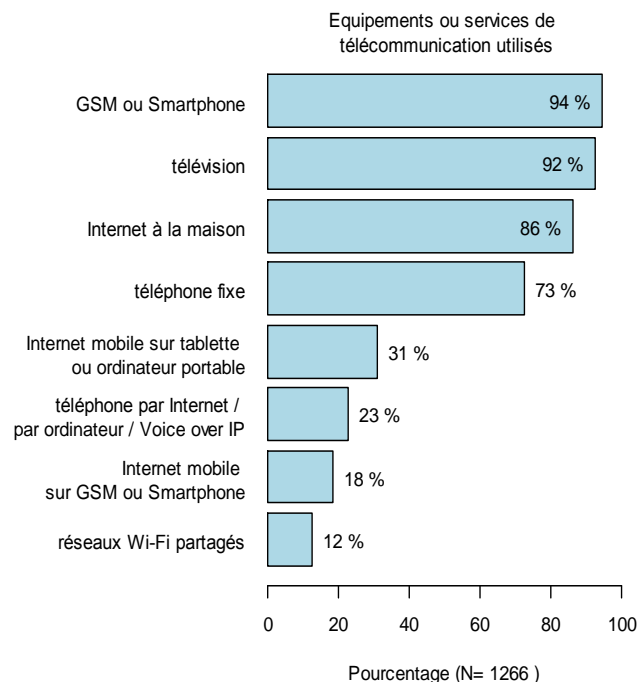
- Pour les questions avec réponse unique (questions pour lesquelles un seul des items de réponse proposés pouvait être sélectionné par répondant), un diagramme en barre avec les pourcentages associés est présenté avec des barres verticales. Etant donné qu'une seule réponse est possible par répondant, la somme de toutes les catégories vaut 100%. Par exemple, dans le graphe ci-dessous, la somme des pourcentages vaut bien 100%.



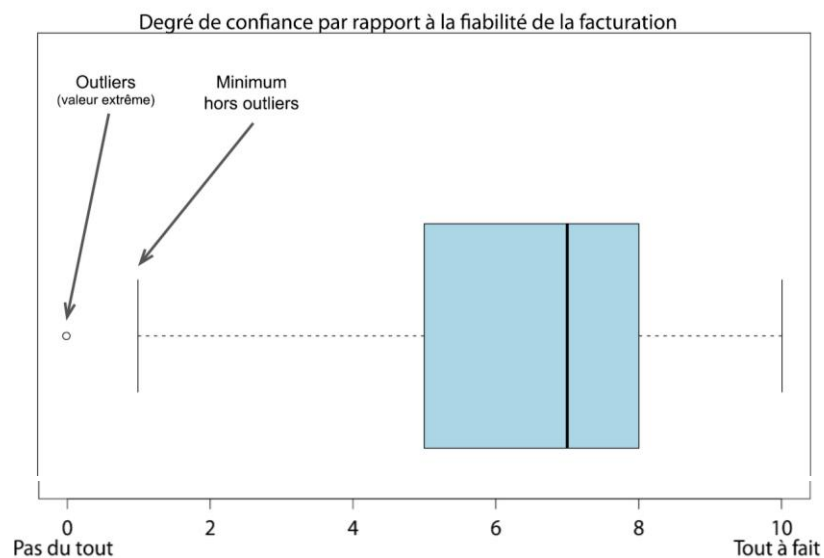
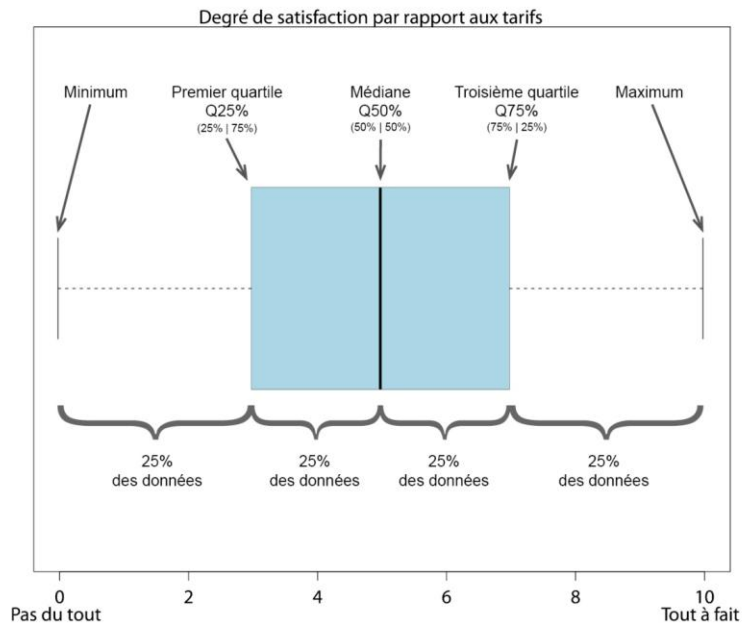
- Pour les questions avec des réponses multiples (questions pour lesquelles un ou plusieurs items de réponse proposés pouvait être sélectionné(s) par répondant), un diagramme en barre avec les pourcentages associés est présenté avec des barres horizontales. Etant donné que chaque répondant peut choisir plusieurs réponses, la somme de toutes les catégories est dans la majorité des cas supérieure à 100%. Un tableau sous le graphe reprend des statistiques descriptives sur le nombre de réponses choisies par chaque répondant. Les statistiques descriptives se limitent au minimum, maximum et aux percentiles¹.

¹ Le percentile 50 est la médiane, il signifie qu'il y a 50% des répondants qui ont, dans ce cas-ci, sélectionné un nombre d'items de réponse inférieur ou égal à la valeur de la médiane. Les autres percentiles fonctionnent de la même façon avec d'autres pourcentages.

- Lorsque cela a du sens, les combinaisons de réponses les plus fréquentes sont également listées dans un diagramme en barre à présentation horizontale. Bien qu'il soit présenté à l'horizontale pour marquer le fait que la question est à réponses multiples, ce second graphique portant sur les combinaisons présente bien des pourcentages indépendants. Autrement dit, un répondant ayant sélectionné l'item A et l'item D se retrouvera comptabilisé dans la barre de la combinaison « A+D » alors que dans le premier graphe, item par item, le répondant était comptabilisé dans les pourcentages des barres A et D. Par exemple, dans le graphe ci-dessous, quelqu'un ayant répondu « GSM ou Smartphone » mais aussi « télévision », « Internet à la maison » et « téléphone fixe » est comptabilisé dans les 94% ayant répondu « GSM ou Smartphone » et dans les 92% ayant répondu « télévision », dans les 86% ayant répondu « Internet à la maison » et dans les 73% ayant répondu « téléphone fixe ». Dans le second graphe, cette personne sera comptée uniquement dans les 27% de la barre « télévision et téléphone fixe et GSM ou Smartphone et Internet à la maison ».



- Pour les questions dont la réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert², les données sont présentées sous forme de boxplot. Un tableau sous ce graphique reprend des statistiques descriptives sur la réponse. Les statistiques descriptives se limitent au nombre de répondants, au nombre de valeurs manquantes, au nombre de « Sans avis », à la moyenne, au minimum, maximum et aux percentiles¹. Vous trouverez ci-dessous 2 graphiques vous expliquant quels éléments vous pouvez retrouver sur les boxplots, quartiles et percentiles sont des synonymes dans ce cas.



² Les échelles de Likert utilisées dans cette enquête présentait 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés « Pas du tout » pour 0 et « Tout à fait » pour 10. Une case « Sans avis » était également proposée à la droite de l'échelle.

- Lorsque plusieurs réponses présentées sous forme d'échelle de Likert peuvent être liées, une analyse de la corrélation entre les réponses permet de pointer les liens significatifs entre items pris deux à deux. La mesure choisie ici est le **coefficient de corrélation linéaire de Pearson**. Le coefficient de corrélation de Pearson évolue entre -1 et 1 ; plus il est élevé en valeur absolue, plus les items concernés semblent corrélés. Si le coefficient est positif, cela signifie que la corrélation l'est aussi et qu'une réponse augmentant sur une des variables est souvent associée à une augmentation sur l'autre variable. Si le coefficient est négatif, une augmentation sur l'une est souvent associée à une diminution sur l'autre variable.
- Lorsque cela présente un intérêt, les mêmes analyses sont également réalisées par pourcentage calculé au sein des Régions, des sexes et des âges.

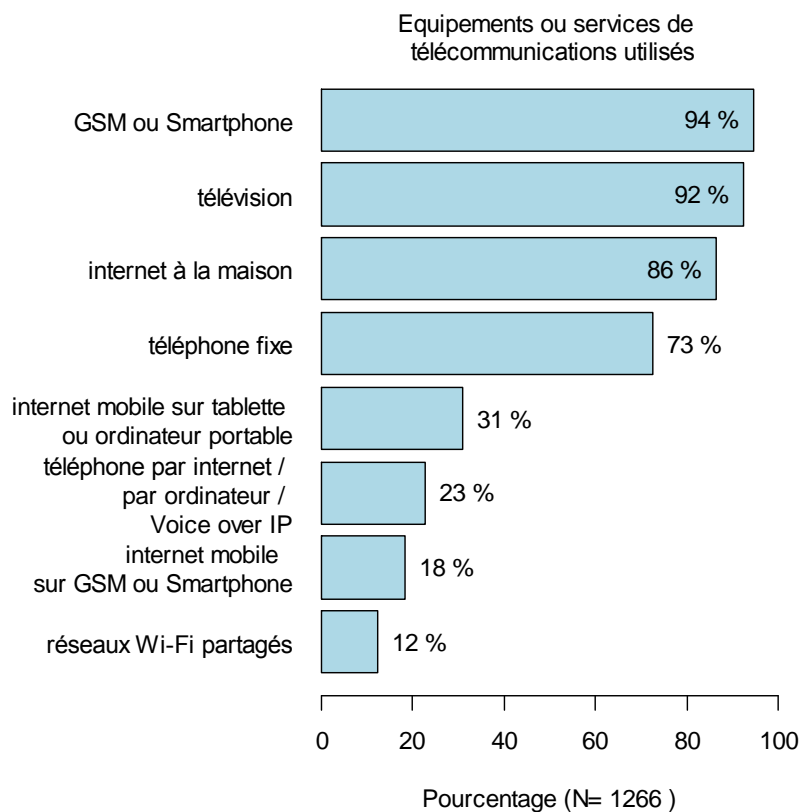
2. Utilisation des télécommunications et choix des opérateurs

La première section du questionnaire portait sur l'utilisation des télécommunications et le choix des opérateurs. Nous y avons d'abord identifié les services et les opérateurs utilisés par le répondant. Ensuite, nous avons abordé les critères de choix d'un opérateur et, lorsque c'était pertinent, les sources d'information utilisées pour comparer les offres des différents opérateurs.

Parmi les 1262 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 1216 répondants après pondération (96% de l'ensemble) ont répondu aux 4 questions non filtrées de cette section.

2.1. Equipements et services de télécommunications utilisés

La première question de cette section porte sur les équipements et services de télécommunications utilisés par le répondant. La question était formulée comme suit: *Quels équipements ou services de télécommunications utilisez-vous parmi les suivants? Veuillez considérer uniquement les équipements ou services que vous utilisez à titre privé et en dehors de votre lieu de travail. Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Télévision; Téléphone fixe; GSM ou Smartphone; Téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP (exemple: Skype); Internet à la maison; Internet mobile sur GSM ou Smartphone; Internet mobile sur tablette ou ordinateur portable; Réseaux Wi-Fi partagé (exemple: Hotspots).*

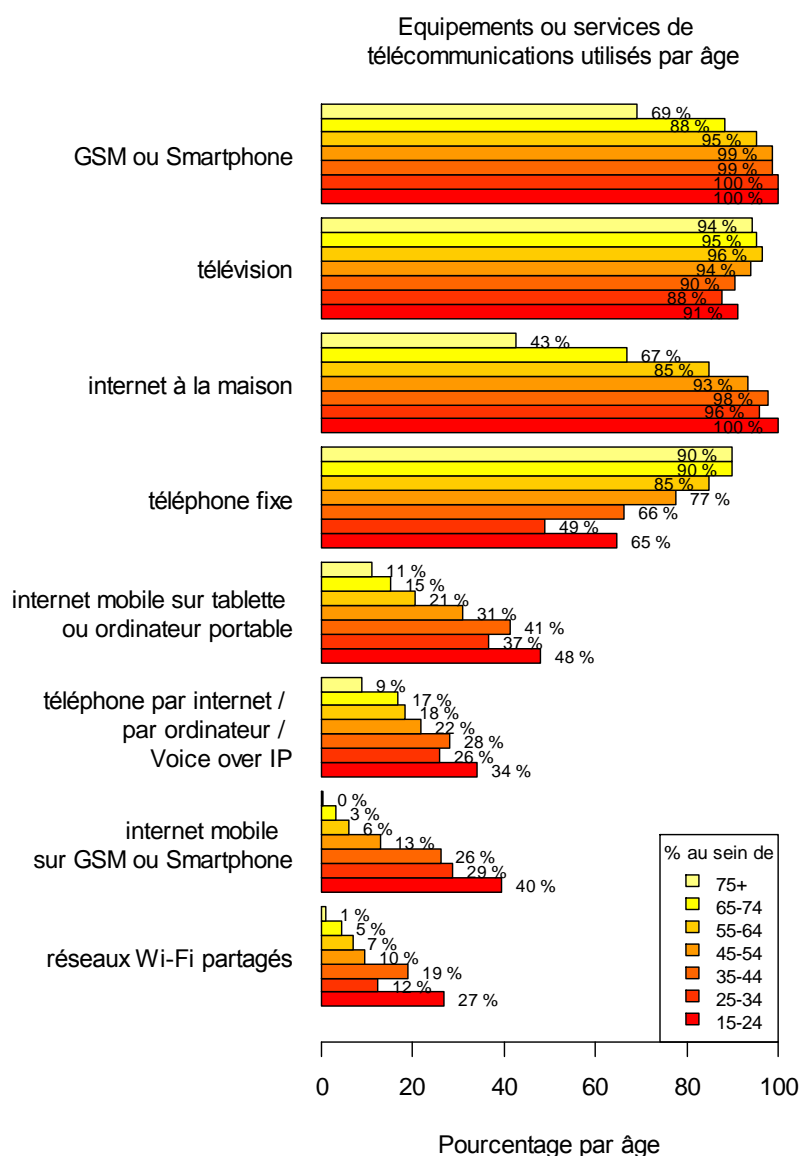


Graphe 1 : Equipements ou services de télécommunications utilisés

Le graphe ci-dessus nous montre que 94% des répondants ont sélectionné la réponse « GSM ou Smartphone », 92% ont sélectionné « télévision », 86% ont sélectionné « internet à la maison », 73% ont sélectionné « téléphone fixe », 31% ont sélectionné « internet mobile sur tablette ou ordinateur portable », 23% ont sélectionné « téléphone par internet / par ordinateur / Voice over IP », 18% ont sélectionné « internet mobile sur GSM ou Smartphone », 12% ont sélectionné « réseaux Wi-Fi partagés ».

Nous constatons que quasiment tout le monde parmi les personnes interrogées possède un GSM ou Smartphone et la télévision. La connexion Internet à la maison suit de très près alors que le téléphone fixe est moins utilisé, touchant moins de trois personnes sur quatre.

Concernant l'Internet mobile sur tablette ou ordinateur portable, les chiffres sont anormalement élevés. Il se peut qu'une confusion soit apparue entre le système Wi-Fi et le système 3G (et équivalents). Seul le second était visé par l'intitulé de la réponse. Cependant, il est probable que les chiffres trahissent aussi l'utilisation du Wi-Fi familial dans la maison ou dans le jardin. Cet intitulé sera corrigé en conséquence dans le prochain questionnaire (2013).



Graph 2 : Équipements ou services de télécommunications utilisés par âge

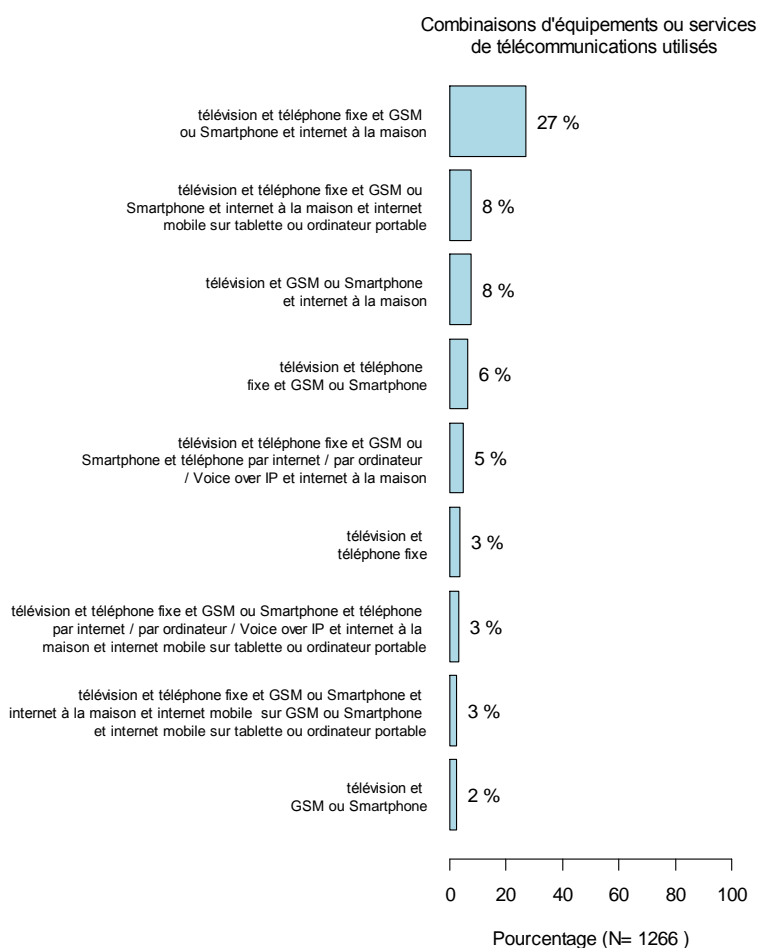
Le graphique ci-dessus illustre les différents usages des services de télécommunications en fonction de l'âge des répondants. Quasiment toutes les personnes entre 15 et 54 ans déclarent utiliser un GSM ou Smartphone. Au-delà de 54 ans, le taux de pénétration du GSM descend petit à petit pour atteindre les 69% chez les 75 ans et plus. On observe le même phénomène encore un peu plus accentué en ce qui concerne l'internet à domicile pour lequel le taux de pénétration passe de 100% chez les 15-24 ans à 43% chez les 75 ans et plus. Sans surprise, les autres nouvelles technologies (internet mobile, VOIP, Wi-Fi partagé) suivent la même tendance au niveau de la pyramide des âges. Le seul service à prendre le contre-pied est le téléphone fixe, nettement plus présent chez les personnes plus âgées. Le téléphone fixe est également plus utilisé chez les 15-24 ans que chez les 25-34 ans. Probablement parce qu'un pourcentage non négligeable des 15-24 ans habitent encore chez leurs parents. L'utilisation de la télévision reste quant à elle relativement constante quelle que soit la tranche d'âge. En résumé, à l'exception du téléphone fixe et de la télévision, le taux de pénétration

de tous les équipements et services diminue avec l'âge. Le même type d'analyse en fonction du sexe et de la Région d'habitation n'a par contre rien montré de significatif.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre d'équipements ou services de télécommunications utilisés	1	3	4	5	8

Tableau 1 : Nombre d'équipements ou services de télécommunications utilisés

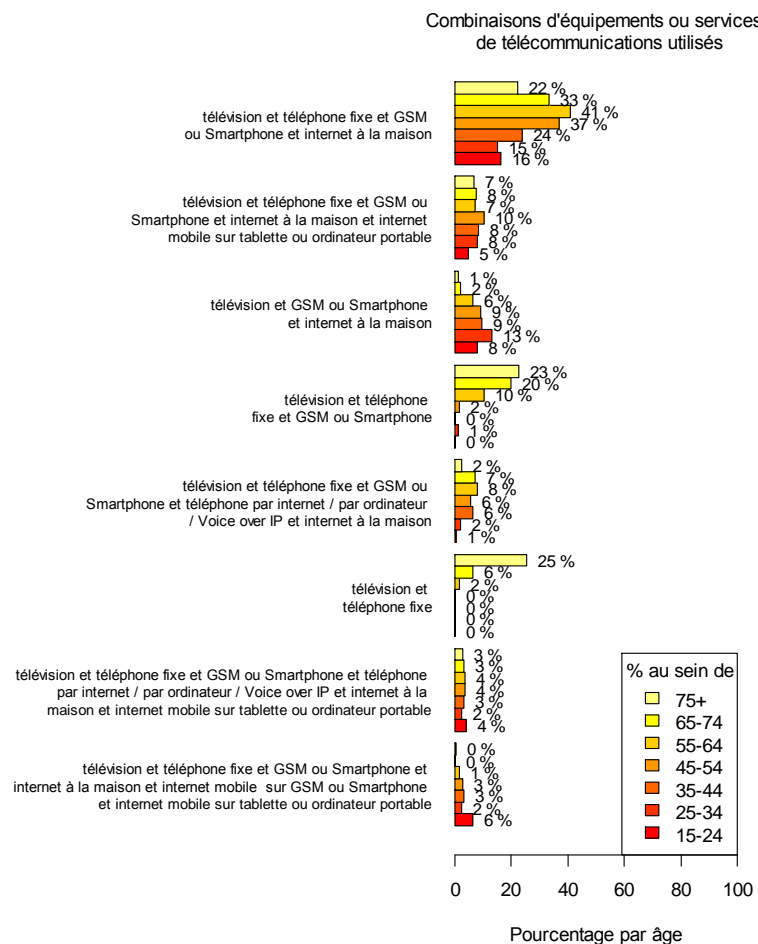
Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 8 services de télécommunications parmi les 8 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 4 services ou moins de 4 services. 18% des répondants ont sélectionné 6 services ou plus de 6 services.



Graph 3 : Combinaisons d'équipements ou services de télécommunications utilisés

Sur base de ce constat, nous avons étudié les associations de réponses les plus fréquentes (graphe ci-dessus). Il en ressort que l'association la plus fréquente est « télévision » et « téléphone fixe » et « GSM ou Smartphone » et « internet à la maison », sélectionnée par 27 % des répondants.

Elle devance de loin toutes les autres associations. Notons que ces 4 équipements sont les 4 équipements les plus utilisés (en pourcentage brut). Ensuite, l'association « télévision » et « téléphone fixe » et « GSM ou Smartphone » et « internet à la maison » et « internet mobile sur tablette ou ordinateur portable » est sélectionnée par 8 % des répondants. Ensuite, l'association « télévision » et « GSM ou Smartphone » et « internet à la maison » est sélectionnée par 8 % des répondants. Ensuite, l'association « télévision » et « téléphone fixe » et « GSM ou Smartphone » est sélectionnée par 6 % des répondants. Enfin, l'association « télévision » et « téléphone fixe » et « GSM ou Smartphone » et « téléphone par internet / par ordinateur / Voice over IP » et « internet à la maison » est sélectionnée par 5 % des répondants. Sur base de ces réponses les plus fréquentes (qui ne regroupent que 65% des répondants sur le graphe tant la diversité des combinaisons de réponses est grande), on voit apparaître clairement qu'une seule combinaison de services sort réellement du lot, le regroupement des services inclus dans les packs Triple play à la maison (télévision, Internet, téléphone) et du GSM. Derrière, on retrouve la même combinaison agrémentée de l'internet mobile sur ordinateur et tablette. Cette dernière combinaison est à analyser avec prudence vu la possible confusion entre Internet via Wi-Fi et via 3G évoquée plus avant.



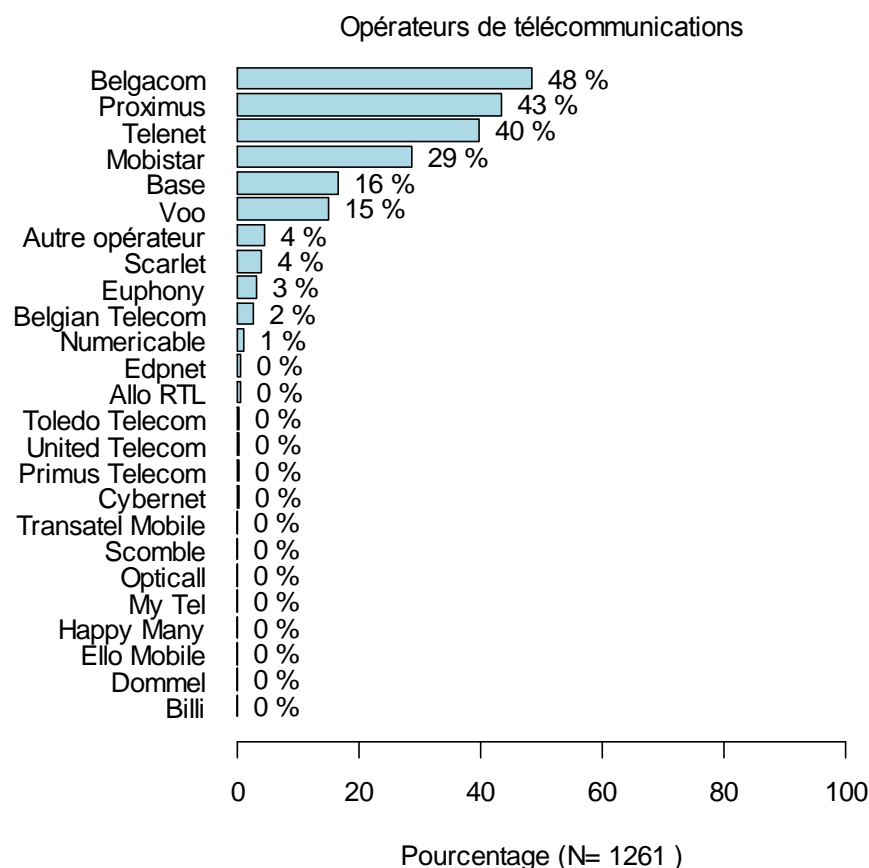
Graphe 4 : Combinaisons d'équipements ou services de télécommunications utilisés

Sans surprise, l'analyse des associations les plus fréquentes en fonction de l'âge est relativement redondante avec l'analyse par item (plutôt que par association d'items). On apprend ici que des

associations sans nouvelles technologies, mis à part le GSM, sont l'apanage des personnes âgées alors que l'abandon du téléphone fixe est une fois encore plus marquée dans les plus jeunes générations. Au niveau des autres variables sociodémographiques, il n'y a une nouvelle fois rien à signaler.

2.2. Opérateurs de télécommunications concernés

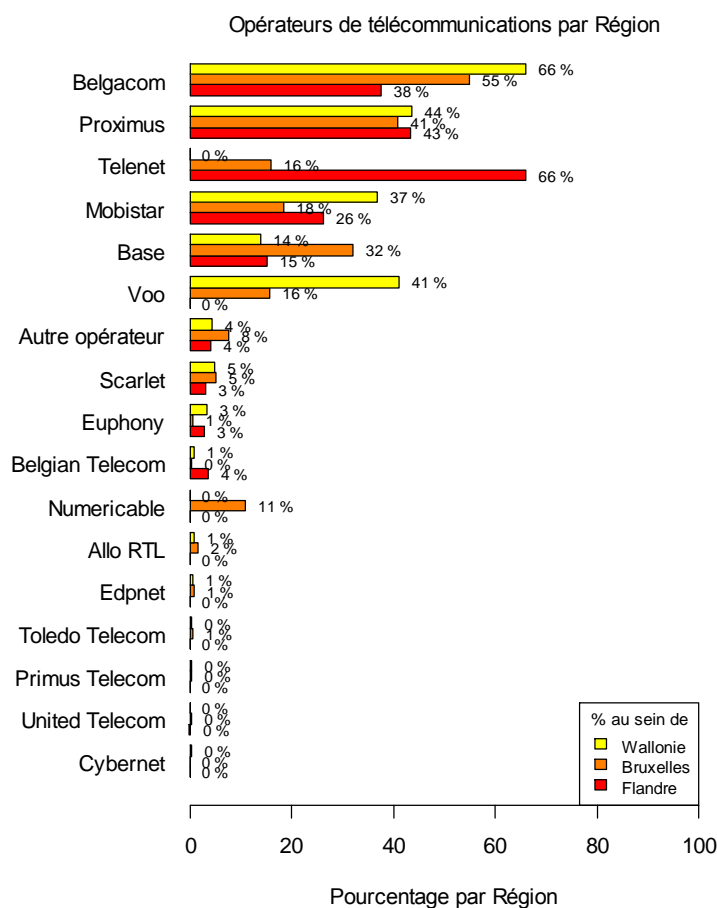
La deuxième question de cette section sur les services de télécommunications porte sur les opérateurs auxquels le répondant a recours. La question était formulée comme suit: *Pour les différents services que vous utilisez, pourriez-vous nous indiquer vos opérateurs? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les 24 opérateurs ayant les plus grandes parts de marché pour les services concernés en Belgique. Une rubrique « Autre » avec un champ de réponse ouverte nous a permis de vérifier qu'aucun opérateur avec des parts de marché pour les services concernés n'avait été oublié.



Graphe 5 : Opérateurs de télécommunications

Le graphe ci-dessus nous montre que 48% des répondants ont sélectionné la réponse « Belgacom », 43% ont sélectionné « Proximus », 40% ont sélectionné « Telenet », 29% ont sélectionné

« Mobistar », 16% ont sélectionné « Base », 15% ont sélectionné « Voo », 4% ont sélectionné « Autre opérateur », 4% ont sélectionné « Scarlet », 3% ont sélectionné « Euphony », 2% ont sélectionné « Belgian Telecom », 1% ont sélectionné « Numericable », 0.4% ont sélectionné « Edpnet », 0.4% ont sélectionné « Allo RTL, » 0.2% ont sélectionné « Toledo Telecom », 0.1% ont sélectionné « United Telecom », 0.1% ont sélectionné « Primus Telecom », 0.1% ont sélectionné « Cybernet », 0% ont sélectionné « Transatel Mobile », 0% ont sélectionné « Scomble », 0% ont sélectionné « Optical », 0% ont sélectionné « My Tel », 0% ont sélectionné « Happy Many », 0% ont sélectionné « Ello Mobile », 0% ont sélectionné « Dommel », 0% ont sélectionné « Billi ». Nous constatons que ces chiffres correspondent grosso modo à la répartition des parts de marché en Belgique (IBPT (2011), Situation du secteur des communications électroniques 2011) en tout cas pour les opérateurs ayant le plus de parts de marché.



Graphe 6 : Opérateurs de télécommunications par Région

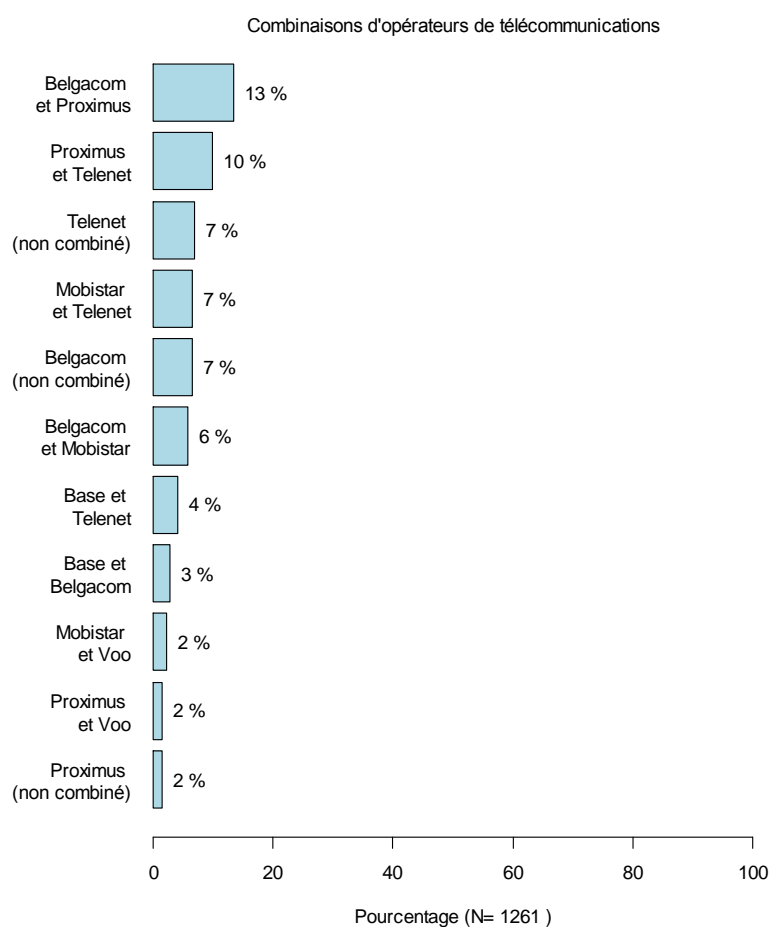
Il existe de grandes différences régionales entre opérateurs. La plupart sont simplement dues au fait que les opérateurs vendant des services d'Internet et de téléphonie fixe ne sont pas nécessairement présents dans chaque Région du pays. L'information apportée par cette analyse permet de comparer le taux de répondants pour chacun des opérateurs de téléphonie mobile et Belgacom par

rapport à la couverture géographique nationale. Par exemple, on remarque que Belgacom est nettement plus présent en Wallonie qu'en Flandre. Ceci alors que l'usage de son service historique, le téléphone fixe, ne se distingue pas clairement entre les Régions. Au niveau des opérateurs de téléphonie mobile, Mobistar et Base semblent concerner un nombre comparable de répondants, Base ayant été sélectionné par plus de répondants à Bruxelles et Mobistar dans les autres Régions. Proximus reste quant à lui relativement stable quelle que soit la Région. Le même type d'analyse en fonction du sexe et de l'âge n'a rien apporté de significatif si ce n'est que Belgacom est un petit peu plus utilisé parmi les répondants chez les personnes âgées et que, à l'inverse, Base touche sensiblement un public plus jeune.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre d'opérateurs utilisés	1	2	2	2	7

Tableau 2 : Nombre d'opérateurs utilisés

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 7 opérateurs de télécommunications parmi les 8 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 2 opérateurs ou moins de 2 opérateurs. 23% des répondants ont sélectionné 3 opérateurs ou plus de 3 opérateurs.

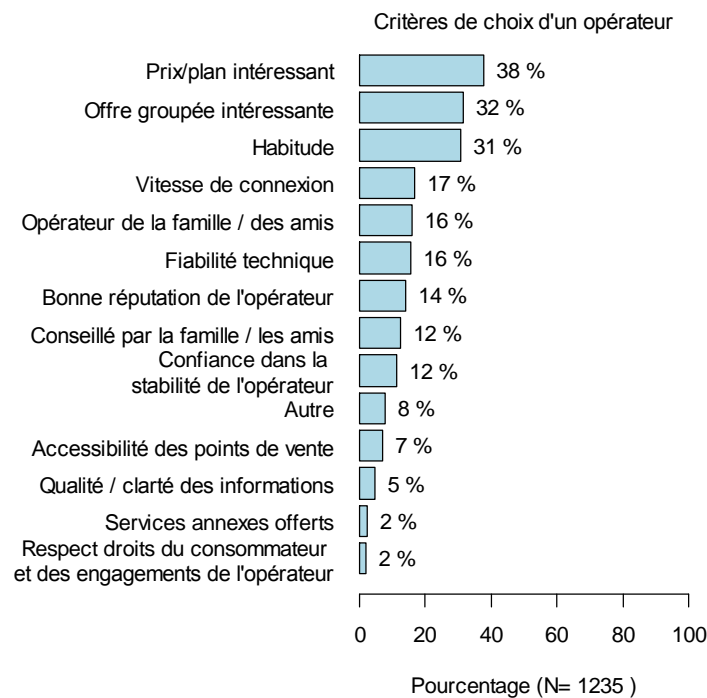


Graphe 7 : Combinaisons d'opérateurs de télécommunication

Sur base de ce constat, nous avons étudié les associations de réponses les plus fréquentes (graphe ci-dessus). Il en ressort que l'association la plus fréquente est « Belgacom et Proximus » sélectionnée par 13 % des répondants. Ensuite, l'association « Proximus et Telenet » est sélectionnée par 10 % des répondants. Ensuite, l'association « Telenet (non combiné) » est sélectionnée par 7 % des répondants. Ensuite, l'association « Mobistar et Telenet » est sélectionnée par 7 % des répondants. Ensuite, l'association « Belgacom (non combiné) » est sélectionnée par 7 % des répondants. Enfin, l'association « Belgacom et Mobistar » est sélectionnée par 6 % des répondants. Sur base de ces réponses les plus fréquentes (qui ne regroupent que 62% des répondants sur le graphe tant la diversité des combinaisons de réponses est grande), on constate qu'il s'agit essentiellement d'associations regroupant Belgacom ou un câblo-opérateur à un opérateur mobile. Il sera intéressant d'observer l'évolution de ces associations face à l'arrivée progressive des offres Quadruple play combinant la téléphonie mobile au Triple play classique (Internet-télévision-téléphone fixe). L'analyse des associations les plus fréquentes en fonction des variables sociodémographiques n'apporte aucune information nouvelle.

2.3. Critères de choix d'un opérateur

La troisième question de cette section porte sur les critères mobilisés lors du choix d'un opérateur. La question était formulée comme suit: *La dernière fois que vous avez choisi un opérateur, quels ont été vos critères de choix? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Offre groupée (pack) intéressante; Prix/plan tarifaire intéressant; Bonne réputation de l'opérateur; Service(s) annexe(s) offert(s) (ex: nombre d'adresses e-mail, de numéros de téléphone); Respect des droits du consommateur et des engagements de l'opérateur; Confiance dans la stabilité de l'opérateur (ex: pas de risque de faillite); Fiabilité technique de l'opérateur; Accessibilité des points de vente; Qualité/clarté des informations; Vitesse de connexion pour l'accès à Internet; J'ai l'habitude de cet opérateur; Ma famille / mes amis sont déjà chez cet opérateur; J'ai choisi cet opérateur parce que ma famille / mes amis me l'ont conseillé; Autre.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte.

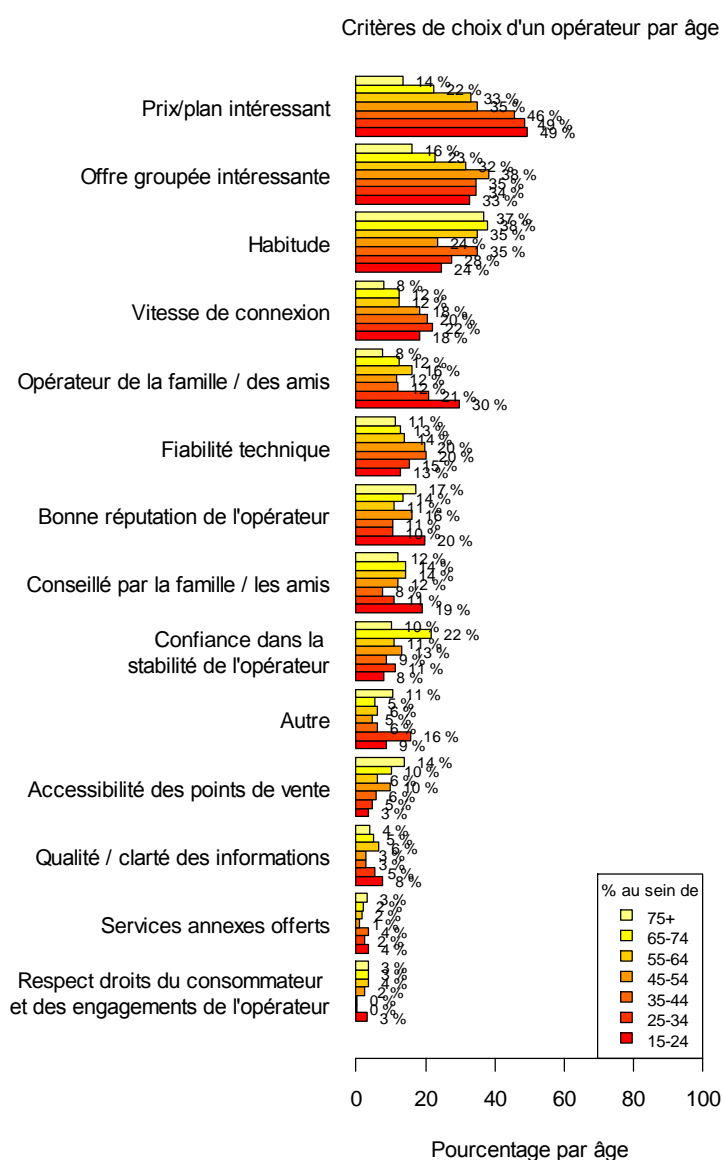


Grappe 8 : Critères de choix d'un opérateur

Le graphe ci-dessus nous montre que 38% des répondants ont sélectionné la réponse « Prix/plan intéressant », 32% ont sélectionné « Offre groupée intéressante », 31% ont sélectionné « Habitude », 17% ont sélectionné « Vitesse de connexion », 16% ont sélectionné « Opérateur de la famille / des amis », 16% ont sélectionné « Fiabilité technique », 14% ont sélectionné « Bonne réputation de l'opérateur », 12% ont sélectionné « Conseillé par la famille / les amis », 12% ont sélectionné « Confiance dans la stabilité de l'opérateur », 8% ont sélectionné « Autre », 7% ont sélectionné « Accessibilité des points de vente », 5% ont sélectionné « Qualité / clarté des informations », 2% ont sélectionné

tionné « Services annexes offerts », 2% ont sélectionné « Respect droits du consommateur et des engagements de l'opérateur ».

Nous constatons ici que le premier critère de choix d'un opérateur est économique. Que ce soit via un prix ou via une offre groupée intéressante, la facture semble diriger le choix. Ensuite, c'est l'habitude qui sous-tend le choix. Non loin de là, on retrouve dans deux items de réponse bien représentés: l'influence de la famille et des amis qui participent à ce même phénomène de fidélité à un opérateur. Nous aurons l'occasion dans l'analyse d'autres questions de confirmer largement ce duo de tête au niveau des critères de décision sur le marché belge des télécommunications.



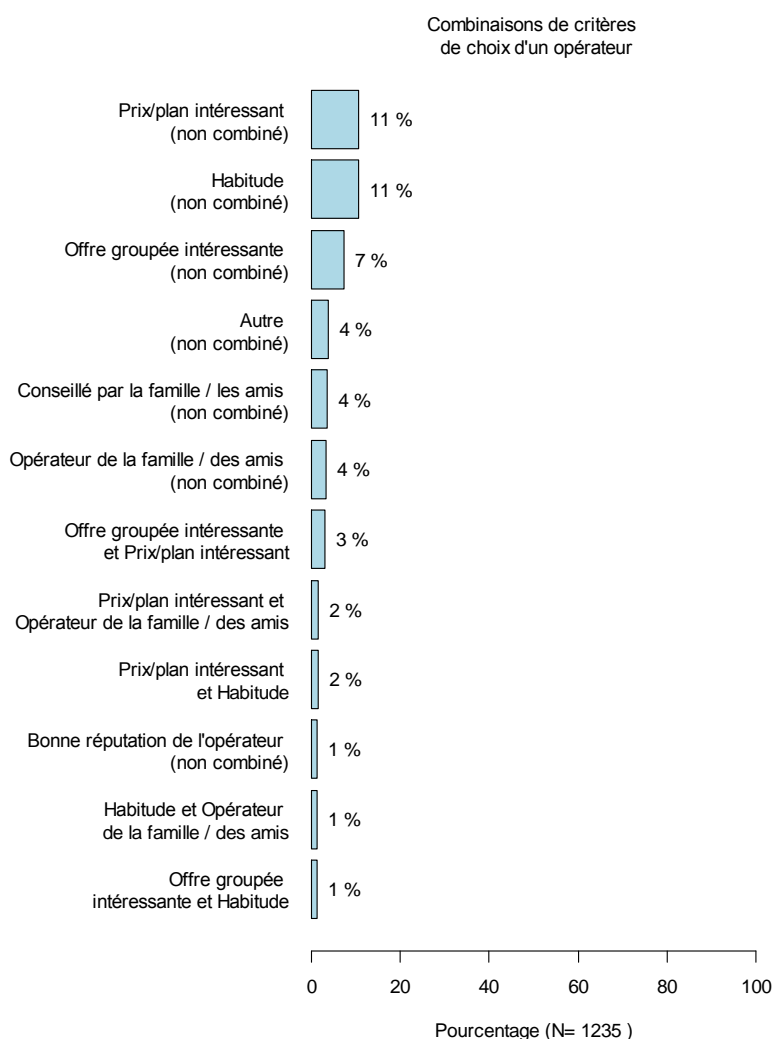
Graph 9 : Critères de choix d'un opérateur par âge

Le graphe ci-dessus illustre les critères de choix ventilés en fonction de l'âge des répondants. On constate que les critères économiques sont plus souvent cités par les plus jeunes alors que l'habitude est plus généralement associée aux plus âgés. Les adolescents et les jeunes adultes semblent nettement plus sensibles à l'influence des amis et de la famille, que ce soit par conseil ou par imitation. Au niveau des différences entre les sexes et les Régions, rien de fondamental n'apparaît.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de critères de choix de l'opérateur	1	1	2	3	11

Tableau 3 : Nombre de critères de choix de l'opérateur

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 11 critères de choix parmi les 14 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 2 critères ou moins de 2 critères. 13% des répondants ont sélectionné 4 critères ou plus de 4 critères.

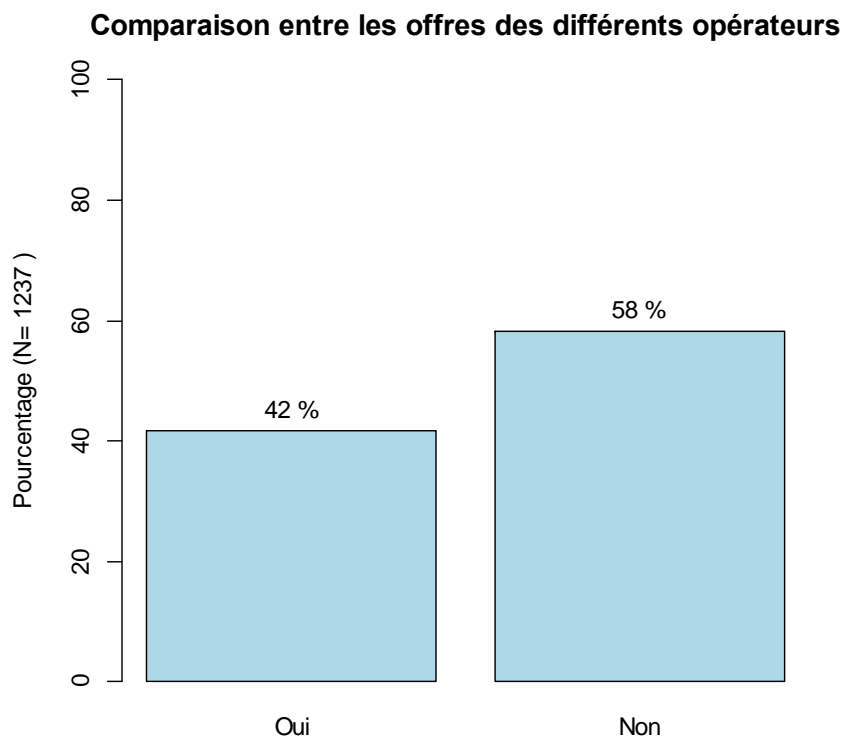


Graphe 10 : Combinaisons de critères de choix d'un opérateur

Sur base de ces réponses les plus fréquentes (qui ne regroupent que 50% des répondants sur le graphe tant la diversité des combinaisons de réponses est grande), on voit apparaître clairement que ce n'est pas une combinaison fixe qui est le plus souvent sélectionnée mais bien des réponses isolées. On appelle ici combinaison fixe l'association de deux ou plus de deux items de réponses. Elle est considérée comme fixe dans le sens qu'elle se retrouve chez un grand nombre de répondants. Par ailleurs, toutes les combinaisons les plus sélectionnées englobent les critères clés que sont le prix et l'habitude ou les pratiques familiales et amicales. L'analyse des associations les plus fréquentes en fonction de l'âge, du sexe et de la Région n'apporte rien de nouveau.

2.4. Compare-t-on les offres avant de choisir un opérateur?

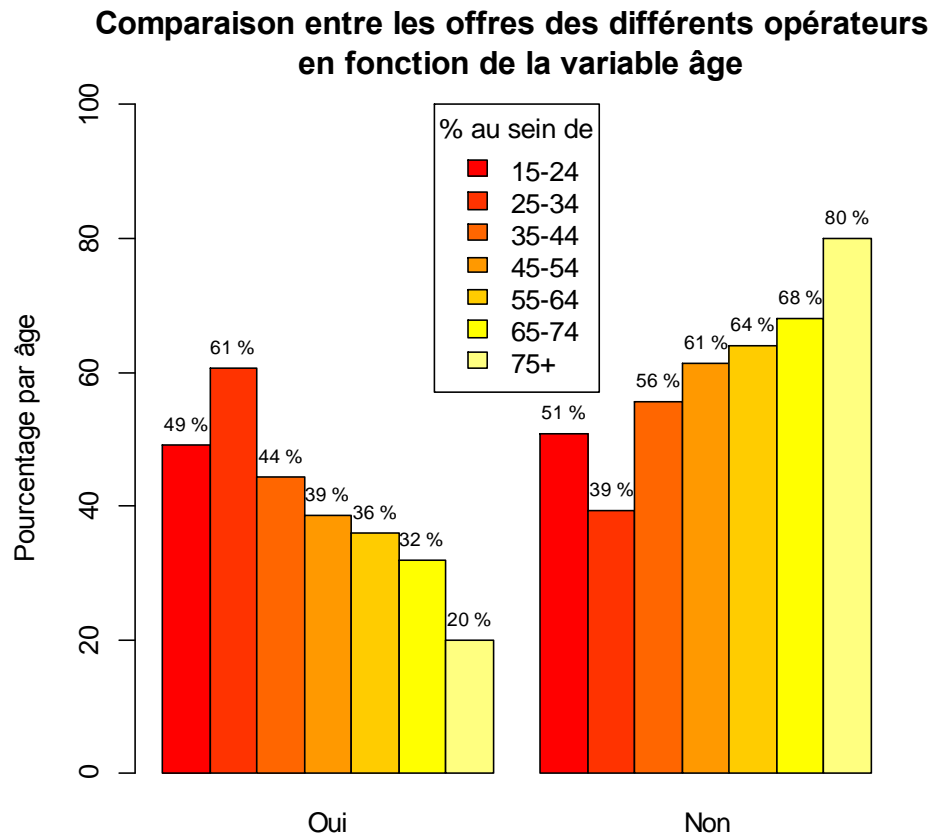
La quatrième question de cette section portait sur le choix des opérateurs. Elle était formulée comme suit: *La dernière fois que vous avez souscrit à un service de télécommunications (téléphone, Internet, GSM, télévision, etc.), avez-vous fait une comparaison entre les offres des différents opérateurs qui proposaient ce service?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*. Cette question constituait un filtre pour la suivante.



Graphe 11 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs

Le graphe ci-dessus nous montre que 42% des répondants ont sélectionné la réponse « Oui », 58% ont sélectionné « Non ».

Il semble donc qu'une majorité de répondants n'ait pas comparé les offres des différents opérateurs avant de souscrire à un service de télécommunications.



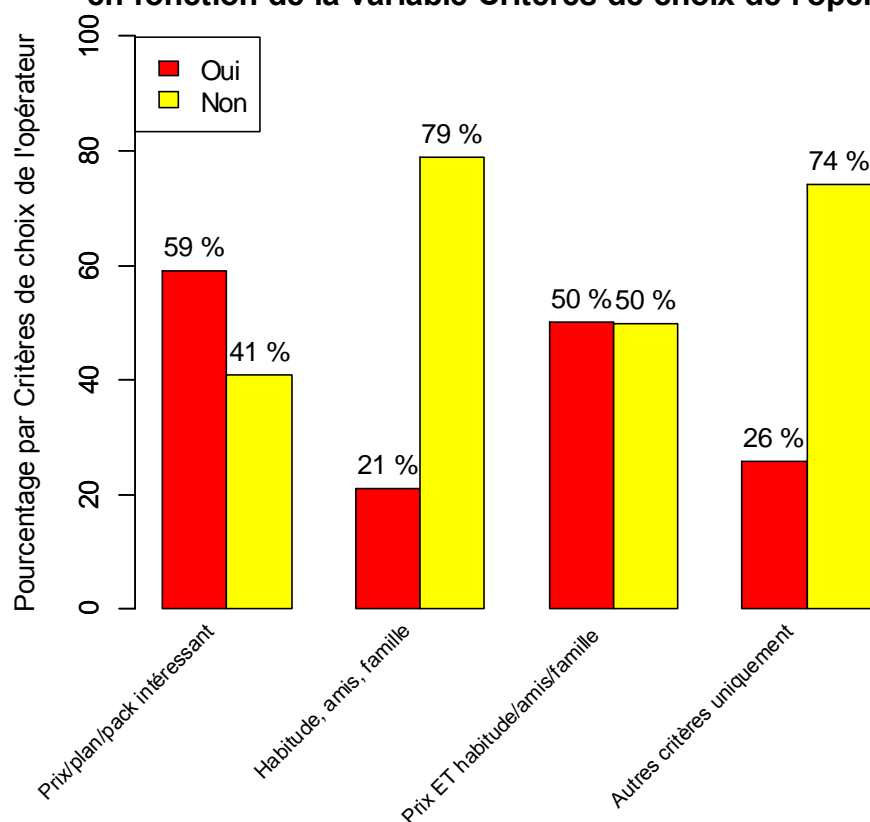
Graphe 12 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs en fonction de la variable âge

Le graphe ci-dessus illustre les grandes différences dans les réponses selon la catégorie d'âge. Les jeunes adultes comparent clairement plus que leurs aînés. Cependant, on constate aussi que les 25-34 ans sont un peu plus ancrés dans cette pratique de comparaison qu'attendu.

Pour vérifier cette hypothèse, nous avons synthétisé les réponses à la question précédente afin d'analyser cette propension à comparer les offres en fonction des critères de choix mis en avant. Pour ce faire, nous avons groupé les réponses à la troisième question en quatre niveaux:

- Prix, plan ou pack intéressant.
- Habitude et influence des amis ou de la famille.
- Prix ET habitude combinées.
- Uniquement d'autres critères que le prix et l'habitude.

Comparaison entre les offres des différents opérateurs en fonction de la variable Critères de choix de l'opérateur



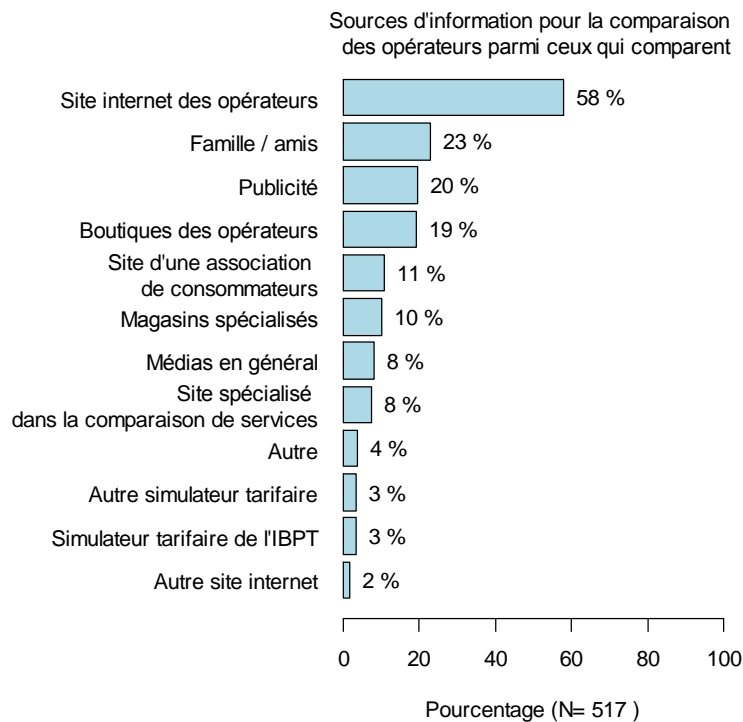
Graphe 13 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs en fonction de la variable Critères de choix de l'opérateur

Le graphe ci-dessus confirme très largement l'hypothèse évoquée: il semble que la comparaison des offres des opérateurs soit essentiellement effectuée par ceux qui placent le prix comme critère de choix des opérateurs. Cela ne veut pas nécessairement dire que seul le prix est comparé mais on pourrait raisonnablement penser que c'est le premier critère. Les questions suivantes vont nous permettre d'affiner un peu plus cette analyse.

2.5. Sources d'information pour la comparaison des opérateurs

La cinquième et dernière question de cette section porte sur les sources d'information mobilisées pour la comparaison des opérateurs. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré comparer les offres des différents opérateurs à la question précédente. Seuls 42% des répondants (517 individus après pondération) sont donc concernés par cette question. La question était formulée comme suit: *Si oui, laquelle ou lesquelles de ces sources avez-vous consultée(s) pour*

effectuer des comparaisons ? Plusieurs réponses possibles. Les réponses proposées étaient les suivantes: Site Internet des opérateurs; Boutiques des opérateurs; Magasin spécialisés dans les télécommunications; Simulateur tarifaire de l'IBPT (www.meilleurtarif.be); Autre simulateur tarifaire; Site spécialisé dans la comparaison des services; Site d'une association de consommateurs (ex: Test Achat); Autre site Internet; Médias en général; Publicité; Ma famille, mes amis; Autre. La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte.



Graphe 14 : Sources d'information pour la comparaison des opérateurs parmi ceux qui comparent

Le graphe ci-dessus nous montre que 58% de ceux qui comparent (24% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Site internet des opérateurs », 23% (10%) ont sélectionné « Famille / amis », 20% (8%) ont sélectionné « Publicité », 19% (8%) ont sélectionné « Boutiques des opérateurs », 11% (5%) ont sélectionné « Site d'une association de consommateurs », 10% (4%) ont sélectionné « Magasins spécialisés », 8% (3%) ont sélectionné « Médias en général », 8% (3%) ont sélectionné « Site spécialisé » dans la comparaison de services, 4% (2%) ont sélectionné « Autre », 3% (1%) ont sélectionné « Autre simulateur tarifaire », 3% (1%) ont sélectionné « Simulateur tarifaire de l'IBPT », 2% (0.8%) ont sélectionné « Autre site internet ».

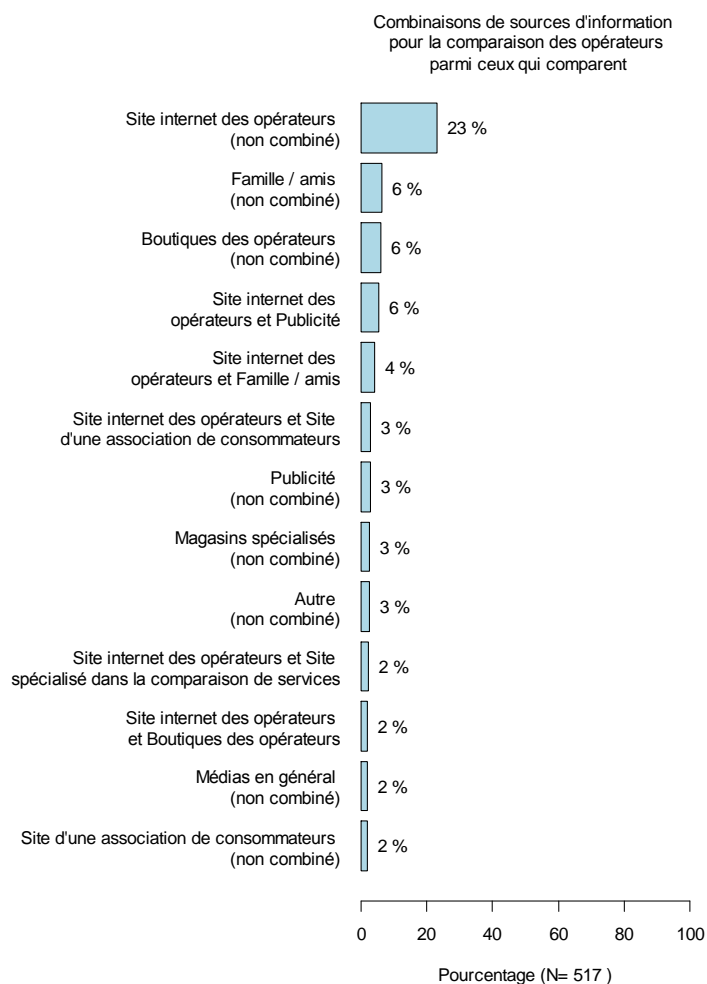
Nous constatons qu'une seule source de comparaison ressort du lot: les sites Internet des opérateurs. Ceci nous indique que la comparaison s'effectue principalement dans la sphère privée, sans contact direct avec les vendeurs de services par l'intermédiaire d'un commercial (par exemple dans une boutique de l'opérateur). Ceci se confirme avec la deuxième source, la famille et les amis, ce qui nous rappelle par la même occasion combien les sphères familiales et les réseaux d'amis ont une influence sur le choix dans le marché des télécommunications en Belgique.

L'analyse des sources de comparaison ventilées en fonction de l'âge des répondants ne montre pas de résultats réellement nouveaux. On constate sans surprise que les sites Internet des opérateurs sont moins visités par les personnes plus âgées mais ceci correspond à l'usage même d'Internet au sein de ces tranches d'âges. Le même type d'information ressort de l'analyse par sexe et par Région.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de sources d'information pour la comparaison des offres des opérateurs	1	1	1	2	5

Tableau 4 : Nombre de sources d'information pour la comparaison des offres des opérateurs

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 5 sources parmi les 12 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent une seule source. 15% des répondants ont sélectionné 3 sources ou plus de 3 sources.



Grphe 15 : Combinaisons de sources d'information pour la comparaison des opérateurs parmi ceux qui comparent

L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison. Cependant, le graphe ci-dessus (qui ne regroupe que les combinaisons qui apparaissent dans au moins 10 questionnaires) nous indique que c'est la modalité dominante, Sites Internet des opérateurs, qui est regroupée avec une autre réponse lorsqu'une combinaison de réponses est choisie. L'analyse des associations les plus fréquentes en fonction de l'âge, du sexe et de la Région n'apporte rien de nouveau.

2.6. Conclusions sur l'utilisation des télécoms et les choix des opérateurs

Le premier aspect investigué est l'utilisation des services et équipements de télécommunications. Les quatre services les plus fréquemment utilisés, seul ou combinés, sont le GSM, la télévision, Internet à la maison et le téléphone fixe.

À l'exception du téléphone fixe et de la télévision, le taux de pénétration de tous les équipements et services diminue avec l'âge. Ainsi, le GSM ou smartphone et l'internet à la maison sont utilisés par quasiment tous les répondants âgés de 15 à 44 ans ; leur utilisation décroît ensuite dans les classes d'âge supérieures.

Dans la même logique, les combinaisons d'équipements sans nouvelles technologies, mis à part le GSM, sont l'apanage des personnes âgées alors que l'abandon du téléphone fixe est plus marqué chez les plus jeunes.

En ce qui concerne les opérateurs, les six opérateurs historiques (Belgacom, Proximus, Telenet, Mobistar, Base et Voo) sont les plus utilisés par les répondants. Les autres opérateurs sont utilisés par moins de 5 pourcents des répondants.

Le choix d'un opérateur est principalement guidé par les prix avantageux, en particulier chez les jeunes. Les offres groupées et l'habitude sont également des critères fréquents de choix. On notera en outre que les adolescents et les jeunes adultes semblent nettement plus sensibles à l'influence des amis et de la famille, que ce soit par conseil ou par imitation.

Moins de la moitié des personnes comparent les offres des différents opérateurs avant de souscrire à un service. Lorsqu'une comparaison est faite, elle se base sur des informations collectées principalement sur les sites internet des opérateurs, auprès de la famille et des amis, dans la publicité et les boutiques des opérateurs.

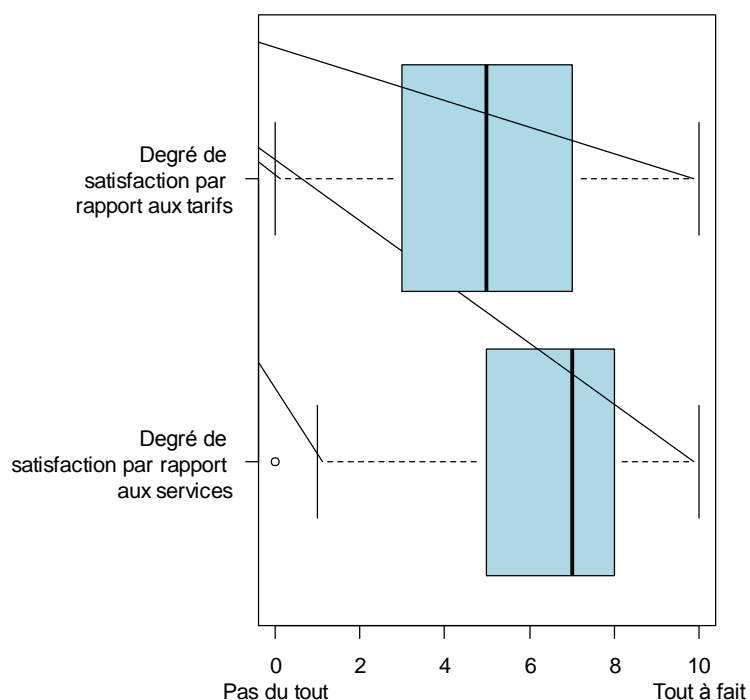
3. Satisfaction, problèmes rencontrés et attitude en cas de problème

La deuxième section du questionnaire portait sur la satisfaction des utilisateurs, les problèmes qu'ils ont rencontrés et leur attitude en cas de problème. Nous avons d'abord abordé la satisfaction et la confiance à l'égard des services et opérateurs. Ensuite, nous avons identifié les problèmes rencontrés et les démarches mises en place pour les résoudre. Enfin, nous avons abordé à nouveau la question de la comparaison des offres, notamment via quelques questions se rapportant au simulateur tarifaire de l'IBPT.

Parmi les 1262 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 1090 répondants après pondération (86% de l'ensemble) ont répondu aux 11 questions non filtrées de cette section.

3.1. Degré de satisfaction par rapport aux services et aux prix

La première question de cette seconde section était formulée comme suit: *Quel est votre degré de satisfaction par rapport a) aux tarifs disponibles sur le marché, c'est-à-dire chez l'ensemble des différents opérateurs existants? b) au service dont vous avez bénéficié l'année précédente chez votre opérateur?* Pour chaque item, la réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés « Pas du tout satisfait » pour 0 et « Tout à fait satisfait » pour 10. Une case « Sans avis » était également proposée.



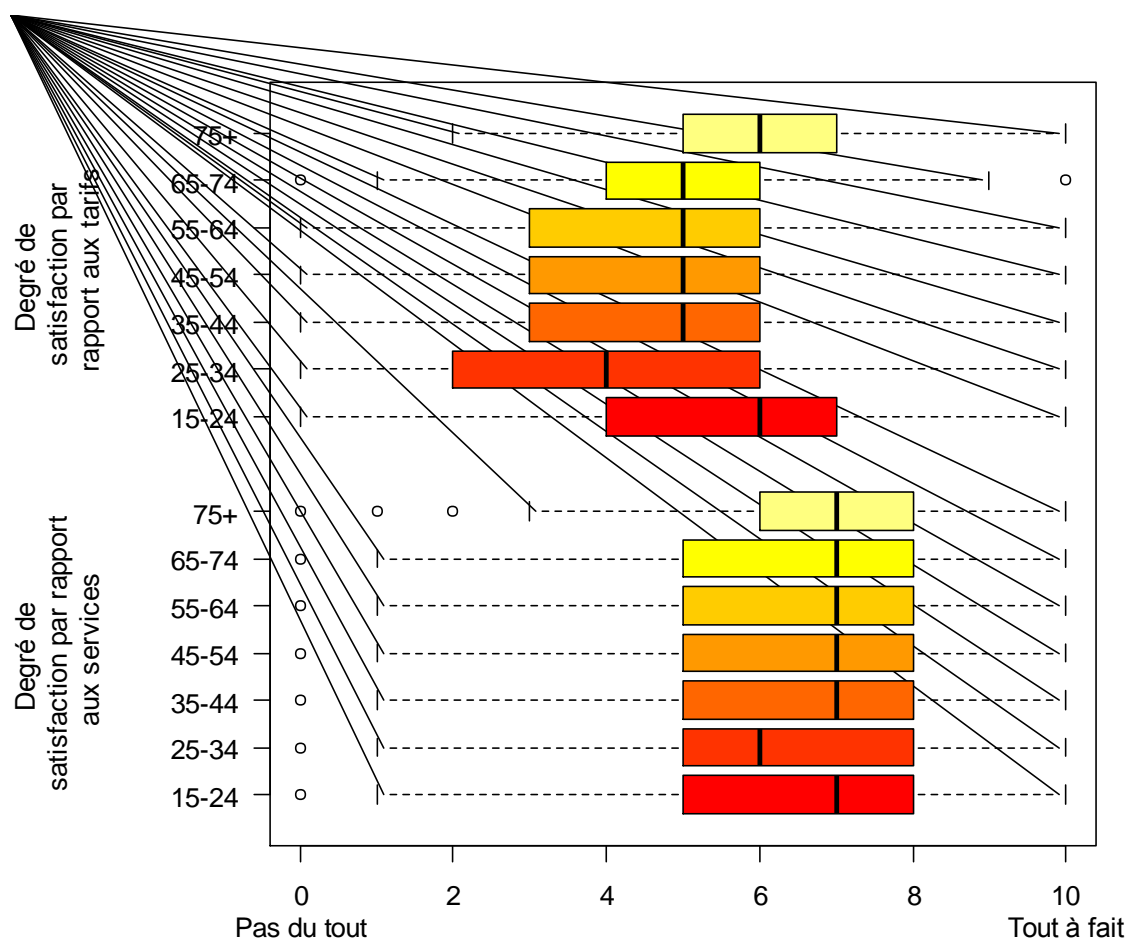
Graphe 16 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Degré de satisfaction par rapport aux tarifs	0	3	5	7	10	4.7	997	226	43
Degré de satisfaction par rapport aux services	0	5	7	8	10	6.2	1053	163	50

Tableau 5 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs

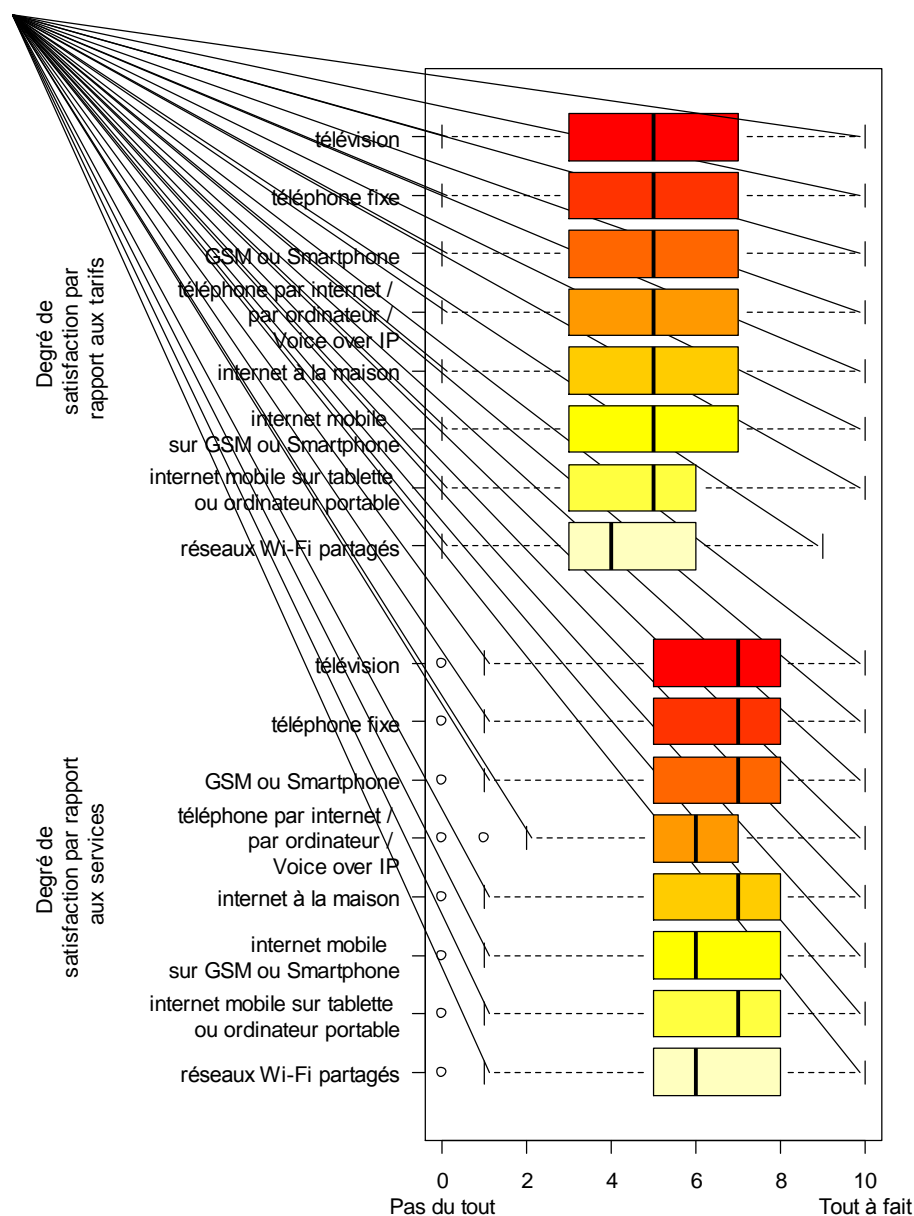
Le graphe et le tableau ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée pour les 2 variables. 82% des répondants ont donné une réponse à l'item « Degré de satisfaction par rapport aux tarifs » et 18% se sont déclarés « Sans avis ». 87% des répondants ont donné une réponse à l'item « Degré de satisfaction par rapport aux services » et 13% se sont déclarés « Sans avis ».

Il ressort de ce graphe que la satisfaction est plus élevée par rapport aux services que par rapport aux tarifs. On observe qu'il y a autant d'insatisfaits (satisfaction < 5/10) que de satisfaits (satisfaction > 5/10) par rapport aux tarifs alors qu'ils sont plus de 75% de satisfaits par rapport aux services. Notons également le grand nombre de répondant qui sont sans avis sur la question. La corrélation entre les deux items est moyenne ($r=0.423$).



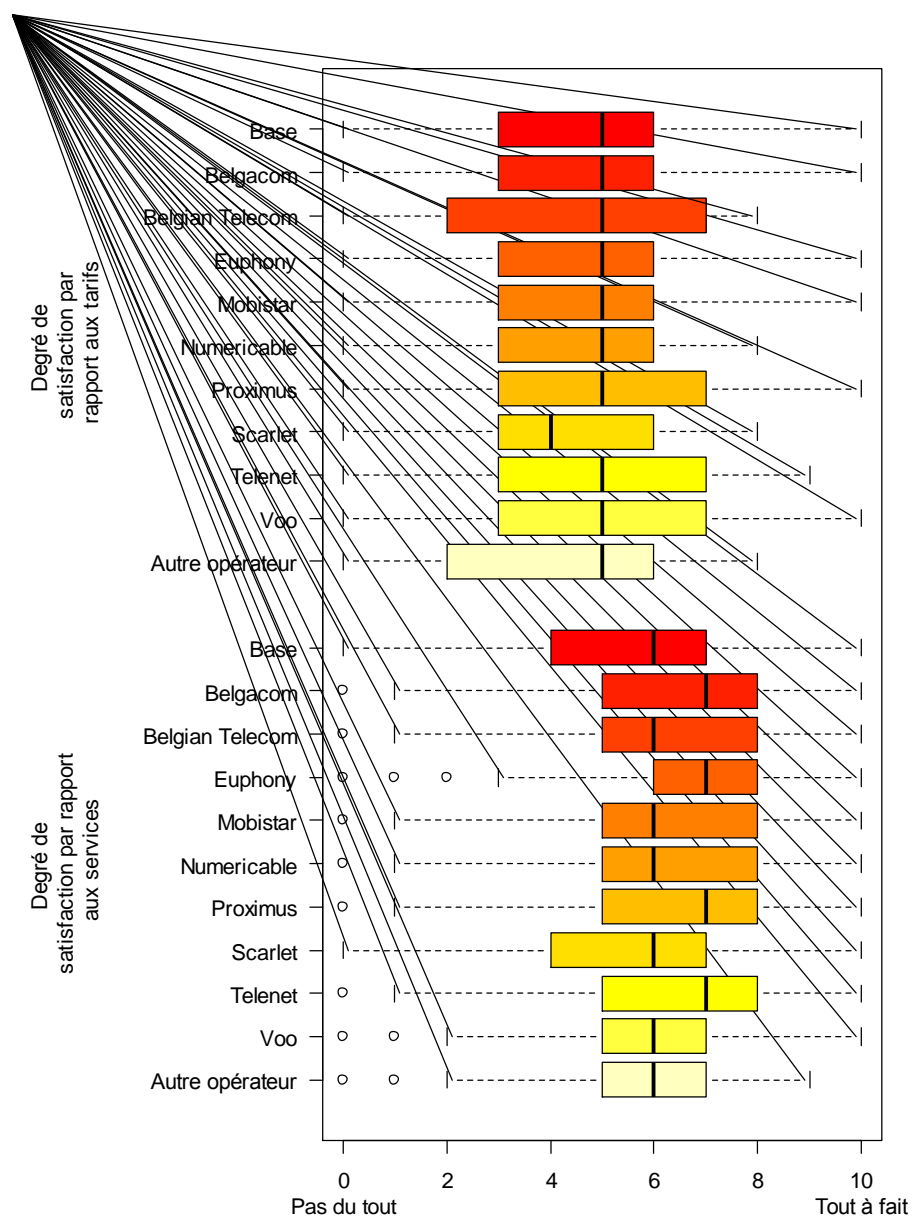
Graphique 17 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs par âge

Le graphique ci-dessus nous indique que l'on trouve le plus d'insatisfaits par rapport aux tarifs parmi les 25-34 ans. Pour les autres générations, la satisfaction augmente avec l'âge. On note également que les 15-24 ans sont parmi les plus satisfaits. La satisfaction par rapport aux services reste globalement stable avec l'âge. Il n'y a pas de différence du même type entre les sexes et les Régions.



Graphe 18 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs par service

Le graphe ci-dessus nous montre qu'il n'y a pas de différence marquante au niveau de la satisfaction par rapport au service utilisé. Seuls les utilisateurs de Wi-Fi partagé et de 3G sur tablette ou ordinateur portable semblent un petit peu moins satisfaits des tarifs disponibles. Au niveau de la satisfaction à l'égard des services, rien de particulier n'est à remarquer. Les questions traitées dans le graphe ci-dessus n'ont pas été posées par service mais de manière globale. Les réponses des personnes disposant de plusieurs services sont donc incluses dans plusieurs boxplots. Cela a pour conséquence qu'il est impossible de garantir que la réponse associée à chaque service reflète à 100% la réalité de celui-ci. Cependant, nous pouvons affirmer, par exemple, qu'aucun utilisateur des réseaux Wi-Fi partagé n'est tout à fait satisfait des tarifs. Notons qu'il en va de même pour toutes les autres analyses distinguant les réponses par service ou par opérateur (graphe suivant).

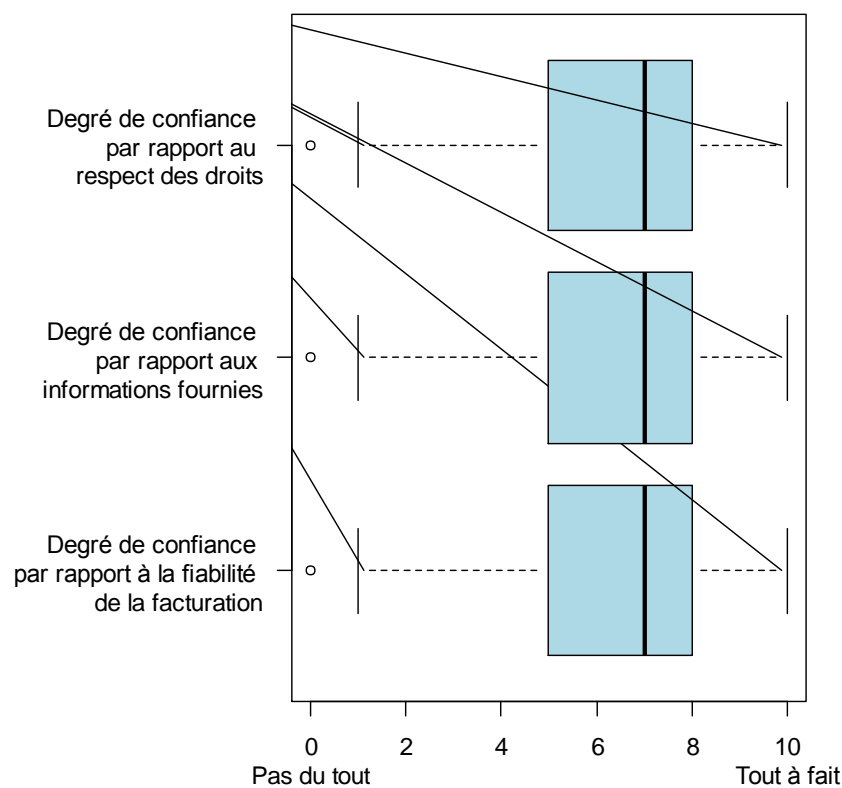


Graphe 19 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs par opérateur

Le graphe ci-dessus illustre la répartition des réponses en fonction de l'opérateur utilisé (seuls les opérateurs dépassant 1% d'utilisation à la deuxième question du questionnaire sont repris). On constate une répartition globalement similaire. Au niveau des utilisateurs de Belgian Telecom, Numericable et Scarlet, la satisfaction maximale à l'égard des tarifs disponibles est de 8 contre 10 ailleurs mis à part Telenet qui présente un maximum de 9. Les médianes sont toutes similaires sauf pour Scarlet. Pour ce qui est de la satisfaction à l'égard des services fournis, c'est à nouveau Scarlet, suivi cette fois par Base, qui a un minimum inférieur aux autres opérateurs bien que les médianes des deux opérateurs restent au même niveau que les autres.

3.2. Confiance quant au respect des droits, à l'information et à la fiabilité de la facturation

La deuxième question de cette section sur la satisfaction et les problèmes rencontrés concerne la confiance des utilisateurs. Elle était formulée comme suit: *Dans quelle mesure faites-vous confiance à votre opérateur par rapport a) au respect de vos droits en tant que consommateur? b) aux informations qu'il vous fournit? c) à la fiabilité de la facturation?* Pour chaque item, la réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés « Pas du tout satisfait » pour 0 et « Tout à fait satisfait » pour 10. Une case « Sans avis » était également proposée.



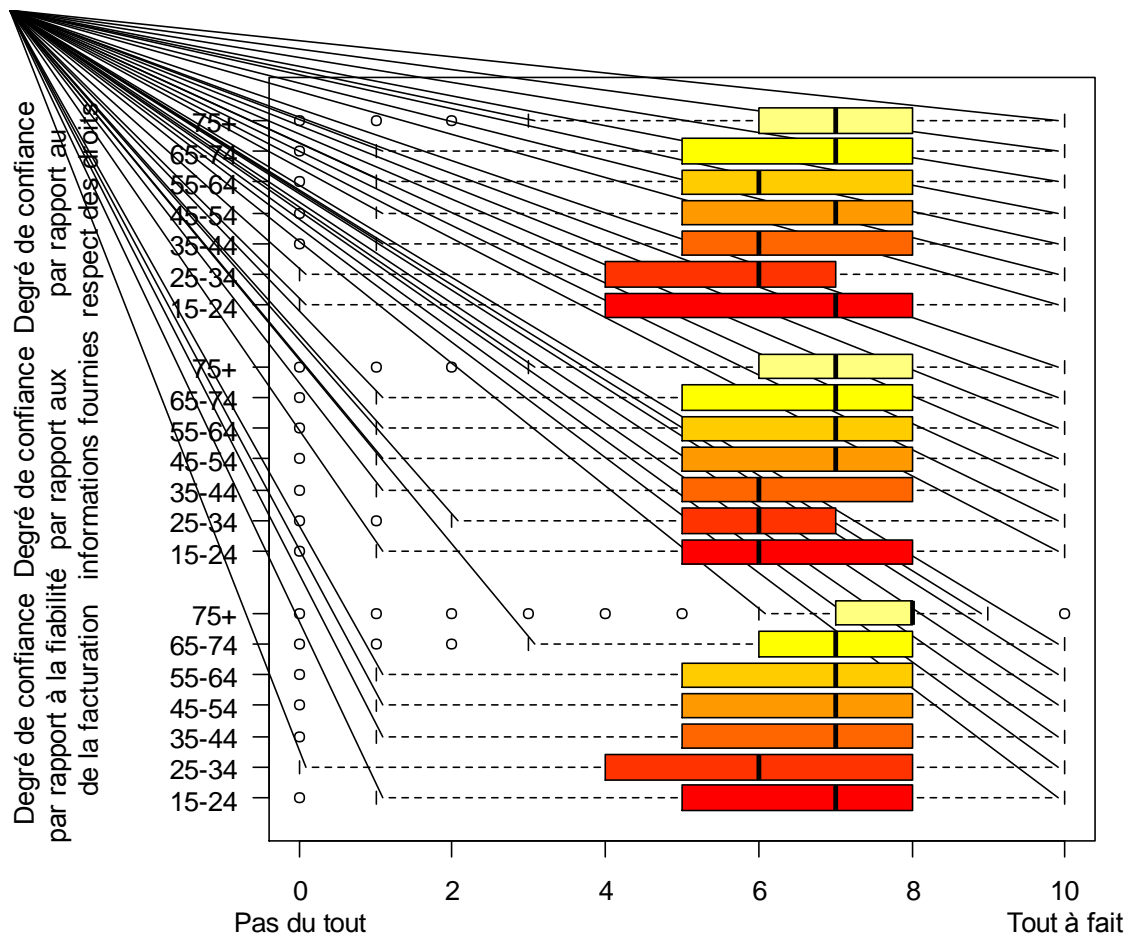
Graphe 20 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans	NAs
Degré de confiance par rapport au respect des droits	0	5	7	8	10	6.1	1046	171	48
Degré de confiance par rapport aux informations four-	0	5	7	8	10	6.1	1112	107	47
Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la fac-	0	5	7	8	10	6.5	1115	109	42

Tableau 6 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits

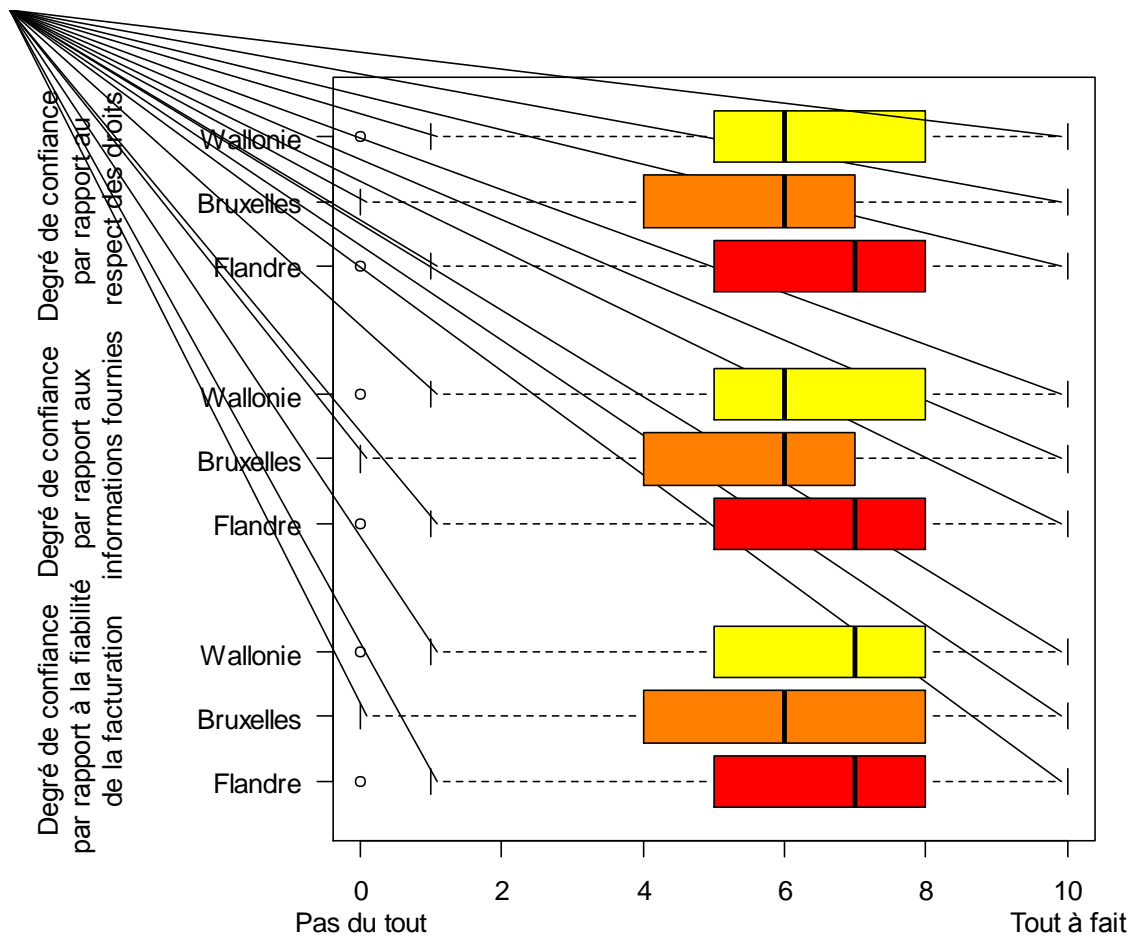
Le graphe et Le tableau ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée pour les 3 variables. 86% des répondants ont donné une réponse à l'item « Degré de confiance par rapport au respect des droits » et 14% se sont déclarés « Sans avis ». 91% des répondants ont donné une réponse à l'item « Degré de confiance par rapport aux informations fournies » et 9% se sont déclarés « Sans avis ». 91% des répondants ont donné une réponse à l'item « Degré de confiance par rapport à la fiabilité » de la facturation et 9% se sont déclarés « Sans avis ».

La corrélation entre tous les items est forte (r est compris entre 0.605 et 0.685). Il ressort de ce graphe que la confiance est généralement élevée: 75% des répondants sont moyennement confiants à très confiants, quel que soit l'item. Rien ne différencie significativement les items proposés.



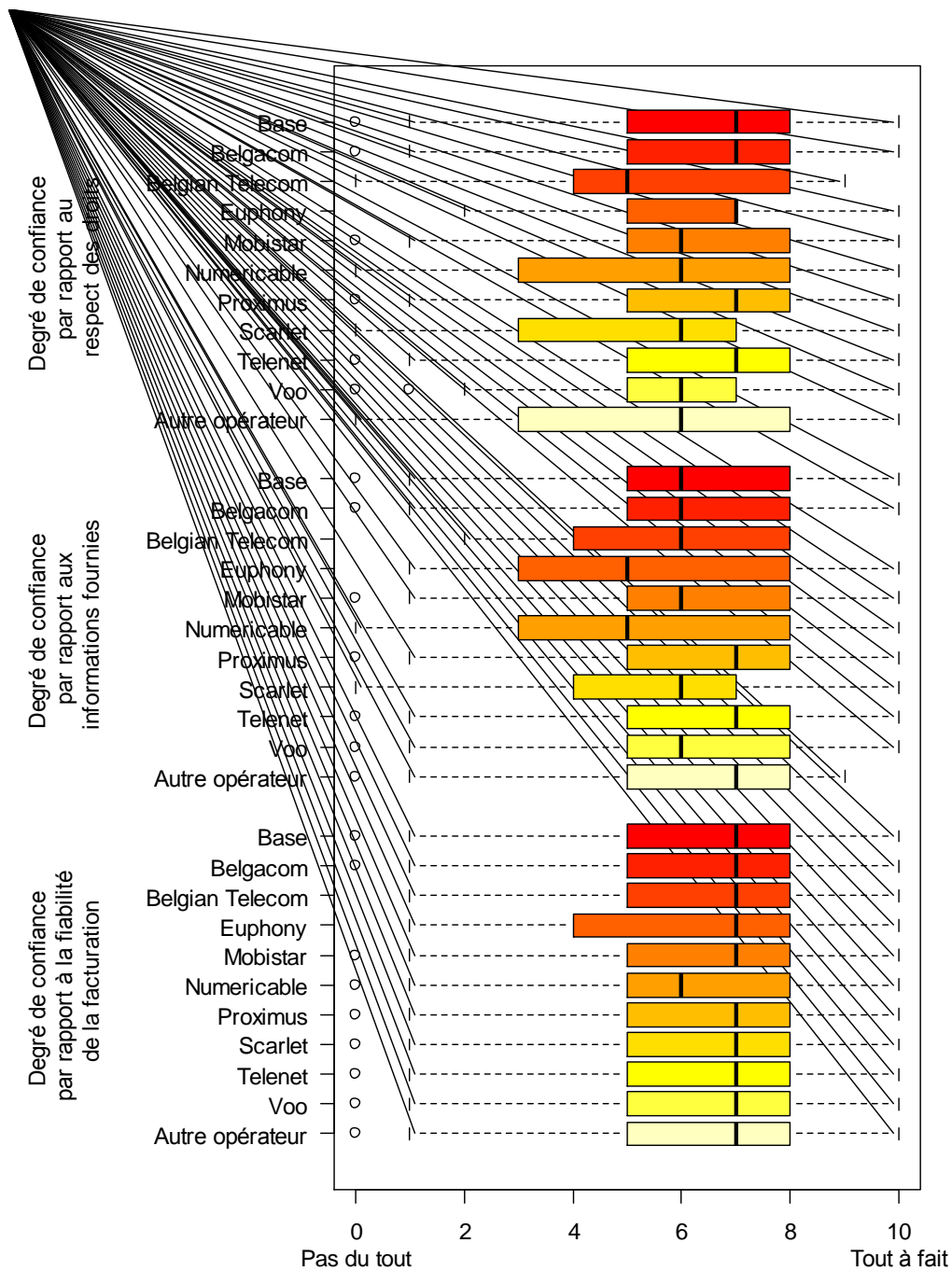
Graphe 21 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par âge

Tout comme dans l'analyse de la satisfaction qui a précédé, le graphe ci-dessus nous indique que la confiance augmente avec l'âge; et ce d'autant plus au niveau de la fiabilité de la facturation que des informations fournies. Les plus méfiants sont à nouveau les 25-34 ans. La satisfaction par rapport aux services reste globalement stable avec l'âge. Il n'y a pas de différence entre les sexes.



Graphe 22 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par Région

Au niveau des Régions, Bruxelles présente une confiance généralement plus basse. À l'inverse, la Flandre rassemble les répondants les plus confiants.

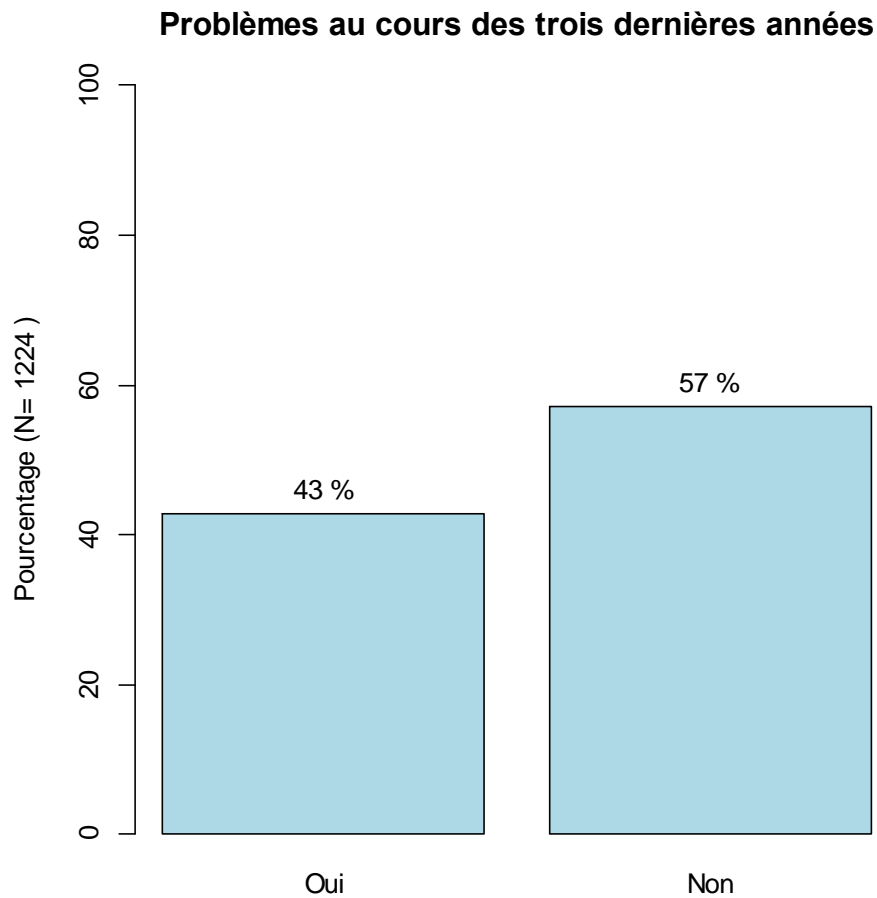


Graphe 23 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par opérateur

L'analyse de la confiance en fonction du service utilisé ne montre aucune différence marquante. Par contre, le graphe ci-dessus illustre la répartition des réponses en fonction de l'opérateur utilisé et on retrouve à nouveau les mêmes opérateurs du côté inférieur de l'échelle.

3.3. Les consommateurs ont-ils eu des problèmes avec leur(s) opérateur(s) au cours des 3 dernières années?

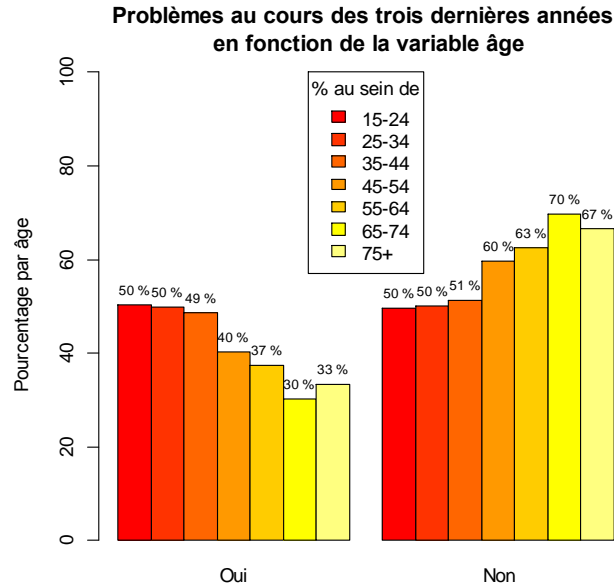
La troisième question de cette section concerne les problèmes rencontrés par les utilisateurs. Elle était formulée comme suit: *Au cours des trois dernières années, avez-vous rencontré un ou des problème(s) avec votre opérateur?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*. Cette question constituait un filtre pour la question suivante.



Grappe 24 : Problèmes au cours des trois dernières années

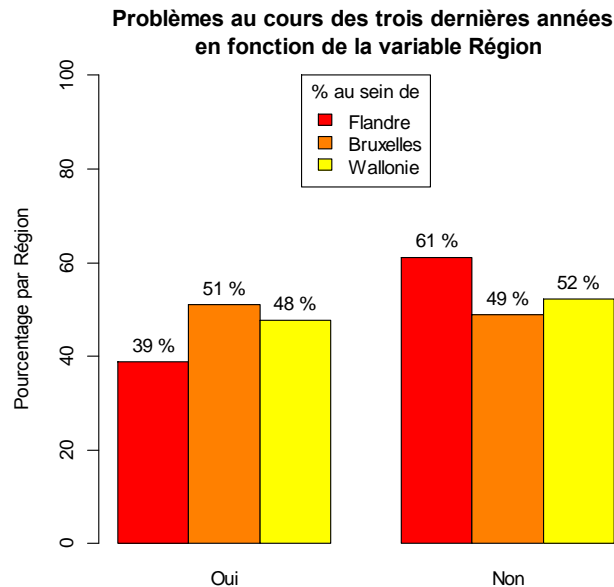
Le graphe ci-dessus nous montre que 43% des répondants ont sélectionné la réponse « Oui », 57% ont sélectionné « Non ».

Il semble donc qu'une majorité de répondants n'a pas rencontré de problèmes au cours des 3 dernières années.



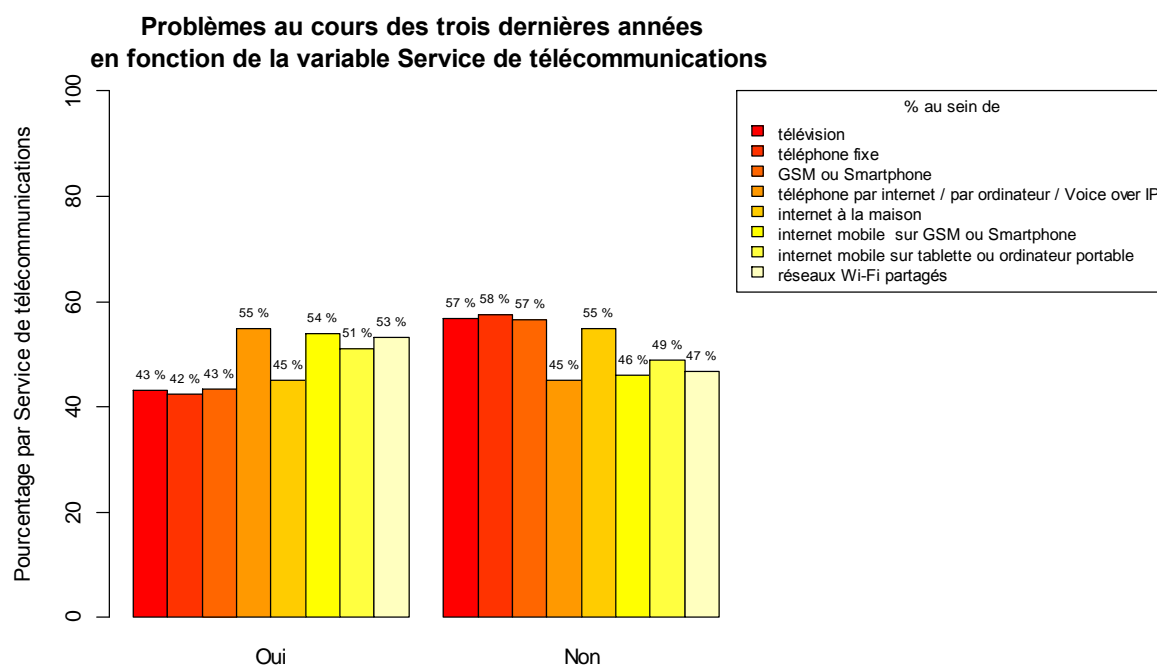
Graphe 25 : Problèmes au cours des trois dernières années en fonction de la variable âge

Le graphe ci-dessus illustre les grandes différences dans les réponses selon la catégorie d'âge. Les jeunes adultes ont clairement eu plus de problèmes que leurs aînés. Ceci reste en accord avec les conclusions des 2 questions précédentes qui nous montraient que la confiance et la satisfaction augmentent avec l'âge.



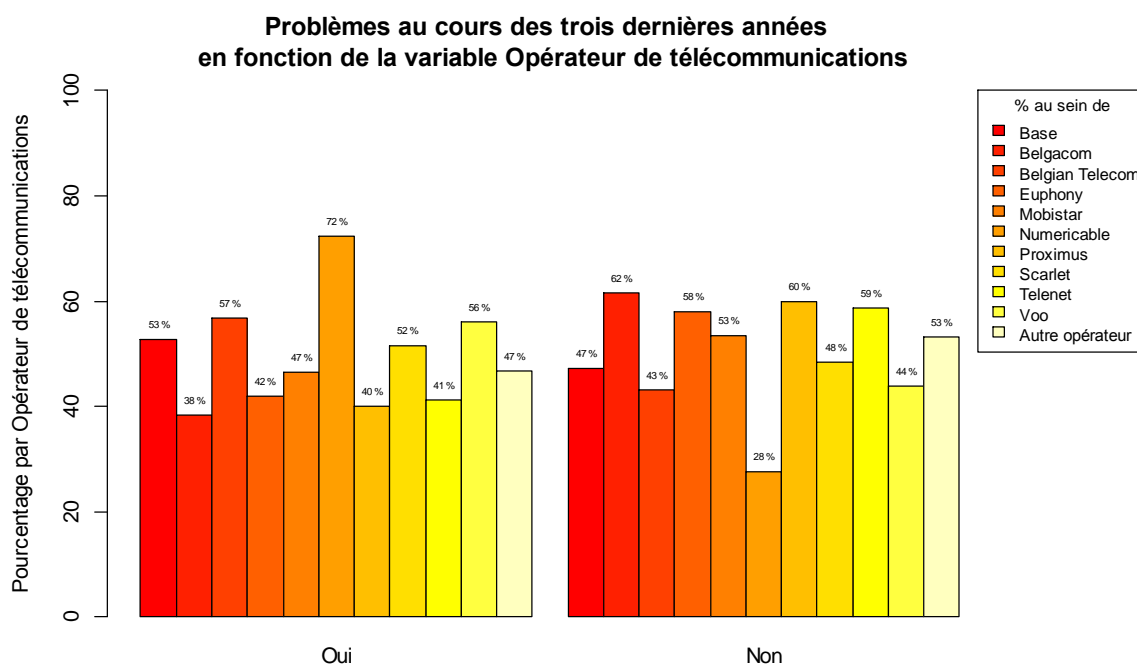
Graphe 26 : Problèmes au cours des trois dernières années en fonction de la variable Région

Au niveau des Régions, Bruxelles présente un taux de problème plus élevé. À l'inverse, la Flandre rassemble les répondants ayant eu le moins de problèmes. Au niveau de la variable sexe, il n'y a rien de particulier à signaler. Cette variable n'a donc pas d'influence.



Graphe 27 : Problèmes au cours des trois dernières années en fonction de la variable Service de télécommunication

Le graphe ci-dessus nous indique que les utilisateurs des technologies les plus récentes sont ceux qui rencontrent le plus de problèmes. Par ailleurs, les 4 services les plus utilisés dans la population (GSM, télévision, Internet à la maison et téléphone fixe) sont ceux pour lesquels il semble y avoir le moins de problèmes.

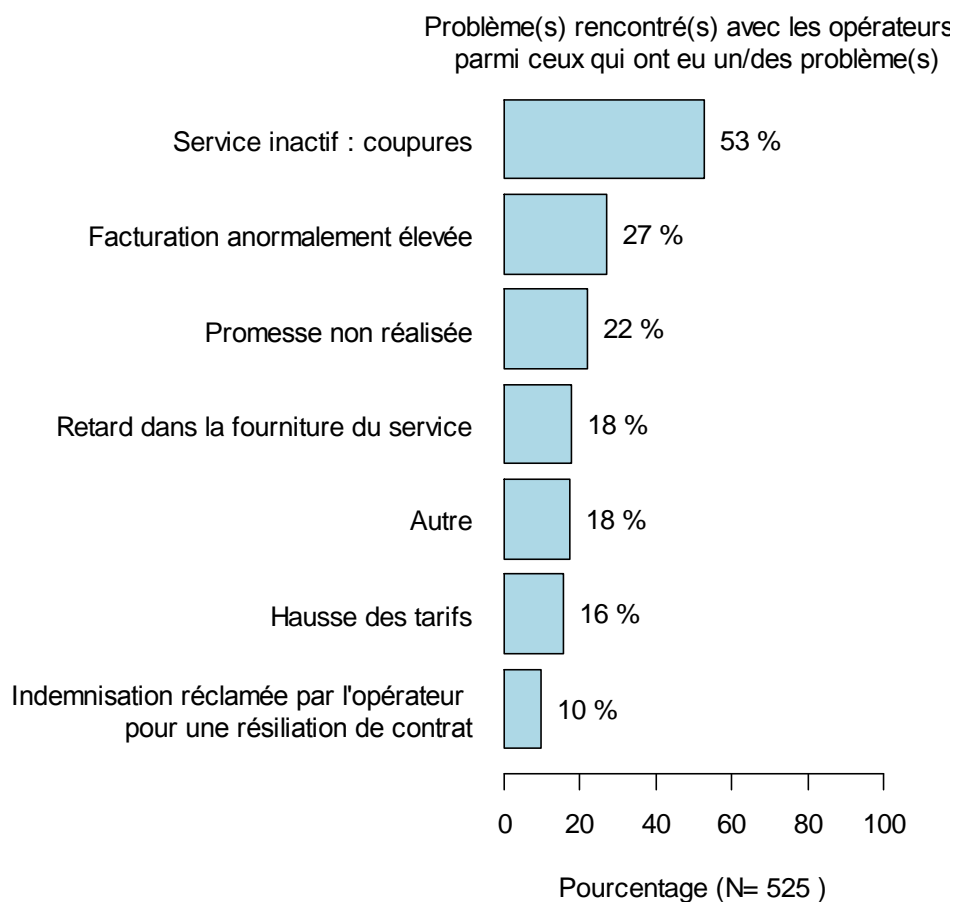


Graph 28 : Problèmes au cours des trois dernières années en fonction de la variable Opérateur de télécommunication

Le graphique ci-dessus nous montre que tous les opérateurs présentent plus ou moins la même occurrence de problèmes .

3.4. Types de problèmes rencontrés auprès des opérateurs

La quatrième question de cette section porte sur les types de problèmes rencontrés auprès des opérateurs. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré à la question précédente avoir rencontré un ou des problèmes au cours des 3 dernières années. Seuls 43% des répondants (525 individus après pondération) sont donc concernés par cette question. La question était formulée dans la suite de la précédente comme suit: *Si oui, le(s)quel(s)? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Facturation anormalement élevée; Hausse des tarifs insuffisamment annoncée; Retard dans la fourniture du service; Promesse non réalisée; Indemnisation réclamée par l'opérateur pour une résiliation de contrat; Service inactif / coupures; Autre.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte.

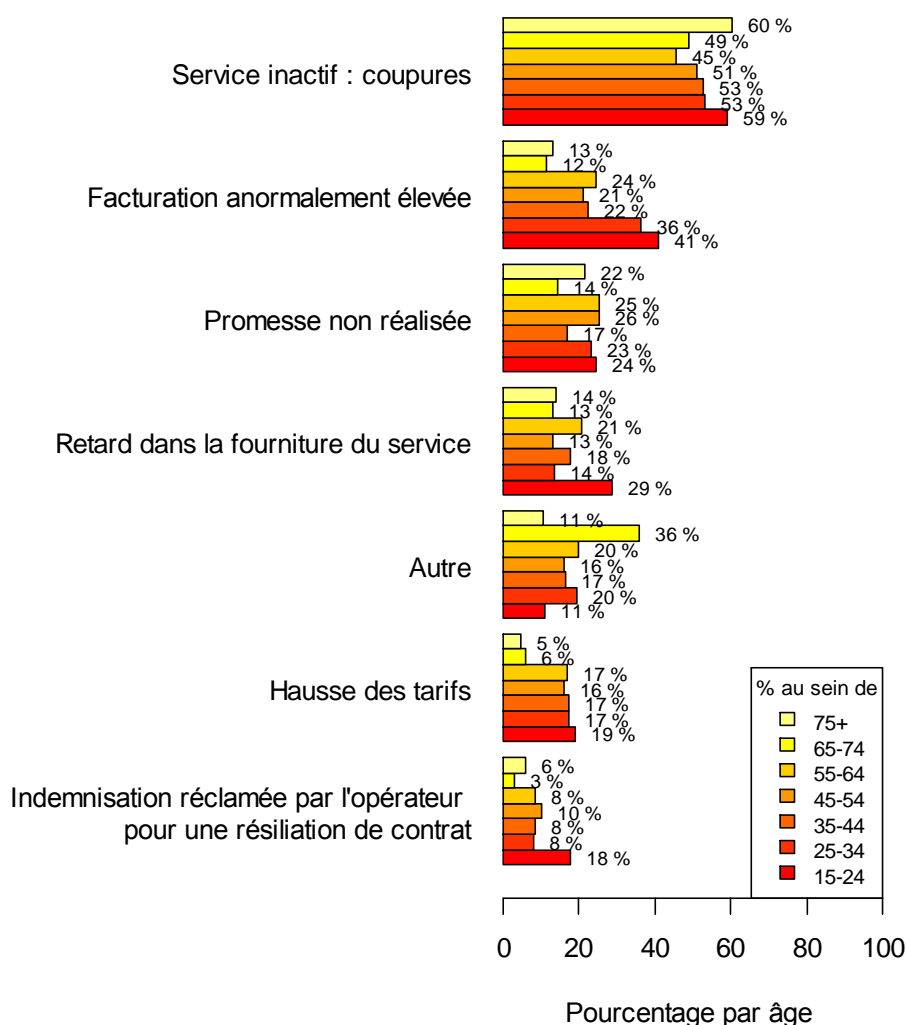


Grphe 29 : Problème(s) rencontré(s) avec les opérateurs parmi ceux qui ont eu un/des problème(s)

Le graphe ci-dessus nous montre que 53% de ceux qui ont rencontré un/des problème(s) (23% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Service inactif : coupures », 27% (12%) ont sélectionné « Facturation anormalement élevée », 22% (10%) ont sélectionné « Promesse non réalisée », 18% (8%) ont sélectionné « Retard dans la fourniture du service », 18% (8%) ont sélectionné « Autre », 16% (7%) ont sélectionné « Hausse des tarifs », 10% (4%) ont sélectionné « Indemnisation réclamée par l'opérateur pour une résiliation de contrat ».

Nous constatons qu'un seul type de problème ressort du lot: plus d'un répondant sur deux parmi ceux ayant eu au moins un problème ces trois dernières années ont eu, à un moment donné, leur service inactif dû à une coupure.

Problème(s) rencontré(s) avec les opérateurs
parmi ceux qui ont eu un/des problème(s)
par âge



Graph 30 : Problème(s) rencontré(s) avec les opérateurs parmi ceux qui ont eu un/des problème(s) par âge

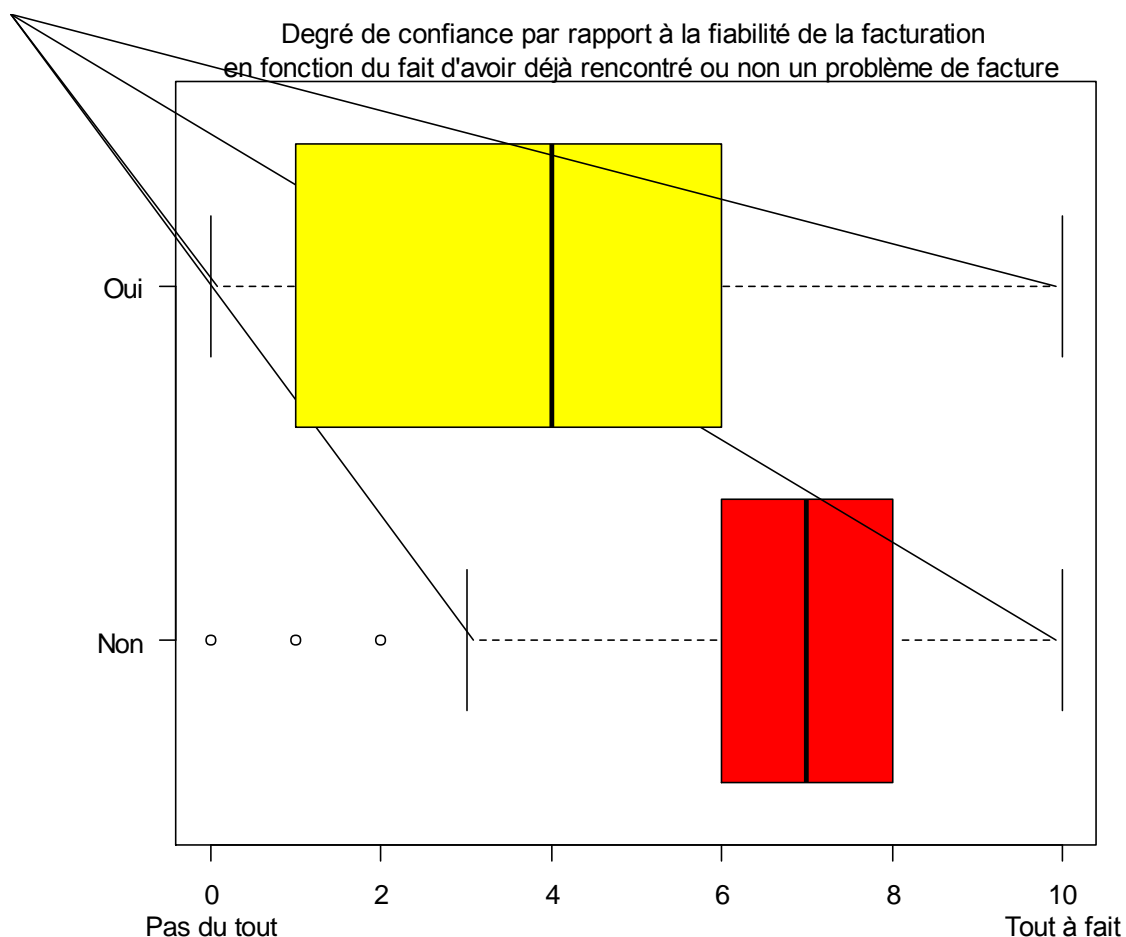
L'analyse des types de problèmes rencontrés en fonction de l'âge des répondants montre que la plupart des problèmes sont transgénérationnels, mis à part les factures jugées anormalement élevées. Ces dernières apparaissent chez 36 à 41% des 15-34 ans contre seulement 12 à 13% des plus de 65 ans. La répartition des types de problèmes par Région et par sexe n'apporte aucune information.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de problèmes rencontrés au cours des 3 dernières années	1	1	1	2	6

Tableau 7 : Nombre de problèmes rencontrés au cours des 3 dernières années

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 6 critères de choix parmi les 7 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 13% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères.

L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison. Par ailleurs, les rares combinaisons citées associent toujours le service inactif à un autre problème. L'analyse des associations les plus fréquentes en fonction de l'âge, du sexe et de la Région n'apporte rien de nouveau non plus.

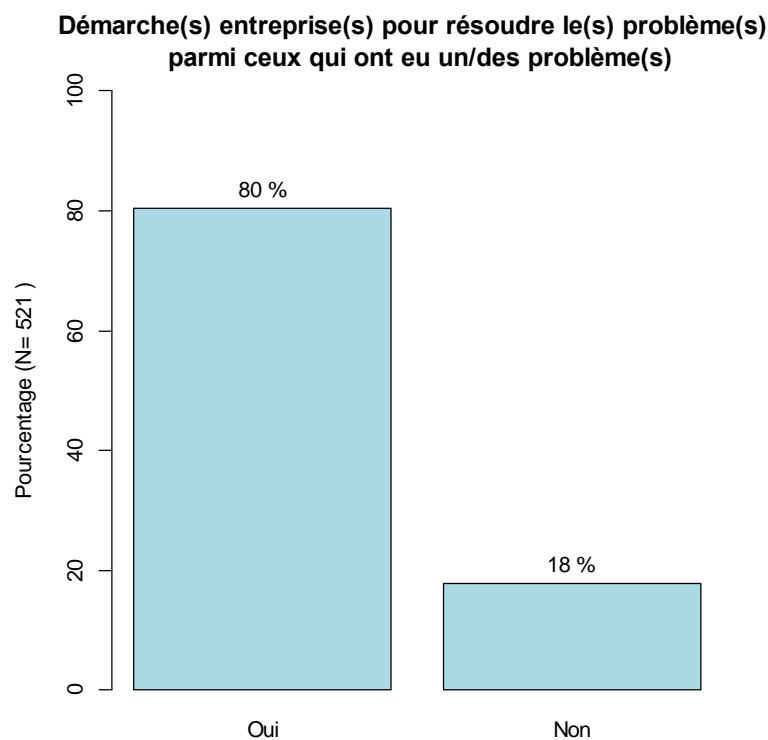


Graph 31 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation en fonction du fait d'avoir déjà rencontré ou non un problème de facture

Le graphe ci-dessus nous montre des différences flagrantes apparaissant au niveau de la confiance dans la fiabilité de la facturation lorsque l'on discrimine en fonction du fait d'avoir déjà rencontré ou non un problème de facture anormalement élevée.

3.5. Les consommateurs qui ont eu des problèmes avec leur opérateur au cours des 3 dernières années ont-ils entrepris des démarches?

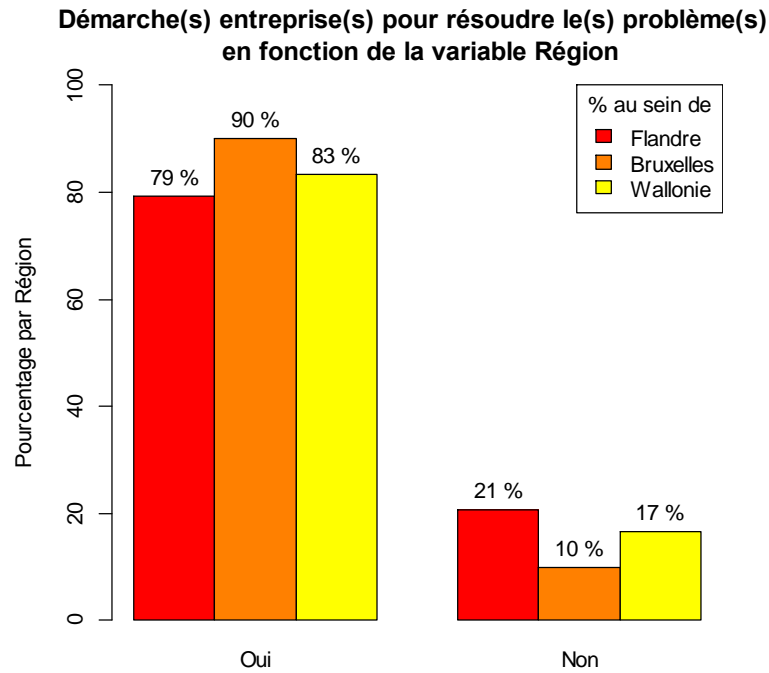
La cinquième question de cette section porte sur les démarches entreprises suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir rencontré un problème au cours des 3 dernières années. Seuls 43% des répondants (525 individus après pondération) sont donc à nouveau concernés par cette question. La question était formulée comme suit: *Dans cette situation, avez-vous entrepris une ou des démarche(s) pour tenter de résoudre le(s) problème(s)?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*. Cette question constituait un filtre pour la suivante.



Graphe 32 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) parmi ceux qui ont eu un/des problème(s)

Le graphe ci-dessus nous montre que 80% de ceux qui ont eu un/des problème(s) (35% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Oui », 18% (8%) ont sélectionné « Non ».

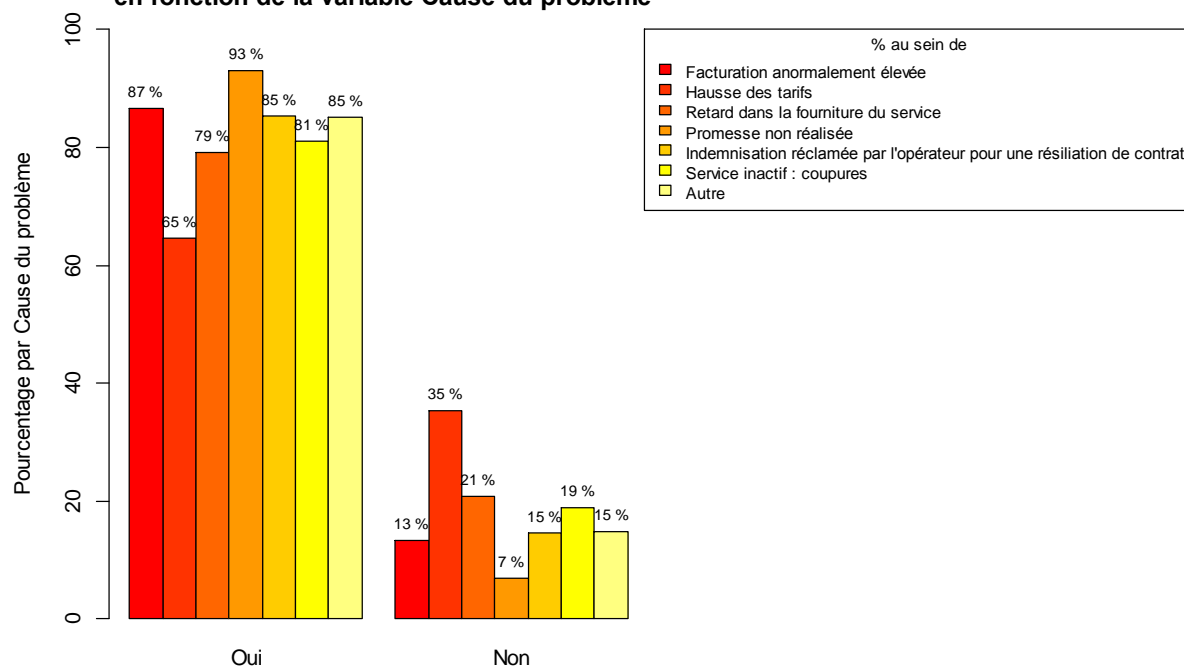
Il semble donc qu'une majorité des répondants ayant rencontré des problèmes au cours des 3 dernières années a entrepris des démarches pour essayer de les résoudre.



Grphe 33 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) en fonction de la variable Région

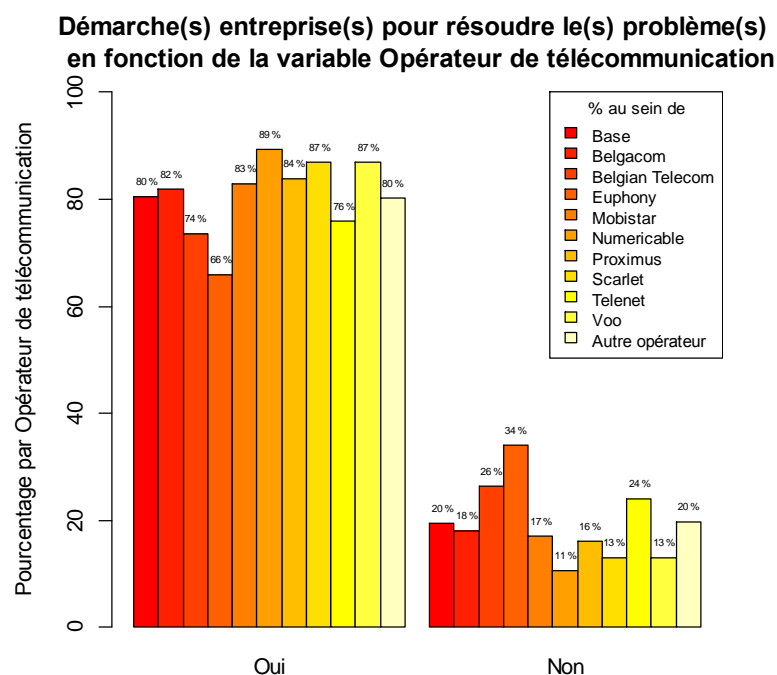
Le graphe ci-dessus illustre des différences dans les réponses selon la Région: les consommateurs de la Région bruxelloise étant 11% de plus qu'en Flandre à avoir entrepris des démarches. Il n'y a par contre pas beaucoup de différence par catégorie d'âge ou par sexe.

Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) en fonction de la variable Cause du problème



Graph 34 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) en fonction de la variable Cause du problème

Le graphique ci-dessus est particulièrement intéressant car il permet de visualiser face à quel type de problème des démarches ont été entreprises. Les promesses non réalisées et les factures anormalement élevées semblent être les plus associées à des démarches réelles. À l'inverse, seuls deux individus sur trois contestent effectivement une hausse de tarif. Ceci peut s'expliquer par le fait que l'ancienne loi autorisait un départ sans frais uniquement si la hausse tarifaire excédait l'indice des prix à la consommation (IPC). Vu le changement de loi intervenu cet été, il sera intéressant de comparer ces résultats à ceux de l'an prochain. Enfin, malgré cette limite légale encore active lors de la récolte des données, nous verrons dans la quatrième partie du questionnaire que peu de répondants sont au courant qu'ils peuvent quitter leur opérateur sans frais en cas de hausse de prix. Ces deux questions illustrent clairement un manque d'information face aux démarches à entreprendre.



Grphe 35 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) en fonction de la variable Opérateur de télécommunication

Le graphe ci-dessus montre quelques différences entre opérateurs que nous ne parvenons pas à expliquer. L'analyse en fonction des services utilisés ne présente pas de différence notable.

3.6. Types de démarches entreprises suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs

La question suivante porte sur les types de démarches entreprises suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir entrepris des démarches à la question précédente. Seuls 34% des répondants (427 individus après pondération) ayant entrepris des démarches sont donc concernés par cette question. La question était formulée comme suit: *Si oui, quelles démarches avez-vous entreprises? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes: *J'ai écrit une lettre à l'opérateur (envoi ordinaire); J'ai écrit une lettre recommandée à l'opérateur; J'ai pris contact avec l'opérateur (par téléphone, e-mail ou via une page Web); Je me suis rendu dans un point de vente de l'opérateur; J'ai introduit une plainte auprès du Service de médiation pour les télécommunications; J'ai introduit une plainte auprès de l'IBPT; J'ai introduit une plainte auprès du Service Public Fédéral Économie; J'ai introduit une plainte auprès d'une association de consommateurs; J'ai introduit une plainte en justice; Autre.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte.



Graphe 36 : Démarches entreprises suite à un problème parmi ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et ont entrepris des démarches

Le graphe ci-dessus nous montre que 84% de ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et ont entrepris des démarches pour le(s) résoudre (68% de ceux qui ont rencontré un problème; 29% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Contact téléphonique, e-mail ou via page web », 32% (26% ; 11%) ont sélectionné « Point de vente de l'opérateur », 10% (8% ; 4%) ont sélectionné « Lettre recommandée à l'opérateur », 9% (8% ; 3%) ont sélectionné « Lettre à l'opérateur », 6% (4% ; 2%) ont sélectionné « Service de médiation », 4% (4% ; 2%) ont sélectionné « Autre », 1% (1% ; 0.4%) ont sélectionné « Plainte auprès d'une association de consommateurs », 1% (0.8% ; 0.3%) ont sélectionné « Plainte auprès du SPF Économie », 0.2% (0.1% ; 0.1%) ont sélectionné « Plainte en justice », 0.2% (0.1% ; 0.1%) ont sélectionné « Plainte auprès de l'IBPT ».

Nous constatons qu'un seul type de démarche ressort du lot : la prise de contact par téléphone, e-mail ou via le site Web de l'opérateur. Dans une moindre mesure, les plaignants se sont également rendus dans le point de vente de l'opérateur. L'analyse des types de problèmes rencontrés en fonction de l'âge, du sexe et de la Région ne révèle pas beaucoup de différences d'un groupe à l'autre.

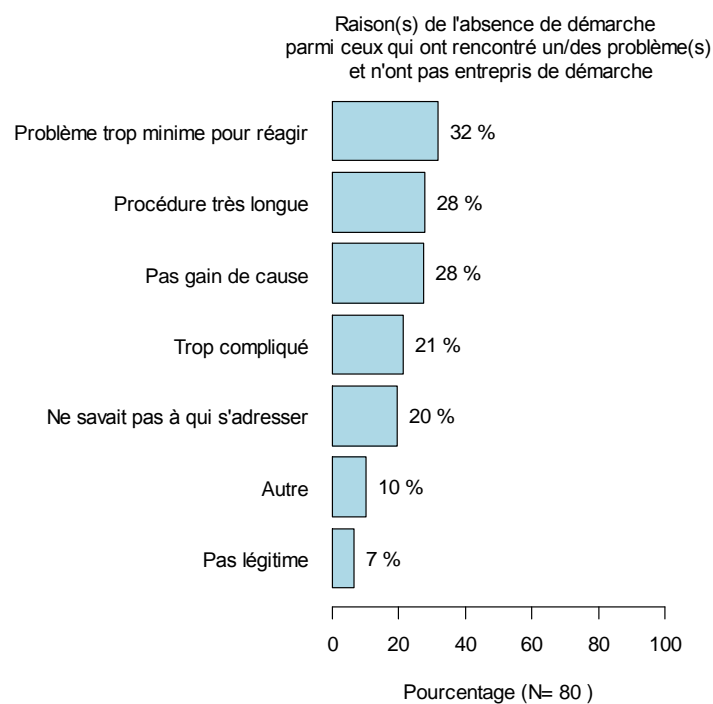
	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de démarches entreprises pour résoudre les problèmes	1	1	1	2	6

Tableau 8 : Nombre de démarches entreprises pour résoudre les problèmes

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 6 critères de choix parmi les 10 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 11% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères. L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison. Il n'y a par ailleurs pas de combinaison largement redondante.

3.7. Raisons pour lesquelles aucune démarche n'a été entreprise suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs

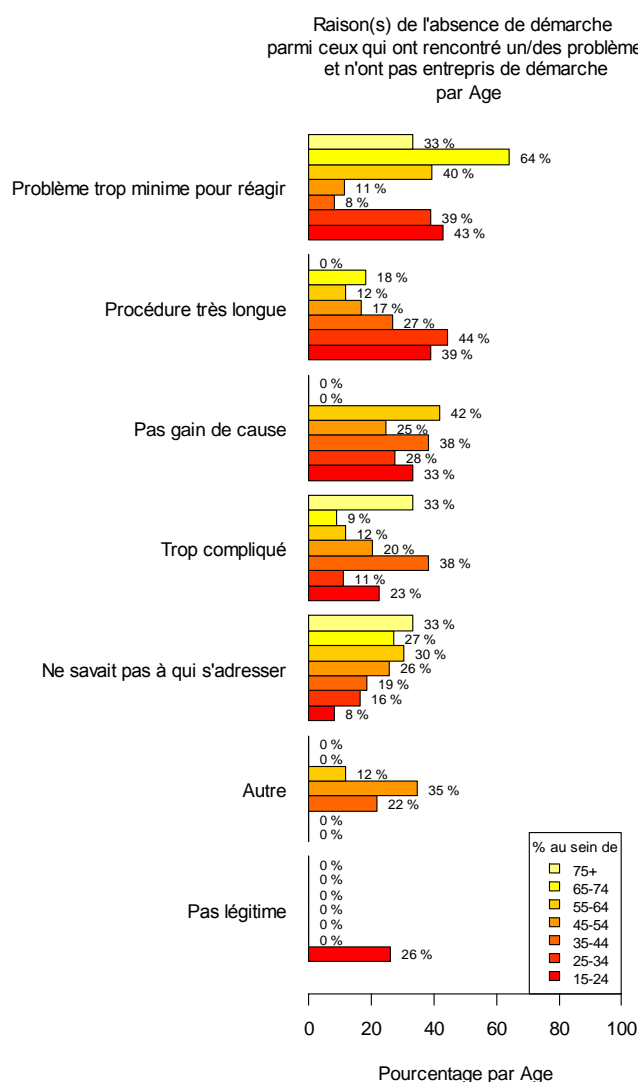
La question suivante porte sur les raisons pour lesquelles aucune démarche n'a été entreprise suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré ne pas avoir entrepris des démarches suite à au dernier problème rencontré. Seules 7% des personnes ayant eu un/des problème(s) avec leur(s) opérateur(s) (94 individus après pondération) sont donc concernées par cette question. La question était formulée comme suit dans le sillage de la précédente: *Si non, pour quelles raisons? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes: *J'estimais que ce n'était pas légitime; Je trouvais ça trop compliqué; J'ai pensé que je n'aurais pas gain de cause; J'ai eu peur d'une procédure très longue; Je trouvais le problème trop minime pour réagir; Je ne savais pas à qui m'adresser; Autre.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte.



Graphe 37 : Raison(s) de l'absence de démarche parmi ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et n'ont pas entrepris de démarche

Le graphe ci-dessus nous montre que 32% de ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et n'ont pas entrepris de démarche pour le(s) résoudre (5% de ceux qui ont rencontré un problème; 2% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Problème trop minime pour réagir », 28% (4% ; 2%) ont sélectionné « Procédure très longue », 28% (4% ; 2%) ont sélectionné « Pas gain de cause », 21% (3% ; 1%) ont sélectionné « Trop compliqué », 20% (3% ; 1%) ont sélectionné « Ne savait pas à qui s'adresser », 10% (2% ; 0.8%) ont sélectionné « Autre », 7% (1% ; 0.4%) ont sélectionné « Pas légitime ».

Nous constatons que les raisons sont diverses et qu'aucune ne se distingue vraiment des autres.



Graphe 38 : Raison(s) de l'absence de démarche parmi ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et n'ont pas entrepris de démarche par âge

L'analyse des types de problèmes rencontrés en fonction de l'âge des répondants montre que les plus âgés ne se donnent pas la peine de se plaindre car ils jugent le problème trop minime ou ne savent pas à qui s'adresser alors que les plus jeunes ont davantage peur de la longueur de la pro-

cedure. Notons que vu le peu de répondants, les pourcentages doivent être interprétés avec prudence. L'analyse par sexe et par Région n'a rien apporté de spécifique.

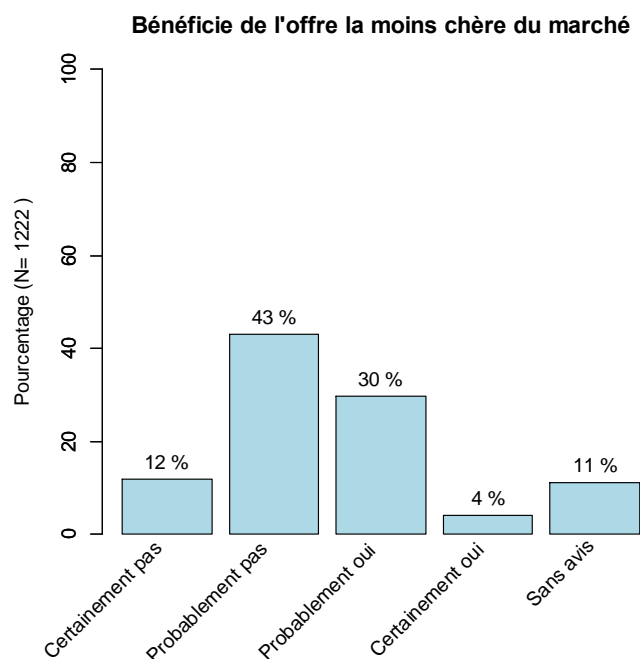
	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de raisons pour lesquelles aucune démarche n'a été entreprise	1	1	1	2	4

Tableau 9 : Nombre de raisons pour lesquelles aucune démarche n'a été entreprise

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 4 critères de choix parmi les 7 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 16% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères. L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

3.8. Les consommateurs pensent-ils bénéficier de l'offre la moins chère du marché?

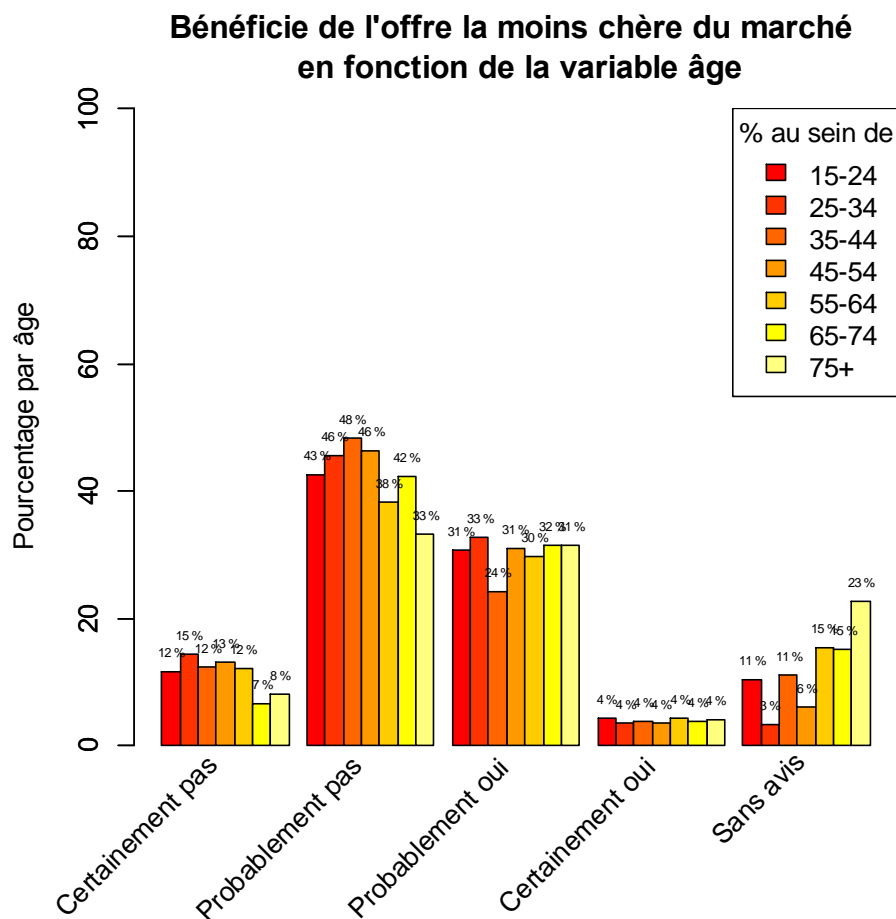
La sixième question de cette section porte sur le sentiment de bénéficier de l'offre la moins chère du marché. La question était formulée comme suit: *Pensez-vous bénéficier actuellement de l'offre la moins chère du marché en fonction de votre profil d'utilisation?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Certainement pas; Probablement pas; Probablement oui; Certainement oui; Sans avis.*



Grphe 39 : Bénéficie de l'offre la moins chère du marché

Le graphe ci-dessus nous montre que 43% des répondants ont sélectionné la réponse « Probablement pas », 30% ont sélectionné « Probablement oui », 12% ont sélectionné « Certainement pas », 11% ont sélectionné « Sans avis », 4% ont sélectionné « Certainement oui ».

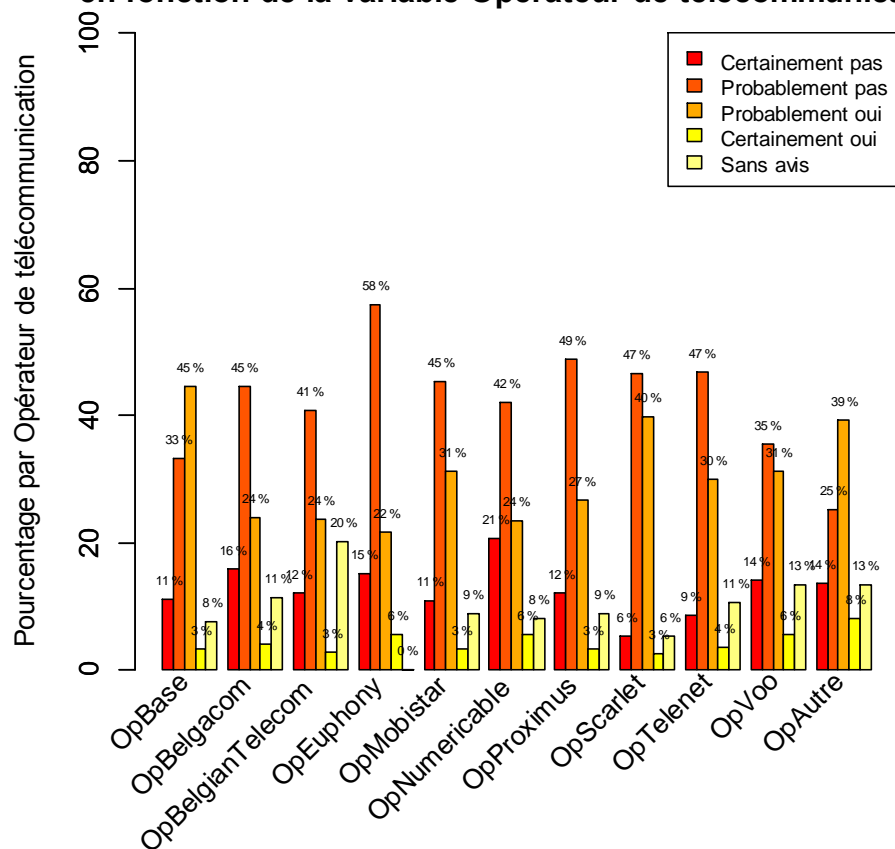
Il semble donc que les consommateurs n'estiment pas bénéficier de l'offre la moins chère du marché. Par ailleurs, lorsqu'ils pensent bénéficier de la meilleure offre, ils ne l'affirment pas avec certitude.



Graphe 40 : Bénéficie de l'offre la moins chère du marché en fonction de la variable âge

On constate un écart important entre le nombre de plus de 75 ans qui pensent ne probablement pas bénéficier de l'offre la moins chère du marché (33%) et la tranche d'âge 35-44 ans dont 48% sont de cet avis. Ce pessimisme se confirme avec la catégorie « Certainement pas ». L'analyse en fonction du sexe et de la Région n'apporte rien de nouveau.

Bénéficiaire de l'offre la moins chère du marché en fonction de la variable Opérateur de télécommunication



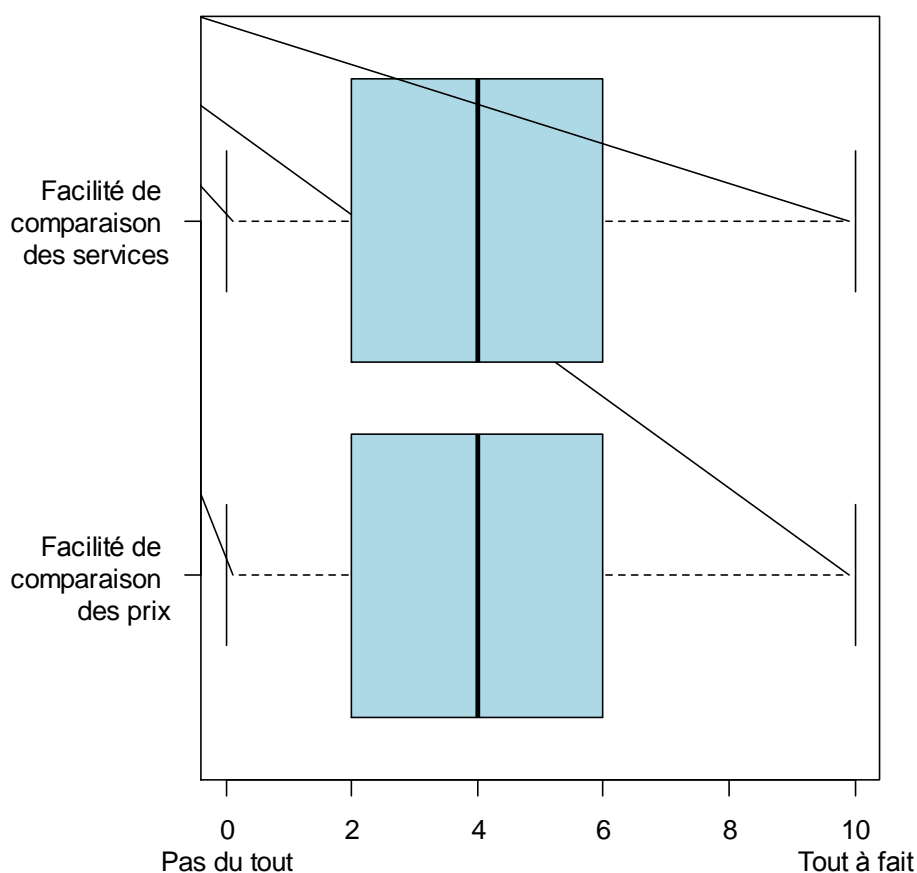
Grphe 41 : Bénéficiaire de l'offre la moins chère du marché en fonction de la variable Opérateur de télécommunication

Le graphe ci-dessus illustre les différences entre opérateur sur cette question. L'opérateur Base est loin devant avec 48% de note positive à très positive contre 34% en moyenne pour les autres opérateurs. La catégorie « Autres opérateurs » qui regroupe les opérateurs présents chez moins d'1% des répondants suit elle aussi une tendance similaire. Le trio de tête est complété par Scarlet. Euphony, Numericable, Belgacom et Proximus ferment quant à eux la marche à l'autre bout de l'échelle. L'analyse en fonction du service utilisé ne présente aucune différence marquante.

3.9. Facilité de comparaison des services et des prix

La septième question de la deuxième section concernait la facilité de comparaison des services et des prix et était formulée comme suit: *Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de comparer a) les services offerts par les différents opérateurs? b) les prix offerts par les différents opérateurs?* Pour chaque item, la réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à

11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés « Pas du tout facile » pour 0 et « Tout à fait facile » pour 10. Une case « Sans avis » était également proposée.



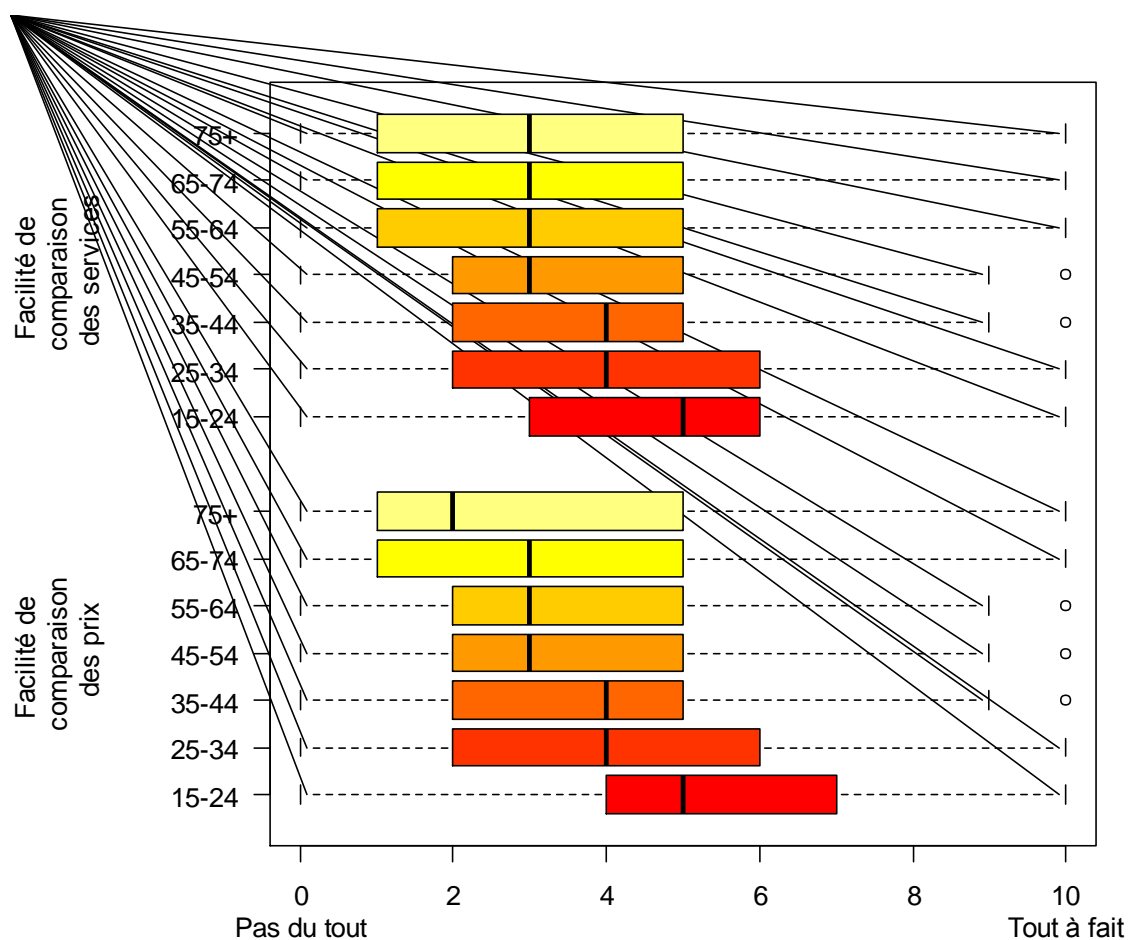
Grphe 42 : Facilité de comparaison des prix et Facilité de comparaison des services

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Facilité de comparaison des services	0	2	4	6	10	3.8	1063	148	55
Facilité de comparaison des prix	0	2	4	6	10	3.9	1063	149	53

Tableau 10 : Facilité de comparaison des prix et Facilité de comparaison des services

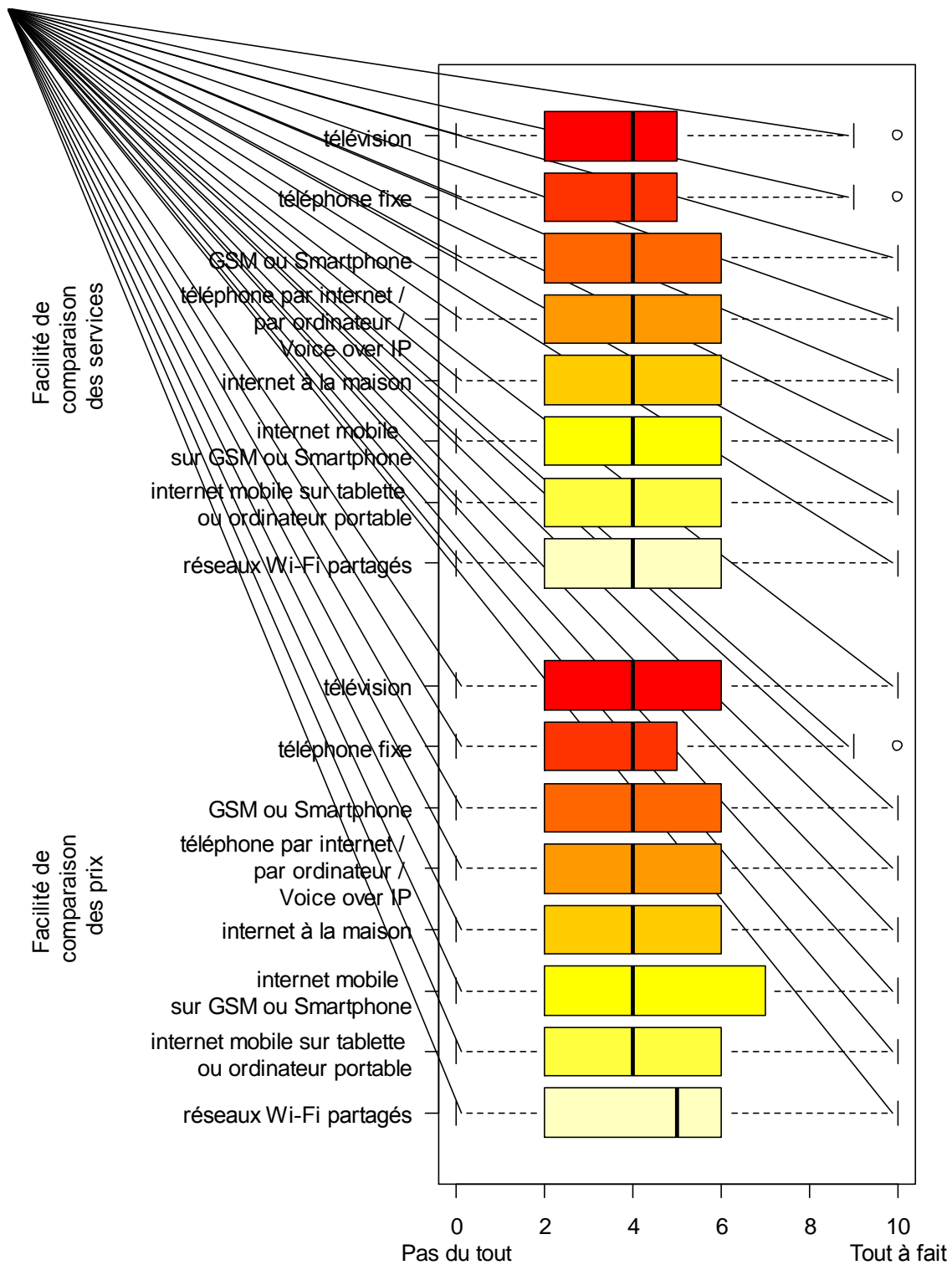
Le graphe et Le tableau ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée pour les 2 variables. 88% des répondants ont donné une réponse à l'item « Facilité de comparaison des services » et 12% se sont déclarés « Sans avis ». 88% des répondants ont donné une réponse à l'item « Facilité de comparaison des prix » et 12% se sont déclarés « Sans avis ».

La corrélation entre les deux items est très forte ($r=0.861$). Il ressort de ce graphe que la facilité de comparaison des prix est identique à celle des services. On observe que les consommateurs trouvent qu'il est relativement difficile de comparer les prix et les services (facilité < 4/10).



Graph 43 : Facilité de comparaison des prix et Facilité de comparaison des services par âge

Le graphique ci-dessus nous indique que la difficulté à comparer prix et services augmente avec l'âge. Il n'y a pas de différence du même type entre les sexes et les Régions.

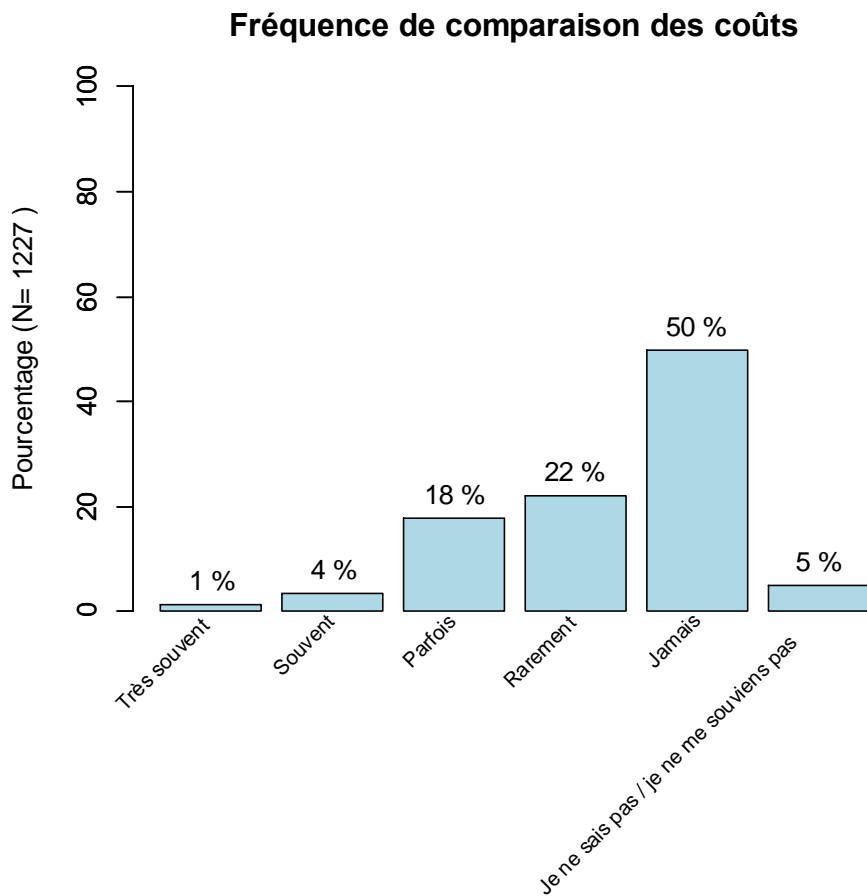


Graphique 44 : Facilité de comparaison des prix et facilité de comparaison des services par service utilisé

Le graphique ci-dessus nous montre qu'il n'y a pas de différence marquante au niveau de la facilité de comparaison de prix et services quel que soit le service utilisé. Il n'y a pas de différence marquante entre opérateurs actuels sur cette question.

3.10. Consultation des sites de comparaison des coûts et des services

La huitième question de cette section porte sur l'utilisation des sites de comparaison des coûts et des services de télécommunication. La question était formulée comme suit: *Au cours de cette année, à quelle fréquence avez-vous consulté des sites de comparaison des coûts des services?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Très souvent; Souvent; Parfois; Rarement; Jamais; Je ne sais pas / je ne me souviens pas.*



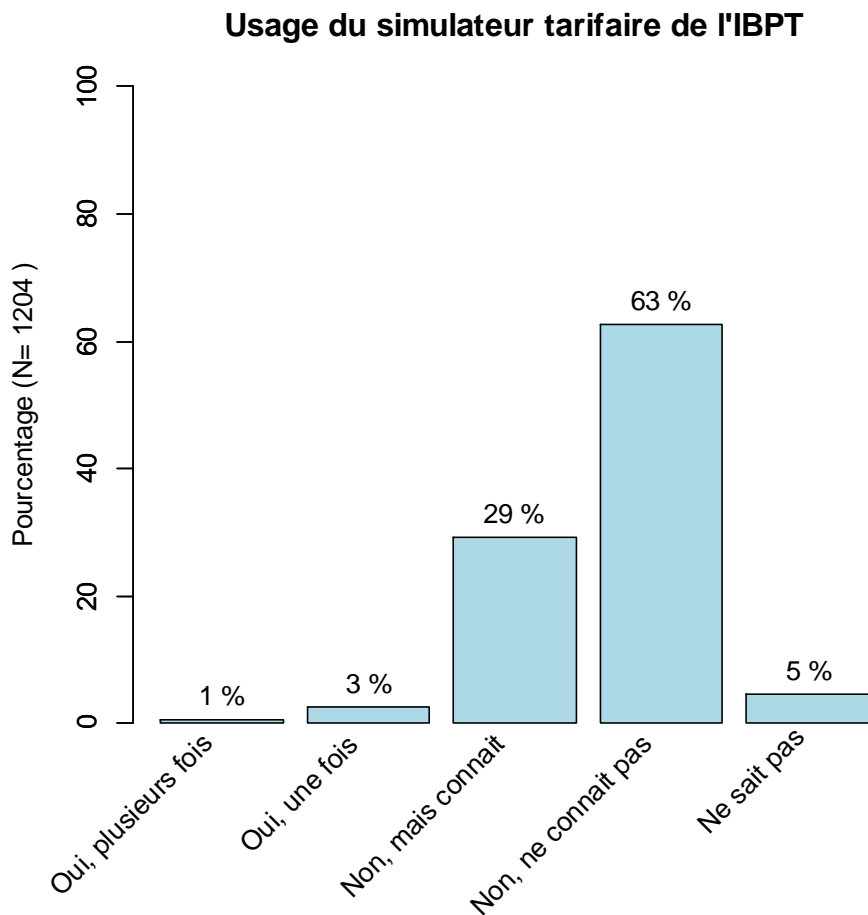
Graphe 45 : Fréquence de comparaison des coûts

Le graphe ci-dessus nous montre que 50% des répondants ont sélectionné la réponse « Jamais », 22% ont sélectionné « Rarement », 18% ont sélectionné « Parfois », 5% ont sélectionné « Je ne sais pas / je ne me souviens pas », 4% ont sélectionné « Souvent », 1% ont sélectionné « Très souvent ».

Il semble donc qu'une majorité de répondants n'utilise jamais les sites de comparaison des coûts et services de télécommunication. Il n'y a pas de différence significative en fonction des variables sociodémographiques. De même, il y a relativement peu de différences en fonction du service ou de l'opérateur utilisé.

3.11. Utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT

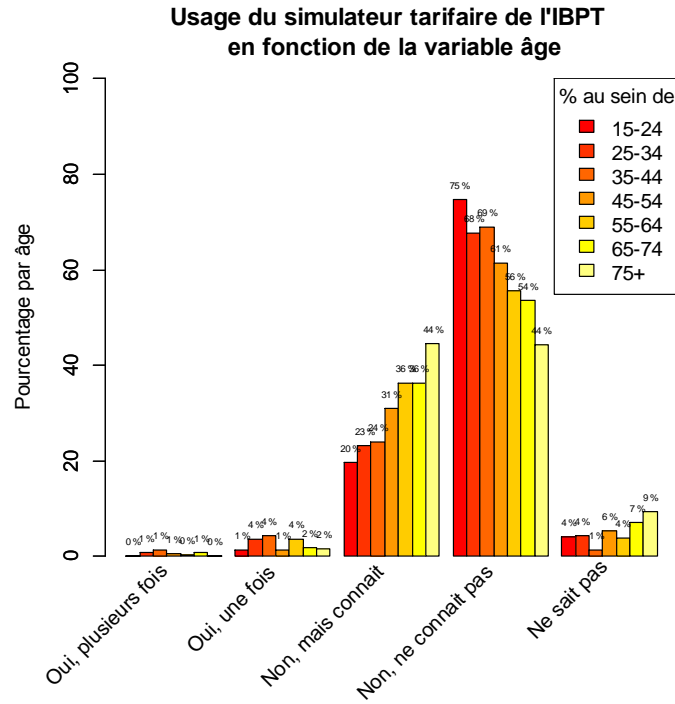
La neuvième question de cette section porte sur l'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT. Cette question constituait un filtre pour la suivante. La question était formulée comme suit: *Avez-vous déjà fait usage du simulateur tarifaire de l'IBPT (<http://www.meilleurtarif.be>)?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Oui, à plusieurs reprises; Oui, une fois; Non, jamais mais j'en ai déjà entendu parler; Non, je ne sais pas ce dont il s'agit; Je ne sais pas.*



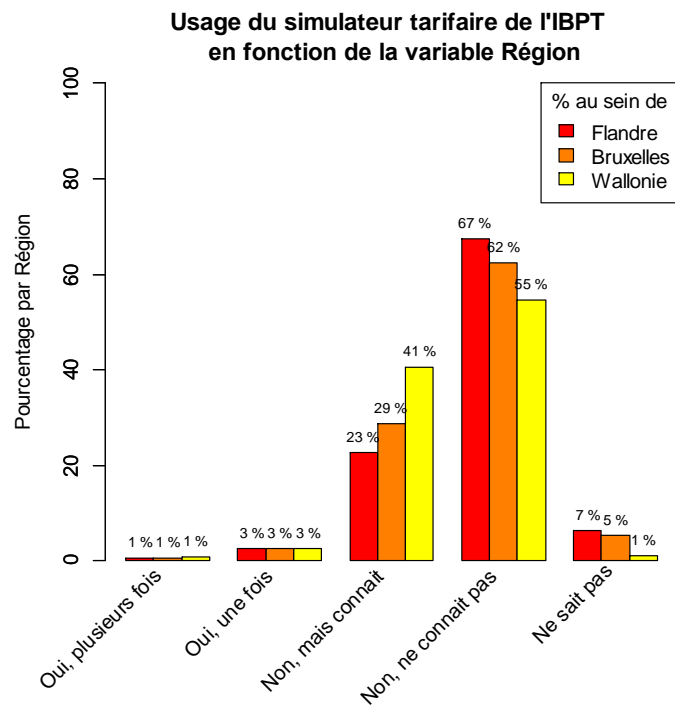
Graphe 46 : Usage du simulateur tarifaire de l'IBPT

Le graphe ci-dessus nous montre que 63% des répondants ont sélectionné la réponse « Non , ne connaît pas », 29% ont sélectionné « Non, mais connaît », 5% ont sélectionné « Ne sait pas », 3% ont sélectionné « Oui, une fois », 0.7% ont sélectionné « Oui, plusieurs fois ».

Il semble donc qu'une majorité de répondants n'a jamais utilisé le simulateur tarifaire de l'IBPT, mais 30% de ceux-ci en ont malgré tout déjà entendu parler.



Graphe 47 : Usage du simulateur tarifaire de l'IBPT en fonction de la variable âge

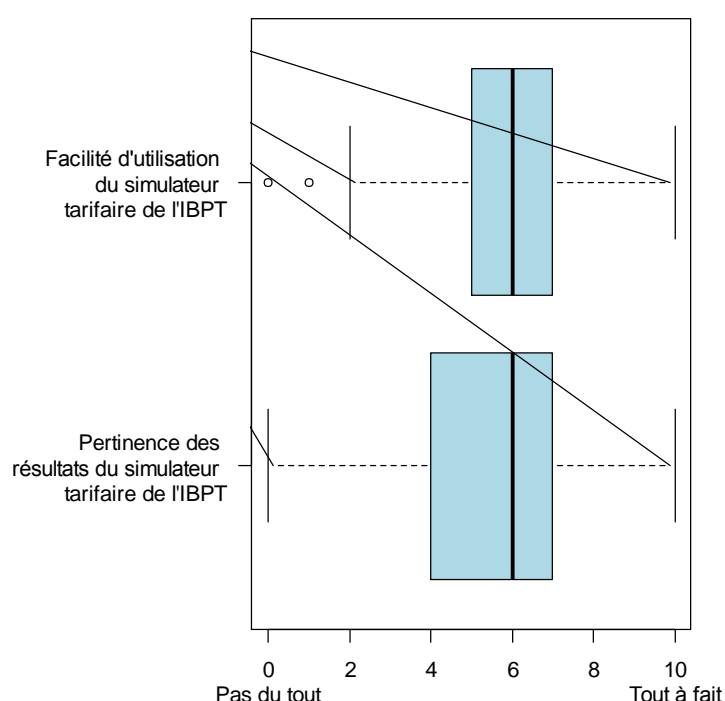


Graphe 48 : Usage du simulateur tarifaire de l'IBPT en fonction de la variable Région

Les graphes ci-dessus nous indiquent que c'est essentiellement auprès des plus jeunes et en Flandre que le simulateur de l'IBPT n'est pas connu.

3.12. Facilité d'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT

La dixième question de la deuxième section était formulée comme suit: *Si vous avez déjà utilisé le simulateur tarifaire de l'IBPT, sur une échelle de 0 à 10, diriez-vous a) Qu'il est facile d'utiliser le simulateur? b) Que les résultats du simulateur étaient pertinents?* Pour chaque item, la réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés « Pas du tout facile/pertinents » pour 0 et « Tout à fait facile/pertinents » pour 10. Une case « Sans avis » était également proposée. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir déjà utilisé le simulateur de l'IBPT à la question précédente. Seuls 3% des répondants (40 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.



Graph 49 : Pertinence des résultats et Facilité d'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Facilité d'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT	0	5	6	7	10	5.8	39	1	1226
Pertinence des résultats du simulateur tarifaire de l'IBPT	0	4	6	7	10	5.4	37	3	1226

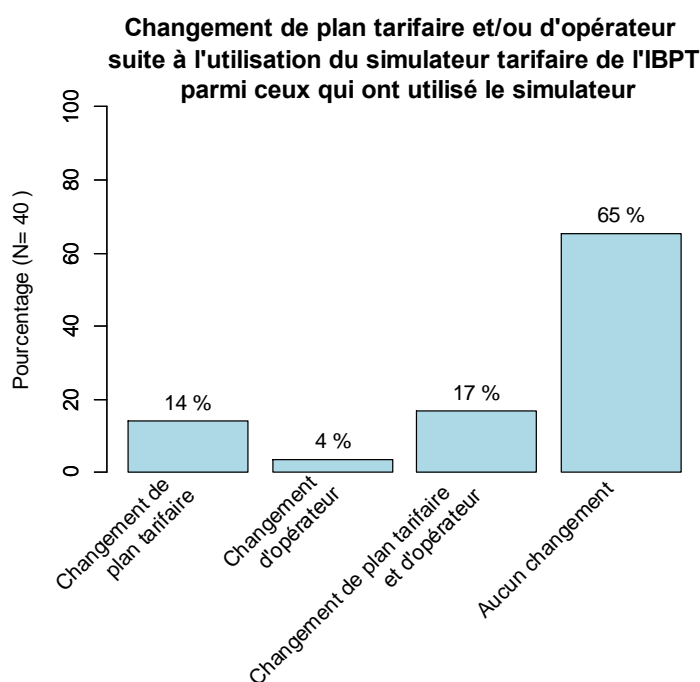
Tableau 11 : Pertinence des résultats et Facilité d'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT

Le graphique et Le tableau ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée pour les 2 variables. 98% des répondants ont donné une réponse à l'item « Facilité d'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT » et 2% se sont déclarés « Sans avis ». 92% des répondants ont donné une réponse à l'item « Pertinence des résultats du simulateur tarifaire de l'IBPT » et 8% se sont déclarés « Sans avis ».

La corrélation entre les deux items est très forte ($r=0.83$). Il ressort de ce graphe que le simulateur est relativement bien coté pour sa facilité d'utilisation et sa pertinence. Attention néanmoins, ces résultats sont à prendre avec précaution vu le peu de personnes ayant effectivement testé le simulateur. L'analyse par sexe, Région ou classe d'âge n'est pas pertinente vu le peu de données disponibles pour cette question.

3.13. Les consommateurs qui ont utilisé le simulateur tarifaire de l'IBPT ont-ils ensuite changé de plan tarifaire ou d'opérateur?

La dernière question de cette section porte sur les changements suite à la consultation du simulateur tarifaire de l'IBPT. La question était formulée comme suit: *Si vous avez déjà utilisé le simulateur tarifaire de l'IBPT, cela vous a-t-il fait changer a) de plan tarifaire? b) d'opérateur?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir déjà utilisé le simulateur de l'IBPT. Seuls 1% des répondants (8 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.



Graphe 50 : Changement de plan tarifaire et/ou d'opérateur suite à l'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT parmi ceux qui ont utilisé le simulateur

Le graphe ci-dessus nous montre que deux tiers des 40 utilisateurs du simulateur tarifaire de l'IBPT (2% de l'ensemble des répondants) n'a ni changé de plan tarifaire, ni d'opérateur suite à l'utilisation de celui-ci. Parmi le dernier tiers des utilisateurs, une majorité a réalisé à la fois un changement d'opérateur et un changement de plan tarifaire ou uniquement un changement tarifaire. Il est important de signaler qu'il ne s'agit ici que d'une tendance. En effet, vu le peu de données, la propor-

tion de ceux auprès de qui le simulateur n'a généré aucun changement n'est pas significativement différente (p -valeur=0.053) de la proportion de ceux auprès de qui un changement a été généré par le simulateur.

Pour synthétiser, on peut affirmer que le simulateur tarifaire a amené 1.2% de l'ensemble des répondants à un changement. L'intervalle de confiance à 95% (0.6%; 1.8%) ramené à la population concernée par cette étude nous permet d'affirmer qu'entre 51900 et 160900 personnes ont été amenées à changer de plan tarifaire et/ou d'opérateur suite l'utilisation du simulateur tarifaire depuis sa création.

L'analyse par sexe, Région ou classe d'âge n'est pas pertinente vu le peu de données disponibles pour ces questions.

3.14. Conclusions sur la satisfaction, les problèmes rencontrés et l'attitude en cas de problème

La satisfaction et la confiance à l'égard des services et opérateurs ont été investiguées. Bien que la majorité des utilisateurs fassent confiance - une confiance qui augmente avec l'âge - à leurs opérateurs quant au respect de leurs droits, aux informations fournies et à la fiabilité de la facturation, il y a autant d'insatisfaits que de satisfaits quant aux tarifs.

D'ailleurs, une majorité de répondants pense ne pas bénéficier de l'offre la moins chère du marché. Comme la confiance, la satisfaction par rapport aux tarifs augmente avec l'âge, à l'exception des 15-24 ans qui sont parmi les plus satisfaits.

La satisfaction donnée par les services est meilleure que celle fournies par les tarifs et elle ne varie pas selon le service utilisé.

Il semble difficile de comparer les tarifs et plus encore les services offerts par les opérateurs. Cette difficulté augmente avec l'âge.

Enfin, un tiers des personnes interrogées connaissent le simulateur tarifaire de l'IBPT, mais peu de personnes comparent régulièrement les coûts des services de télécommunications.

L'investigation des éventuels problèmes rencontrés par les utilisateurs et des démarches mises en place pour les résoudre a permis de constater que près de la moitié des répondants ont rencontré un problème ces 3 dernières années. Le problème le plus fréquent est une interruption du service et les personnes les plus fréquemment touchées par les problèmes sont les jeunes (15-44 ans) et celles qui utilisent les nouvelles technologies.

La grande majorité des personnes qui ont rencontré un problème ont tenté de le résoudre, principalement par contact téléphonique, e-mail ou contact direct. Les promesses non réalisées et les factures anormalement élevées sont les problèmes les plus associés à des démarches. En réalité, seuls deux individus sur trois contestent effectivement une hausse de tarif.

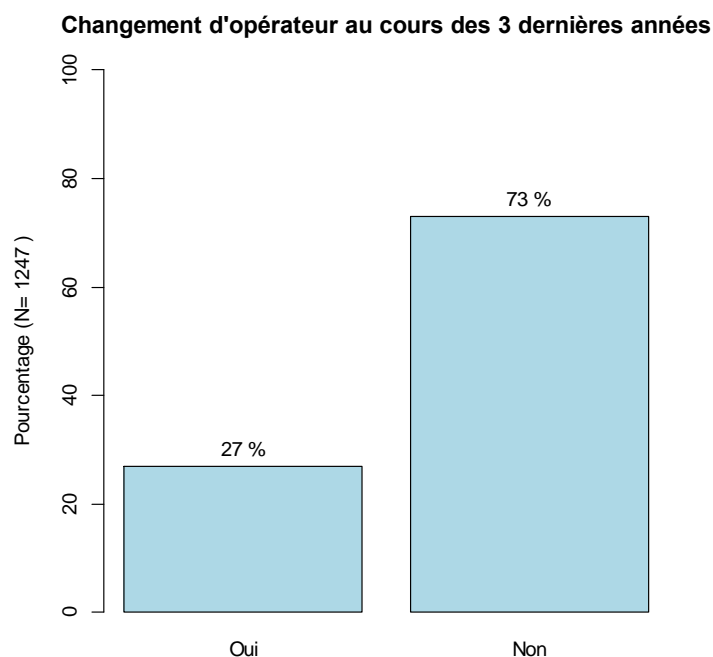
4. Changements, comparaison et transparence des opérateurs

La troisième section du questionnaire portait sur les changements, la comparaison et la transparence des opérateurs. Nous avons d'abord abordé les changements d'opérateurs, puis les raisons poussant à changer et la facilité à effectuer ce changement. Enfin, il était demandé au consommateur ce qui le ferait changer d'opérateur dans l'absolu.

Parmi les 1262 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 1124 répondants après pondération (89% de l'ensemble) ont répondu aux 5 questions non filtrées de cette section.

4.1. Les consommateurs ont-ils changé d'opérateur au cours des 3 dernières années?

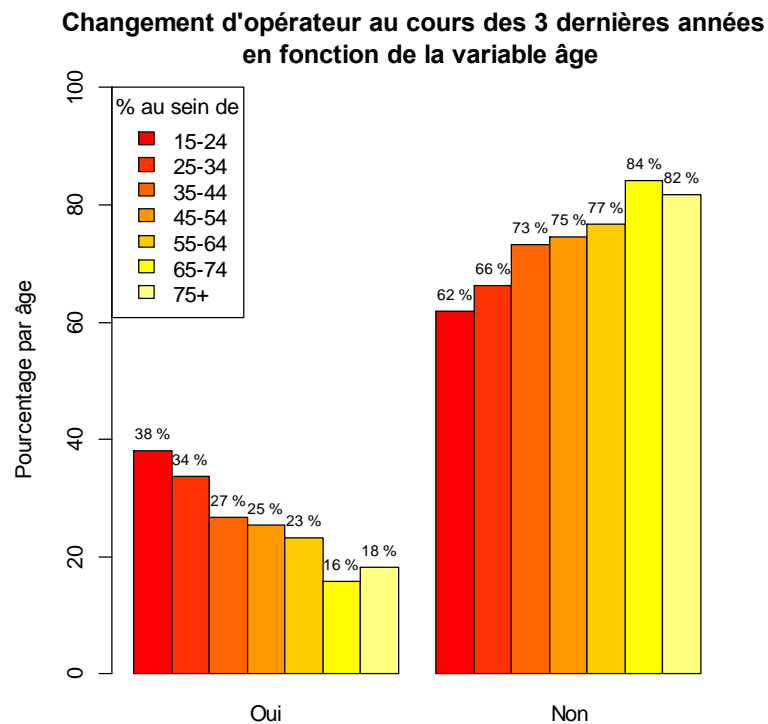
La première question de cette section concerne le changement d'opérateur par les répondants. Elle était formulée comme suit: *Avez-vous déjà changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*. Cette question constituait un filtre pour la suivante.



Graphe 51 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années

Le graphe ci-dessus nous montre que 27% des répondants ont sélectionné la réponse « Oui », 73% ont sélectionné « Non ».

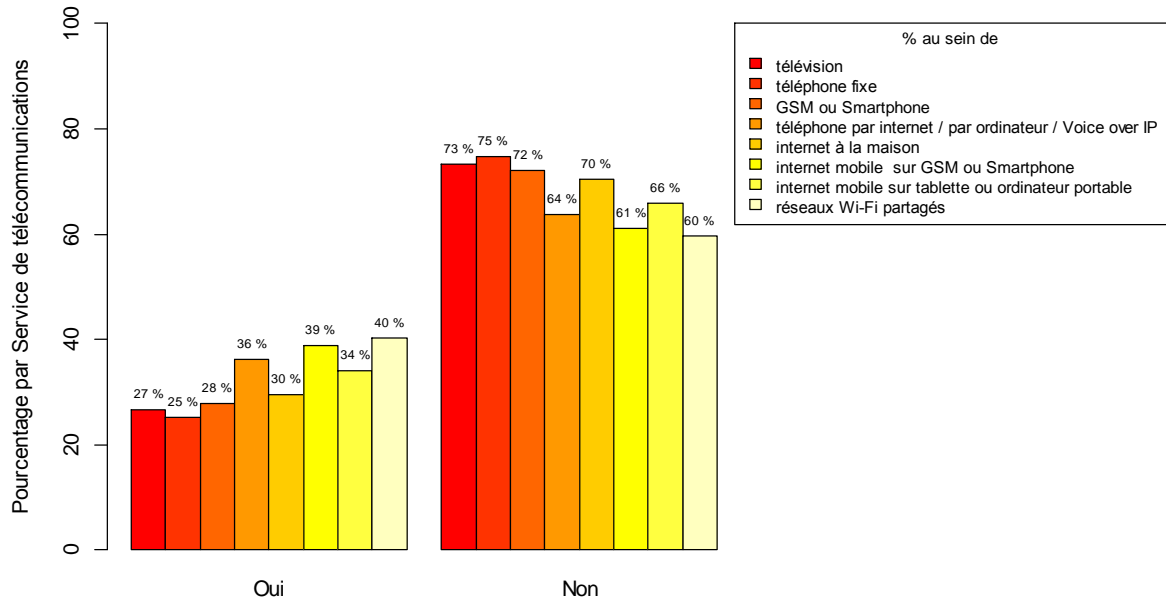
Il semble donc qu'une majorité des répondants n'a pas changé d'opérateur au cours des 3 dernières années.



Graphe 52 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en fonction de la variable âge

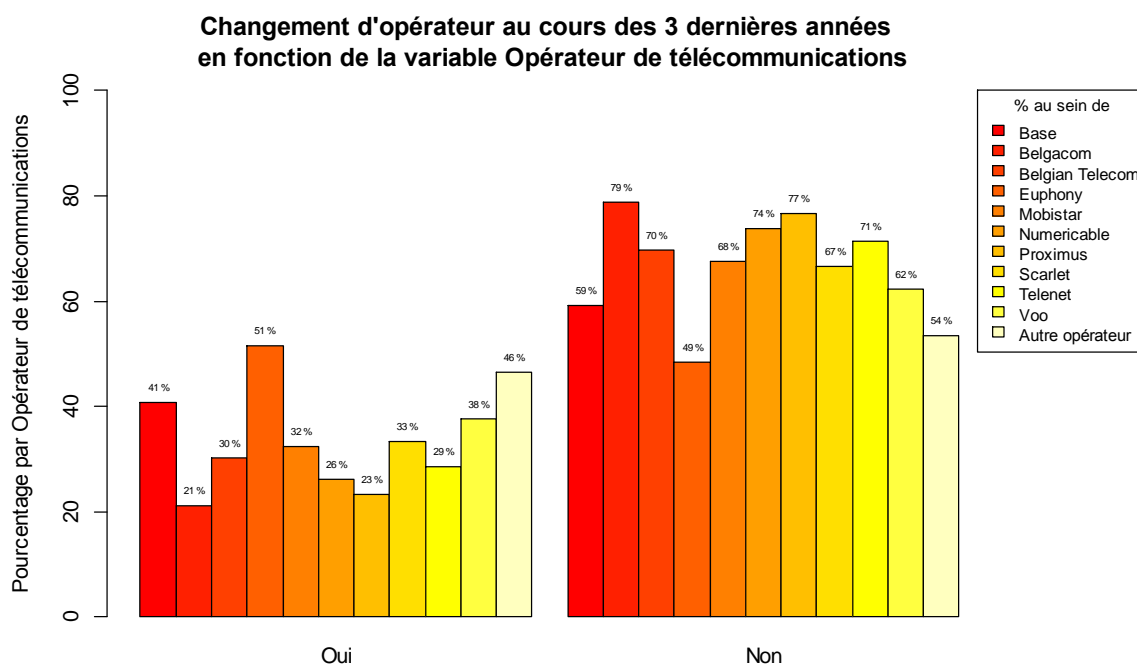
Le graphe ci-dessus illustre les grandes différences dans les réponses selon les catégories d'âge. Les jeunes adultes (15-34 ans) ont plus tendance à changer d'opérateur que leurs aînés (plus de 65 ans). Il nous est impossible de déterminer s'il s'agit d'une phase d'exploration des opérateurs avant de se fidéliser avec l'un d'entre eux ou s'il s'agit d'une modification générale du comportement des nouvelles générations ayant grandi dans un monde plus concurrentiel. Notons qu'il n'y a pas de différence du même type entre les sexes et les Régions.

Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en fonction de la variable Service de télécommunications



Graphe 53 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en fonction de la variable Service de télécommunications

Sans surprise compte tenu des analyses précédentes et notamment de l'âge des utilisateurs, les personnes ayant recours aux technologies les plus récentes sont également celles qui ont changé le plus souvent d'opérateur dans les trois dernières années.



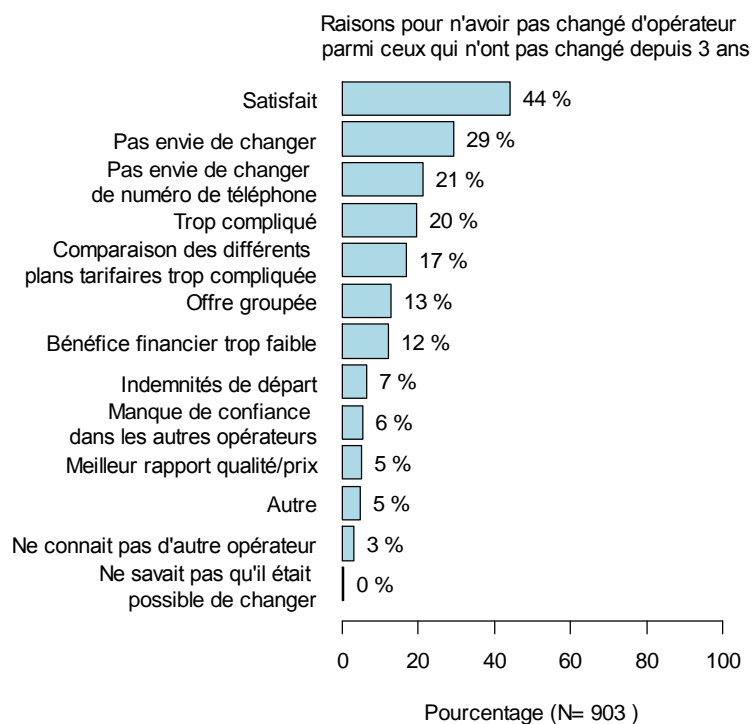
Graph 54 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en fonction de la variable Opérateur de télécommunications

Dans le graphique ci-dessus, on retrouve également des tendances déjà observées: Euphony, Base et les opérateurs repris dans la catégorie Autres opérateurs concentrent plus de répondants ayant changé d'opérateur récemment. La question ne permet pas de dire s'ils ont migré vers les opérateurs cités. À l'inverse, les opérateurs historiques Belgacom et Proximus semblent avoir la clientèle la plus stable.

4.2. Raisons pour n'avoir pas changé d'opérateur depuis 3 ans

La question suivante porte sur les raisons pour lesquelles les consommateurs n'ont pas changé d'opérateur depuis 3 ans. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré ne pas avoir changé d'opérateur depuis 3 ans à la question précédente. Seuls 73% des répondants (911 individus après pondération) sont donc concernés par cette question. La question était formulée comme suit: *Si vous n'avez pas changé d'opérateur depuis trois ans, quelles en sont les raisons? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Je n'ai pas envie de changer; Je suis globalement satisfait de mon opérateur; Mon opérateur m'offre le meilleur rapport qualité / prix; Le bénéfice financier à en tirer est trop faible; Je ne savais pas qu'il était possible de changer d'opérateur; Cela me coûterait trop cher de payer des indemnités de départ; Ça me paraît trop compliqué / ça risque de me prendre trop de temps; Je ne sais pas facilement comparer les différents plans tarifaires; J'ai souscrit à une offre groupée (ou pack) et je considère qu'il est plus difficile de changer d'opérateur*

pour ce type d'offre; Je ne souhaite pas changer de numéro de téléphone ou d'adresse e-mail; Je ne connais pas les autres opérateurs du marché; Je ne fais pas confiance aux autres opérateurs du marché (respect de vos droits, des engagements, service de moins bonne qualité, risque de faillite etc.); Autre. La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte.



Grphe 55 : Raisons pour n'avoir pas changé d'opérateur parmi ceux qui n'ont pas changé depuis 3 ans

Le graphe ci-dessus nous montre que 44% de ceux qui n'ont pas changé d'opérateur depuis 3 ans (32% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Satisfait », 29% (21%) ont sélectionné « Pas envie de changer », 21% (16%) ont sélectionné « Pas envie de changer de numéro de téléphone », 20% (14%) ont sélectionné « Trop compliqué », 17% (12%) ont sélectionné « Comparaison des différents plans tarifaires trop compliquée », 13% (9%) ont sélectionné « Offre groupée », 12% (9%) ont sélectionné « Bénéfice financier trop faible », 7% (5%) ont sélectionné « Indemnités de départ », 6% (4%) ont sélectionné « Manque de confiance dans les autres opérateurs », 5% (4%) ont sélectionné « Meilleur rapport qualité/prix », 5% (4%) ont sélectionné « Autre », 3% (2%) ont sélectionné « Ne connaît pas d'autre opérateur », 0.4% (0.3%) ont sélectionné « Ne savait pas qu'il était possible de changer ».

Nous constatons que les raisons principales pour ne pas avoir changé d'opérateur sont la satisfaction et le manque d'envie de changer. Notons également que le fait de ne pas vouloir changer de numéro de téléphone est une raison citée dans 21% des cas alors que la portabilité des numéros de téléphone est assurée depuis quelques années. Il n'y a pas de différence marquante dans les réponses ventilées par âge, sexe ou Région.

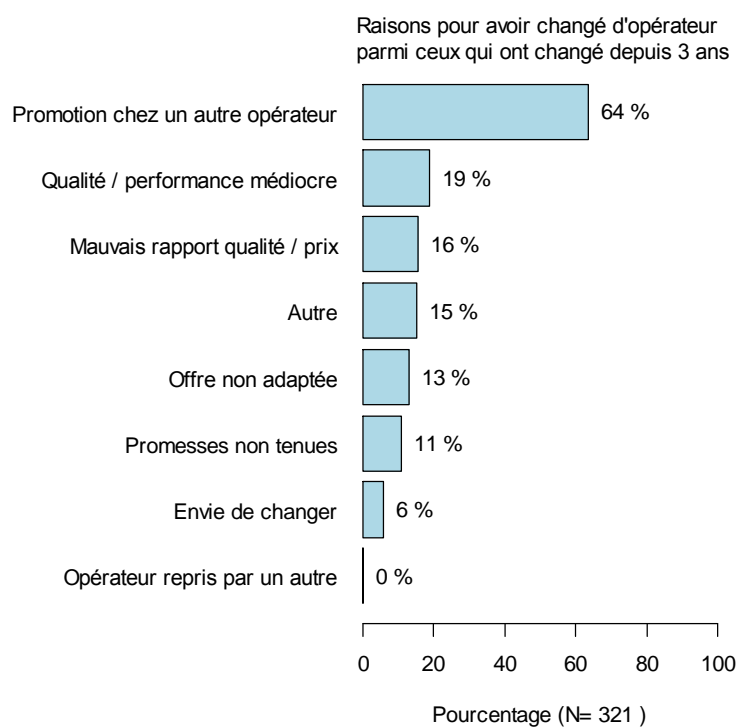
	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de raisons pour lesquelles il n'y a pas eu changement d'opérateur	1	1	1	2	7

Tableau 12 : Nombre de raisons pour lesquelles il n'y a pas eu changement d'opérateur

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 7 critères de choix parmi les 13 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 1 seul critère. 22% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères. L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

4.3. Raisons pour lesquelles les consommateurs ont changé d'opérateur au cours des 3 dernières années.

La question suivante porte sur les raisons pour lesquelles les consommateurs ont changé d'opérateur au cours des 3 dernières années. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir changé d'opérateur au cours des 3 dernières années à la question 3.1. Seuls 27% des répondants (336 individus après pondération) sont donc concernés par cette question. La question était formulée comme suit: *Si vous avez changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années, quelles en sont les raisons? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Tarif plus intéressant ou promotion chez un autre opérateur; Qualité / performance médiocre de l'opérateur précédent; Mauvais rapport qualité/prix de l'opérateur précédent; Promesses non réalisées de l'opérateur précédent; Offre non adaptée suite à un changement de ma situation (déménagement, changement dans la structure du ménage, etc.); Simple envie de changer; L'opérateur précédent a été repris par un autre opérateur que je n'apprécie pas; Autre.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte.

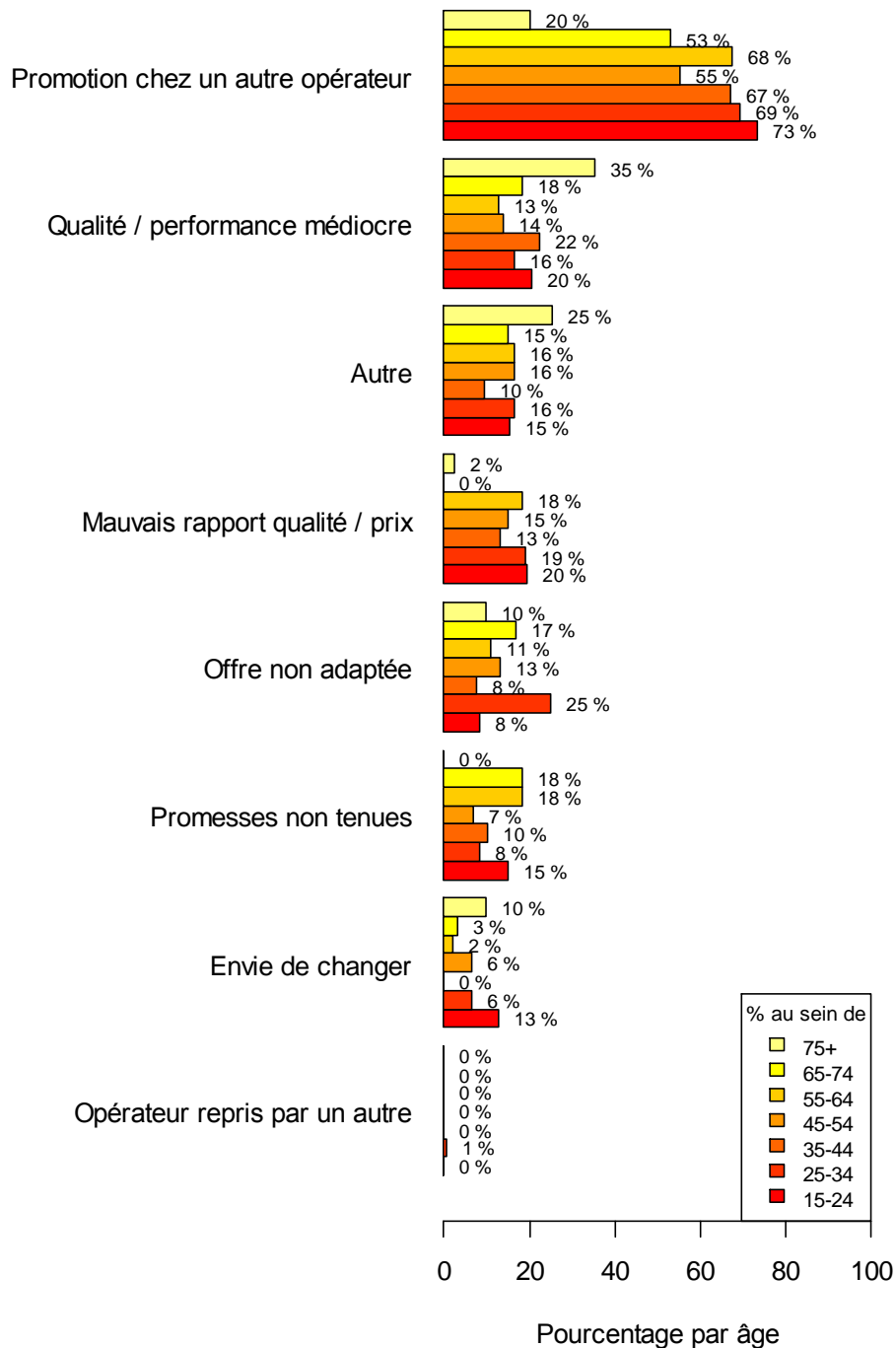


Grphe 56 : Raisons pour avoir changé d'opérateur parmi ceux qui ont changé depuis 3 ans

Le graphe ci-dessus nous montre que 64% de ceux qui ont changé d'opérateur depuis 3 ans (16% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Promotion chez un autre opérateur », 19% (5%) ont sélectionné « Qualité / performance médiocre », 16% (4%) ont sélectionné « Mauvais rapport qualité / prix », 15% (4%) ont sélectionné « Autre », 13% (3%) ont sélectionné « Offre non adaptée », 11% (3%) ont sélectionné « Promesses non tenues », 6% (2%) ont sélectionné « Envie de changer », 0.1% (0%) ont sélectionné « Opérateur repris par un autre ».

Nous constatons qu'une seule raison sort du lot : la promotion chez un autre opérateur.

Raisons pour avoir changé d'opérateur
 parmi ceux qui ont changé depuis 3 ans par âge



Graphe 57 : Raisons pour avoir changé d'opérateur parmi ceux qui ont changé depuis 3 ans par âge

L'analyse des types de problèmes rencontrés en fonction de l'âge des répondants montre que ce facteur prix est d'autant plus important chez les plus jeunes comme nous avons déjà pu le montrer. Il n'y a rien de particulier à souligner quant à l'analyse en fonction du sexe et de la Région.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de raisons pour lesquelles il y a eu changement d'opérateur	1	1	1	2	5

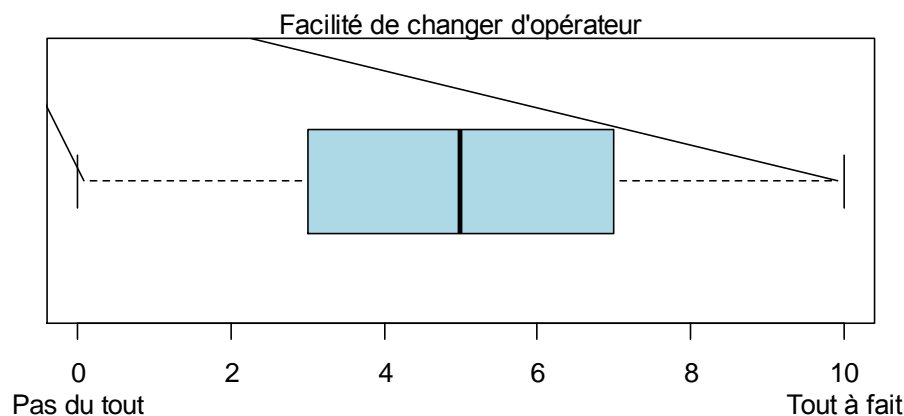
Tableau 13 : Nombre de raisons pour lesquelles il y a eu changement d'opérateur

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 5 critères de choix parmi les 8 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 7% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères.

L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

4.4. Facilité de changer d'opérateur

La quatrième question de la troisième section était formulée comme suit: *Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de changer d'opérateur? Veuillez indiquer votre opinion, même si vous n'avez pas changé d'opérateur au cours de ces 3 dernières années.* La réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés « Pas du tout facile » pour 0 et « Tout à fait facile » pour 10. Une case « Sans avis » était également proposée.



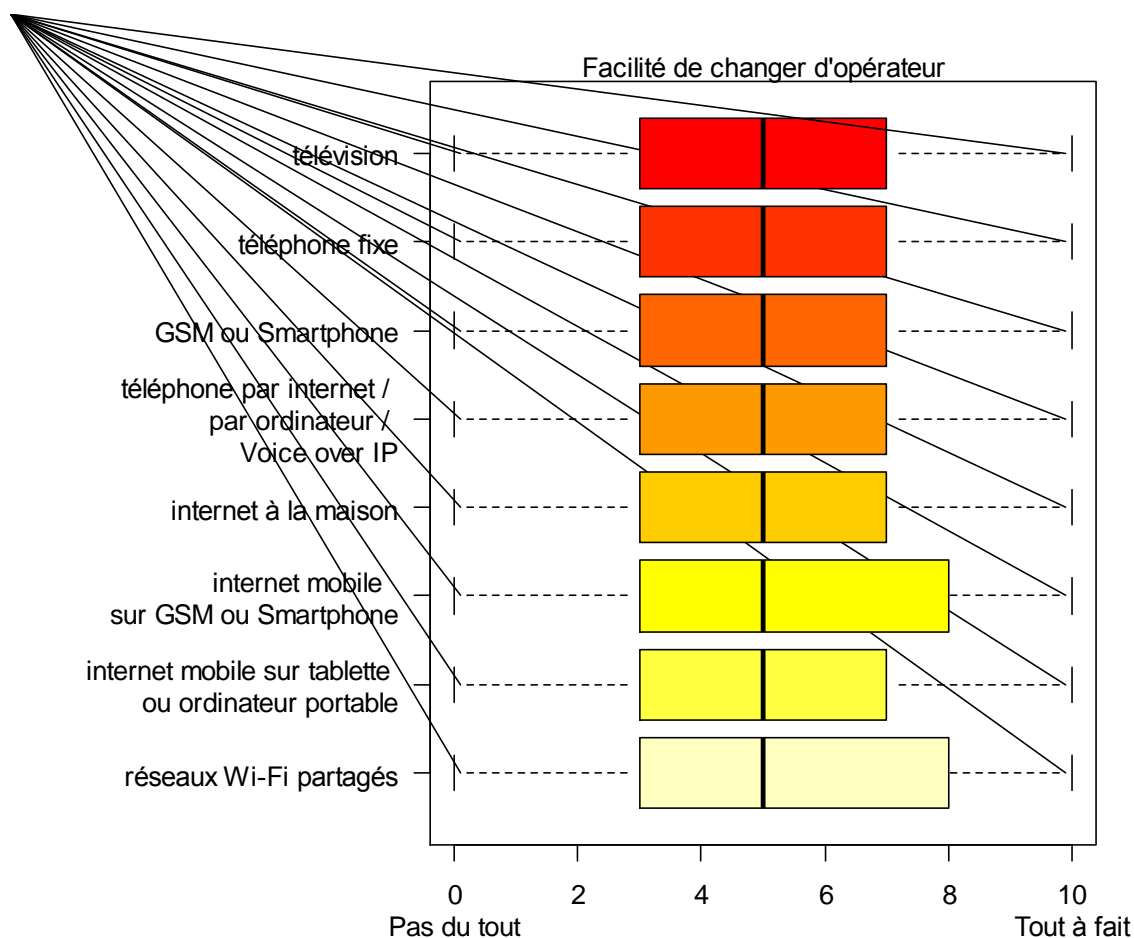
Graph 58 : Facilité de changer d'opérateur

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Facilité de changer d'opérateur	0	3	5	7	10	4.8	955	181	130

Tableau 14 : Facilité de changer d'opérateur

Le graphe et le tableau ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée. 84% des répondants ont donné une réponse à l'item « Facilité de changer d'opérateur » et 16% se sont déclarés « Sans avis ».

Ce graphe nous montre qu'il y a globalement autant de personnes qui trouvent qu'il est facile de changer d'opérateur (score supérieur à 5) que de personnes qui estiment pas du tout facile le fait de changer d'opérateur (score inférieur à 5). Une personne sur deux donne un score compris dans le milieu de l'échelle (entre 3 et 7 sur 10), considérant en quelque sorte qu'il n'est ni facile, ni vraiment difficile de changer d'opérateur. Quels que soient l'âge, le sexe ou la Région d'origine du répondant, les réponses à cette question restent les mêmes.

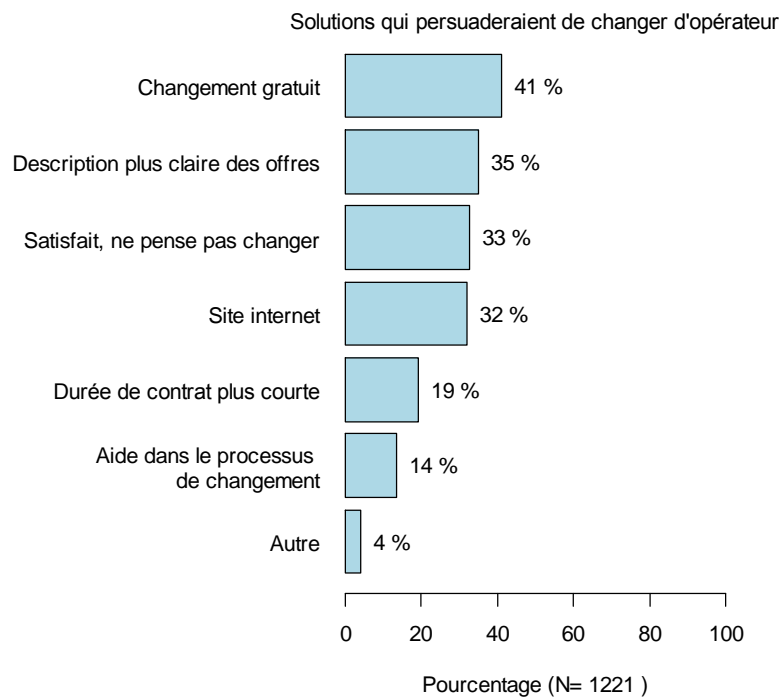


Graphique 59 : Facilité de changer d'opérateur par service utilisé

Le graphe ci-dessus nous montre qu'il n'y a pas de différence marquante au niveau de la facilité de changement d'opérateur quel que soit le service utilisé. Seuls les utilisateurs de Wi-Fi partagé et d'Internet 3G sur tablette ou ordinateur portable semblent trouver un petit peu plus facile de changer d'opérateur. Il n'y a pas de distinction marquante entre les opérateurs non plus.

4.5. Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur

La cinquième question de cette section porte sur les solutions qui persuaderaient le consommateur de changer d'opérateur. La question était formulée comme suit: *Si vous souhaitiez changer d'opérateur, laquelle ou lesquelles de ces solutions vous persuaderai(en)t de le faire? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Changement gratuit d'opérateur; Une description plus claire des offres avec une structure identique quel que soit l'opérateur; Un site Internet indiquant l'offre la moins chère pour votre profil d'utilisation; Une durée de contrat plus courte; Une aide à la prise en charge du processus de changement par un organisme indépendant des opérateurs; Autre.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte.

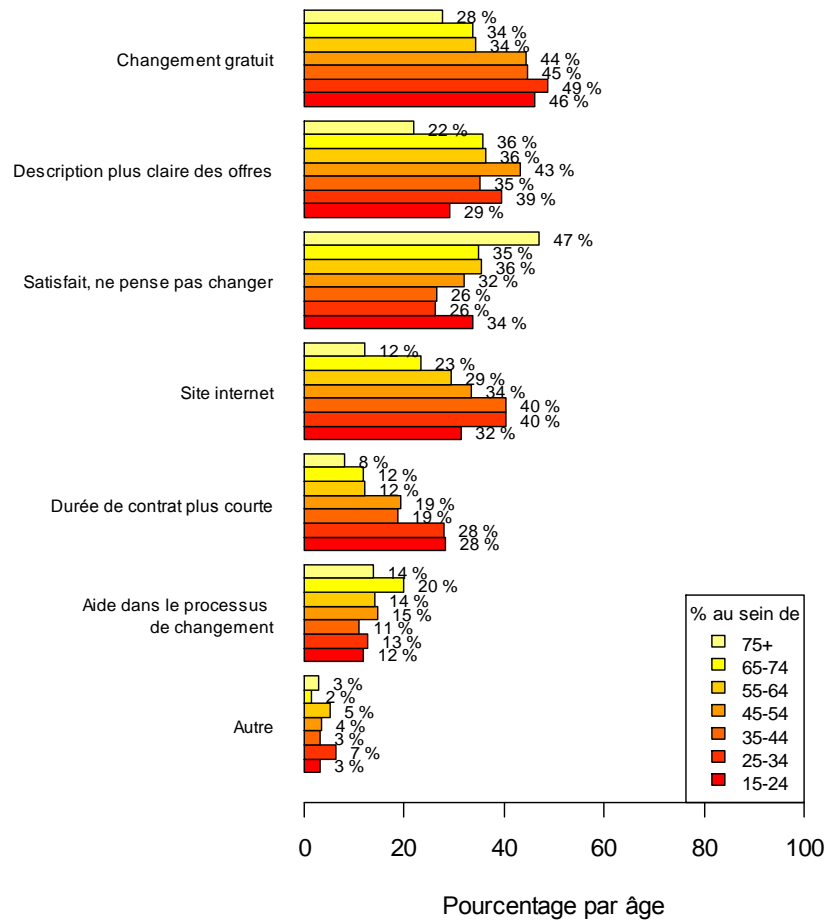


Graphe 60 : Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur

Le graphe ci-dessus nous montre que 41% des répondants ont sélectionné la réponse « Changement gratuit », 35% ont sélectionné « Description plus claire des offres », 33% ont sélectionné « Satisfait, ne pense pas changer », 32% ont sélectionné « Site internet », 19% ont sélectionné « Durée de contrat plus courte », 14% ont sélectionné « Aide dans le processus de changement », 4% ont sélectionné « Autre ».

Nous constatons ici que le premier incitant au changement d'opérateur est la gratuité du changement. Ensuite, c'est la description plus claire des offres qui incite au changement. 33% des répondants se déclarent par ailleurs satisfait de l'opérateur et ne sélectionnent aucune autre option.

Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur par âge



Graph 61 : Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur par âge

Le graph ci-dessus illustre les critères de choix ventilés en fonction de l'âge des répondants. Une fois de plus, on constate que les critères économiques sont plus souvent cités par les plus jeunes. Au niveau des différences entre les sexes et les Régions, rien de fondamental n'apparaît.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur	1	1	1	2	7

Tableau 15 : Nombre de solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 7 critères de choix parmi les 7 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 23% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères.

L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

4.6. Conclusions sur les changements, la comparaison et la transparence des opérateurs

Un quart des personnes ont changé d'opérateur au cours des 3 dernières années. Les jeunes adultes ont davantage tendance à changer d'opérateur que leurs aînés. Les personnes ayant recours aux technologies les plus récentes sont également celles qui ont changé le plus souvent d'opérateur dans les trois dernières années.

Une promotion chez un opérateur concurrent est la raison la plus fréquente du changement d'opérateur, et ce sont les jeunes qui sont les plus influencés par ces actes commerciaux.

Les personnes qui n'ont pas changé d'opérateur sont dans la majorité des cas restées fidèles car elles étaient satisfaites ou n'avaient simplement pas envie de changer. On notera toutefois que la complexité de la démarche ou la croyance que l'on devra changer de numéro de téléphone sont aussi des freins au changement.

La perception de la facilité de changement d'opérateur varie fortement d'une personne à l'autre (l'âge, le sexe ou le service employé n'influencent pas cette perception).

La gratuité du changement, une description plus claire des offres et l'accès à un site Internet indiquant l'offre la moins chère pour le profil d'utilisation pousseraient à effectuer un changement souhaité.

5. Information du consommateur

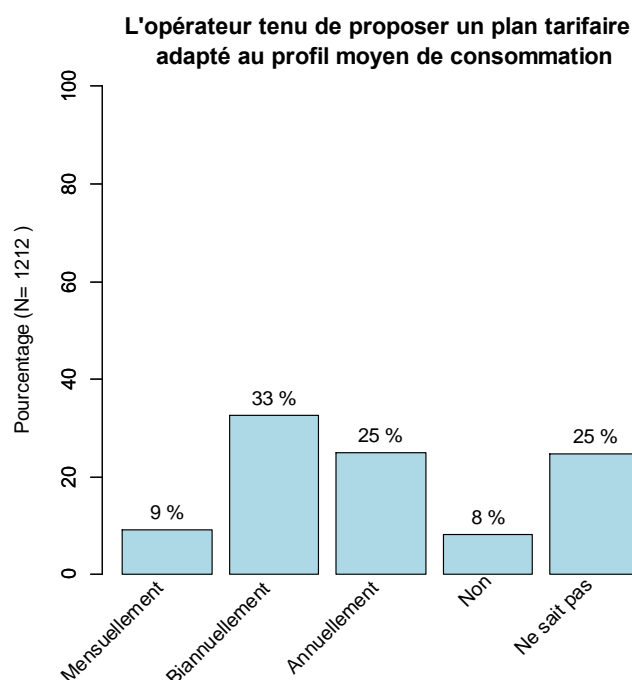
La quatrième section du questionnaire portait sur l'information du consommateur au sujet de ses droits et des devoirs de l'opérateur. Nous avons abordé des sujets relativement variés, de l'information sur le plan tarifaire le moins cher en fonction du profil moyen d'utilisation à la vitesse de connexion Internet en passant par la connaissance des droits des utilisateurs.

Parmi les 1262 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 1167 répondants après pondération (92% de l'ensemble) ont répondu aux 5 questions non filtrées de cette section.

5.1. Le consommateur est-il au courant de l'obligation de l'opérateur de proposer un tarif adapté au profil moyen de consommation?

La première question de cette section porte sur l'obligation de l'opérateur de proposer un tarif adapté au profil moyen de consommation. La question était formulée comme suit: *A votre avis, votre opérateur est-il tenu de vous proposer un plan tarifaire adapté à votre profil moyen de consommation?* Les réponses proposées étaient: *Oui, tous les mois; Oui, au moins deux fois par an; Oui, une fois par an; Non, jamais; Je ne sais pas.*

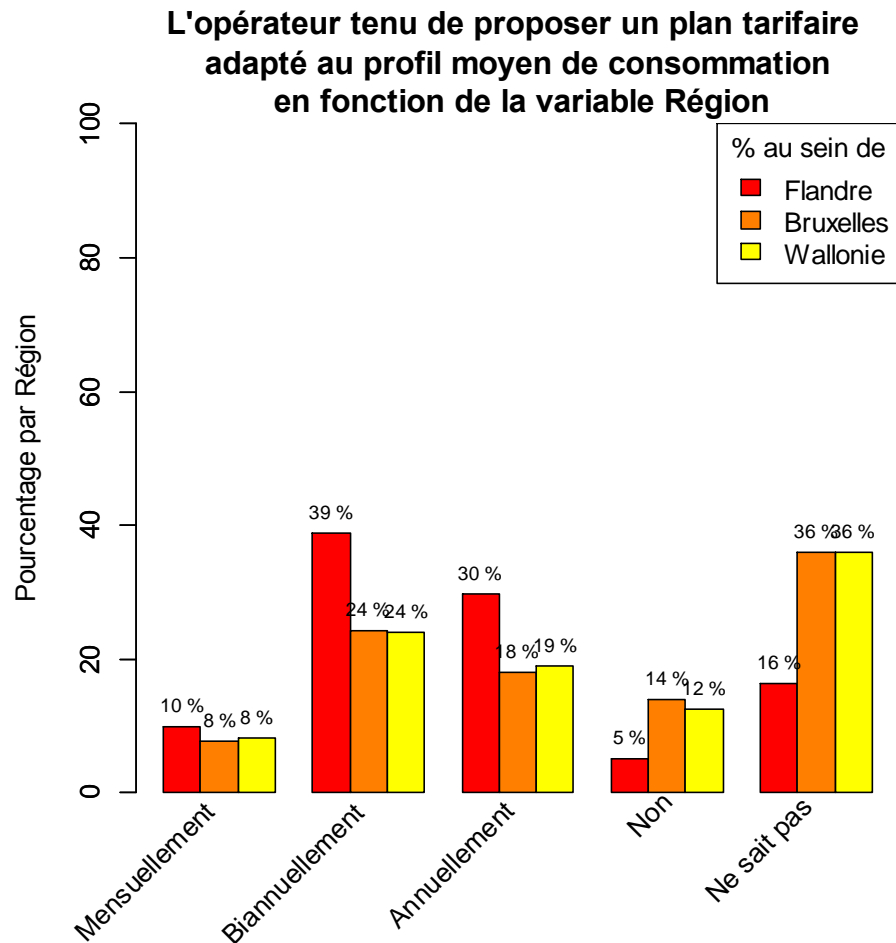
La réponse correcte est annuellement.



Graphe 62 : L'opérateur tenu de proposer un plan tarifaire adapté au profil moyen de consommation

Le graphe ci-dessus nous montre que 33% des répondants ont sélectionné la réponse « Bi annuellement », 25% ont sélectionné « Annuellement », 25% ont sélectionné « Ne sait pas », 9% ont sélectionné « Mensuellement », 8% ont sélectionné « Non ».

Il semble donc qu'une majorité de répondants (67%) pense que l'opérateur est tenu de proposer un tarif adapté au profil moyen de consommation dont 33% pensent qu'il doit le faire bi annuellement, alors qu'en fait il ne doit le faire qu'annuellement.

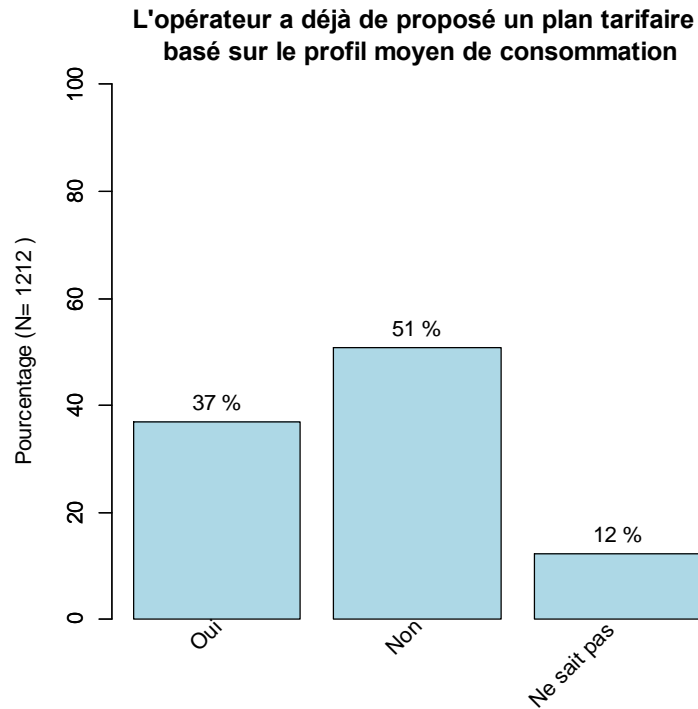


Graphe 63 : L'opérateur tenu de proposer un plan tarifaire adapté au profil moyen de consommation en fonction de la variable Région

Le graphe ci-dessus illustre les grandes différences dans les réponses par Région: la Flandre semble mieux informée que les 2 autres Régions. Il n'y a pas de différence marquante par sexe et âge.

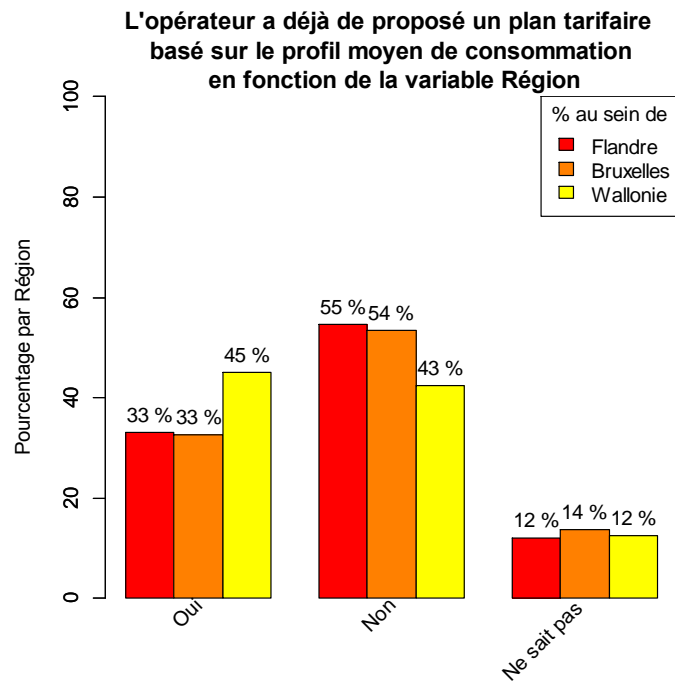
5.2. L'opérateur a-t-il proposé un tarif adapté au profil moyen de consommation?

La deuxième question de cette section porte sur le fait de savoir si l'opérateur a déjà proposé un tarif adapté au profil moyen de consommation. Elle était formulée comme suit: *Votre opérateur vous a-t-il déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation?* Les réponses proposées étaient *Oui*, *Non* et *Je ne sais pas*. Cette question constituait un filtre pour la suivante.



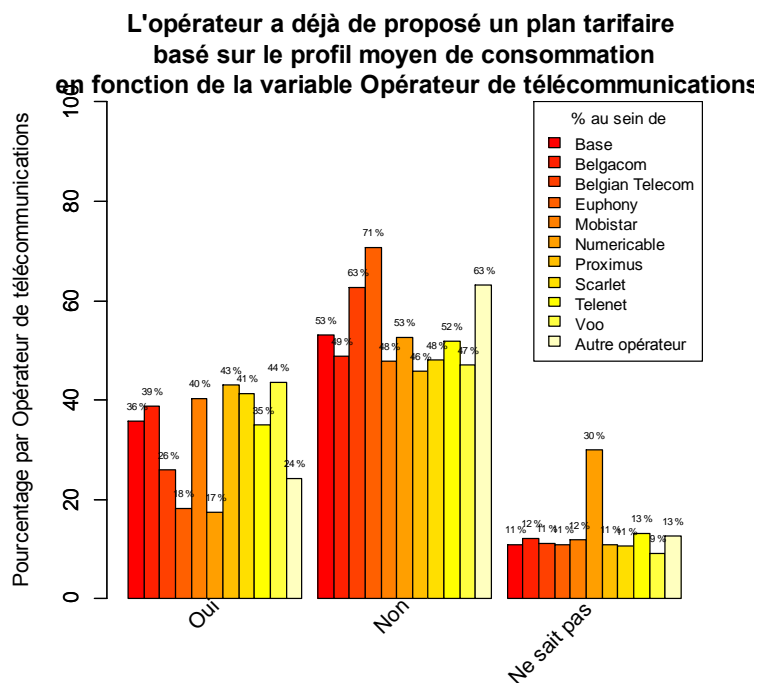
Graphe 64 : L'opérateur a déjà de proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation

Le graphe ci-dessus nous montre que 51% des répondants ont sélectionné la réponse « Non », 37% ont sélectionné « Oui », 12% ont sélectionné « Ne sait pas ». Il semble donc qu'une minorité de répondants se rappelle s'être déjà vu proposer un tarif adapté au profil moyen de consommation.



Graphe 65 : L'opérateur a déjà de proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation en fonction de la variable Région

Le graphe ci-dessus illustre les différences entre Régions. En Wallonie, le consommateur se rappelle plus souvent s'être déjà vu proposer un tarif adapté au profil moyen de consommation.

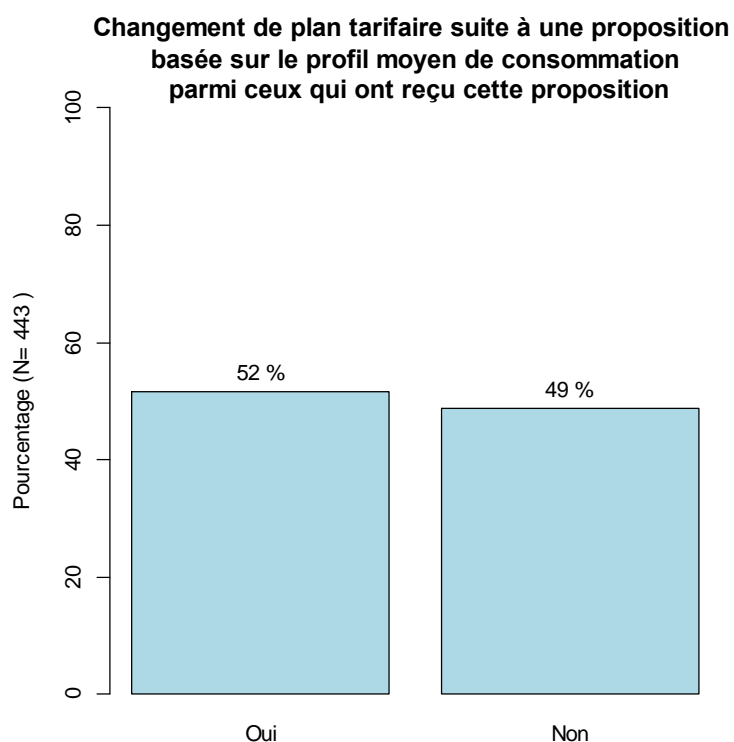


Graphe 66 : L'opérateur a déjà de proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation en fonction de la variable Opérateur de télécommunications

Le graphe ci-dessus illustre les différences entre opérateurs. Numericable se distingue très nettement des autres aux niveaux de toutes les réponses. Au niveau de la réponse Oui, Euphony, Belgian Telecom et les petits opérateurs sont également à la traîne. Il n'y a pas de telles différences entre services utilisés.

5.3. Le consommateur a-t-il déjà changé de plan tarifaire suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation?

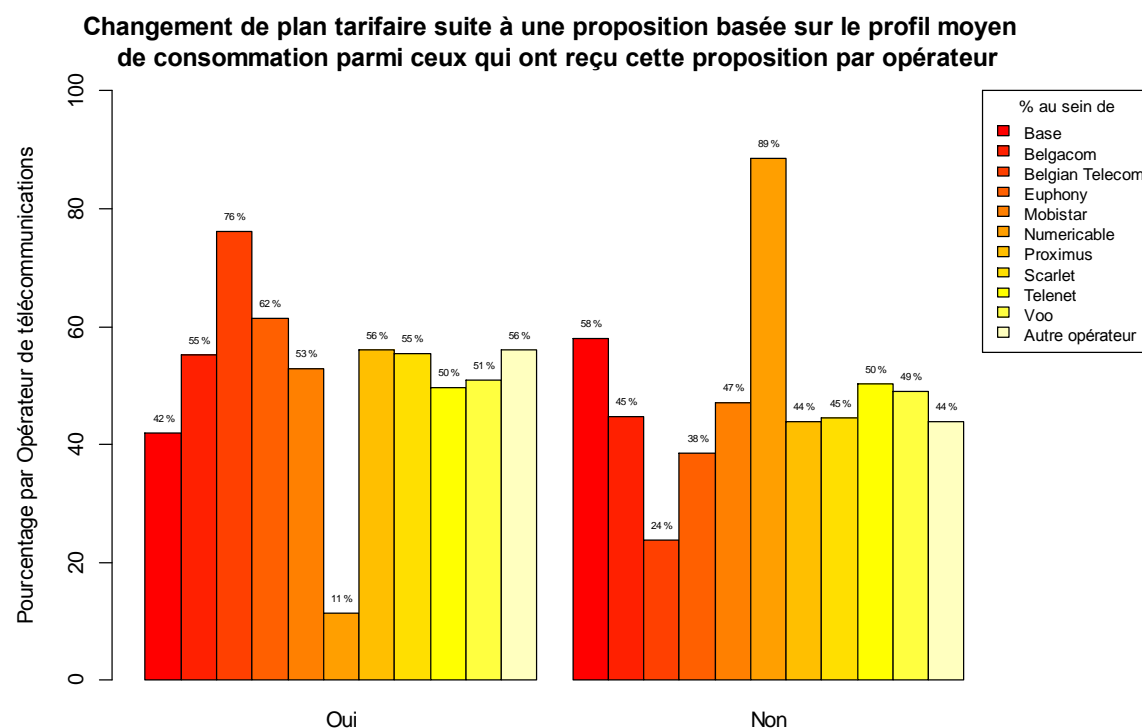
La troisième question de cette section porte sur le fait de savoir s'il y a eu un changement de plan tarifaire suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation. Elle était formulée comme suit: *Si votre opérateur vous a déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation, cela vous a-t-il fait changer votre plan tarifaire?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*. Cette question constituait un filtre pour la suivante. En outre, cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré s'être déjà vu proposer un changement de plan tarifaire adapté à leur profil moyen à la question précédente. Seuls 37% des répondants (446 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.



Graphe 67 : Changement de plan tarifaire suite à une proposition basée sur le profil moyen de consommation parmi ceux qui ont reçu cette proposition

Le graphe ci-dessus nous montre que 52% de ceux qui se sont vus proposer un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation (19% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Oui, 49% (18%) ont sélectionné Non.

Une personne sur deux semble avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition. Il n'y a pas de différence marquante en fonction des variables sociodémographiques.



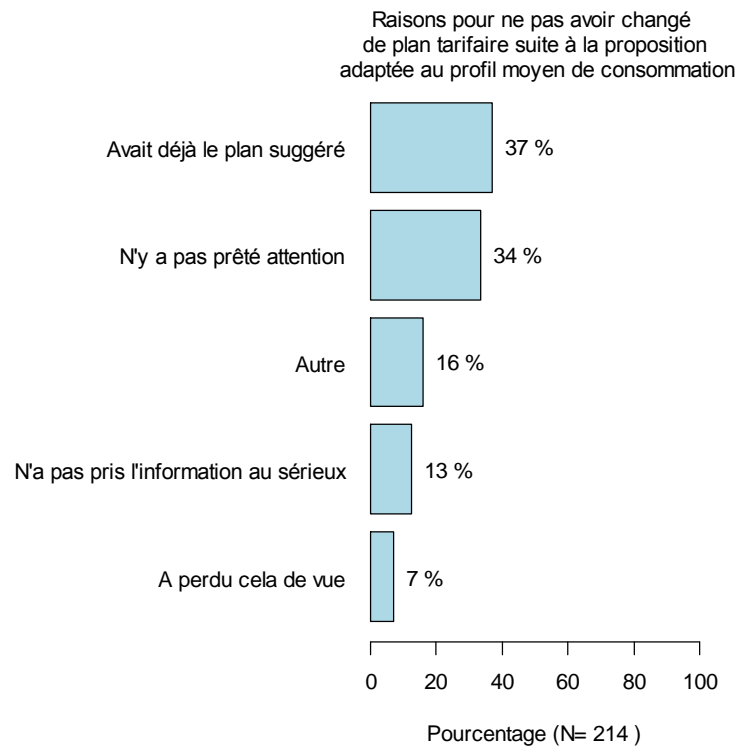
Graphe 68 : Changement de plan tarifaire suite à une proposition basée sur le profil moyen de consommation parmi ceux qui ont reçu cette proposition par opérateur

Il n'y a pas de différence marquante en fonction des services utilisés. Il en va de même pour ce qui est des opérateurs si ce n'est Numericable et Belgian Telecom. Il est probable que le tarif proposé chez ce dernier ait été un nouveau tarif, provoquant dès lors une migration à grande échelle. À l'inverse, chez Numericable, il est probable que la plupart des répondants disposaient déjà du meilleur tarif. C'est d'ailleurs la possibilité explorée à la question suivante.

5.4. Raisons pour lesquelles le consommateur n'a pas changé de plan tarifaire suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation

La question suivante porte sur les raisons qui ont fait que le consommateur n'a pas changé de tarif suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation. Elle était formulée comme suit dans la foulée de la précédente: *Si non, pour quelles raisons? Plusieurs*

réponses possibles. Les réponses proposées étaient: *J'avais déjà le plan tarifaire suggéré; Je n'y ai pas prêté attention; Je n'ai pas pris cette information au sérieux; J'ai perdu cela de vue; Autre.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré n'avoir pas changé de plan tarifaire après s'être vu proposer un changement de plan tarifaire adapté à leur profil moyen (cf question précédente). Seuls 49% des répondants à la question précédente, soit 17% de l'ensemble (227 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

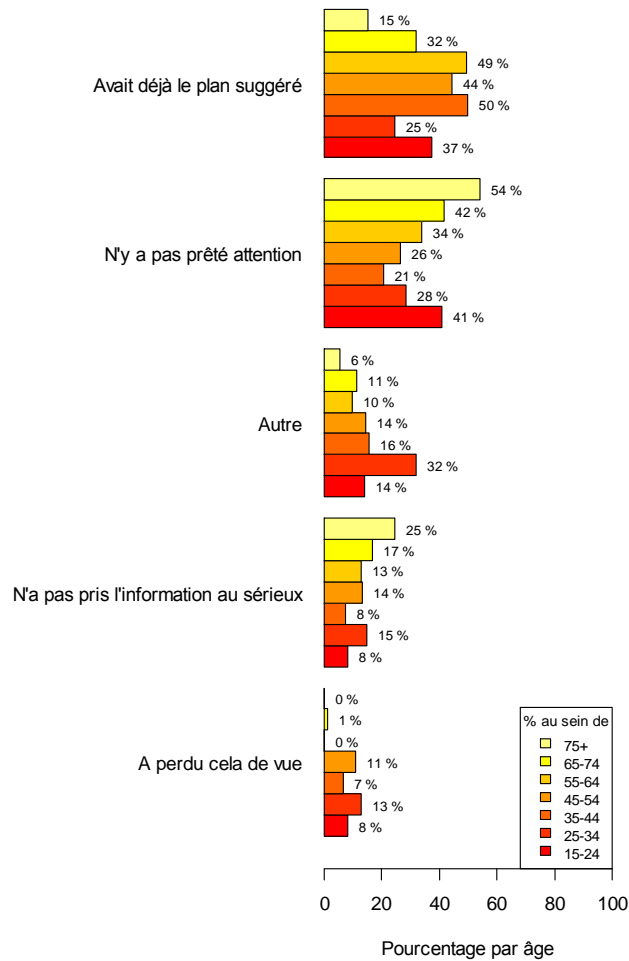


Graphe 69 : Raisons pour ne pas avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition adaptée au profil moyen de consommation

Le graphe ci-dessus nous montre que 37% de ceux qui se sont vus proposer un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation mais n'ont pas changé suite à cela (37% de ceux qui se sont vu proposer un plan tarifaire; 7% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Avait déjà le plan suggéré », 34% (33% ; 6%) ont sélectionné « N'y a pas prêté attention », 16% (16% ; 3%) ont sélectionné « Autre », 13% (13% ; 2%) ont sélectionné « N'a pas pris l'information au sérieux », 7% (7% ; 1%) ont sélectionné « A perdu cela de vue ».

Nous constatons ici que la majorité des répondants avaient déjà le plan suggéré ou bien n'y ont pas prêté attention.

Raisons pour ne pas avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition adaptée au profil moyen de consommation par âge



Graphe 70 : Raisons pour ne pas avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition adaptée au profil moyen de consommation

Le graphe ci-dessus illustre les critères de choix ventilés en fonction de l'âge des répondants. On constate que ce sont essentiellement les personnes âgées et les adolescents qui ne prêtent pas attention à cette information. Au niveau des différences entre les sexes et les Régions, rien de fondamental n'apparaît.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de raisons pour lesquelles il n'y a pas eu de changement de plan tarifaire sur base du profil moyen de consommation	1	1	1	1	3

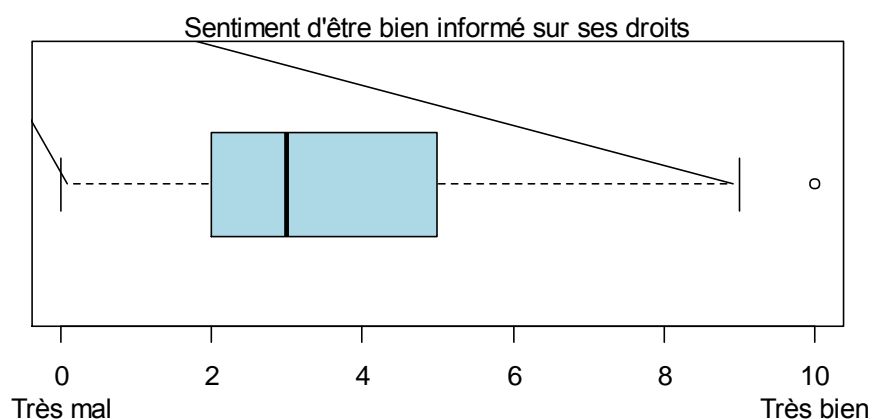
Tableau 16 : Nombre de raisons pour lesquelles il n'y a pas eu de changement de plan tarifaire sur base du profil moyen de consommation

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 3 critères de choix parmi les 14 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 6% des répondants ont sélectionné 2 critères ou plus de 2 critères.

L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

5.5. Sentiment d'être bien informé en ce qui concerne ses droits

La quatrième question de cette section était formulée comme suit: *De manière générale, vous sentez-vous bien informé en ce qui concerne vos droits à l'égard des opérateurs des télécommunications?* La réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés « Très mal informé » pour 0 et « Très bien informé » pour 10. Une case « Sans avis » était également proposée.

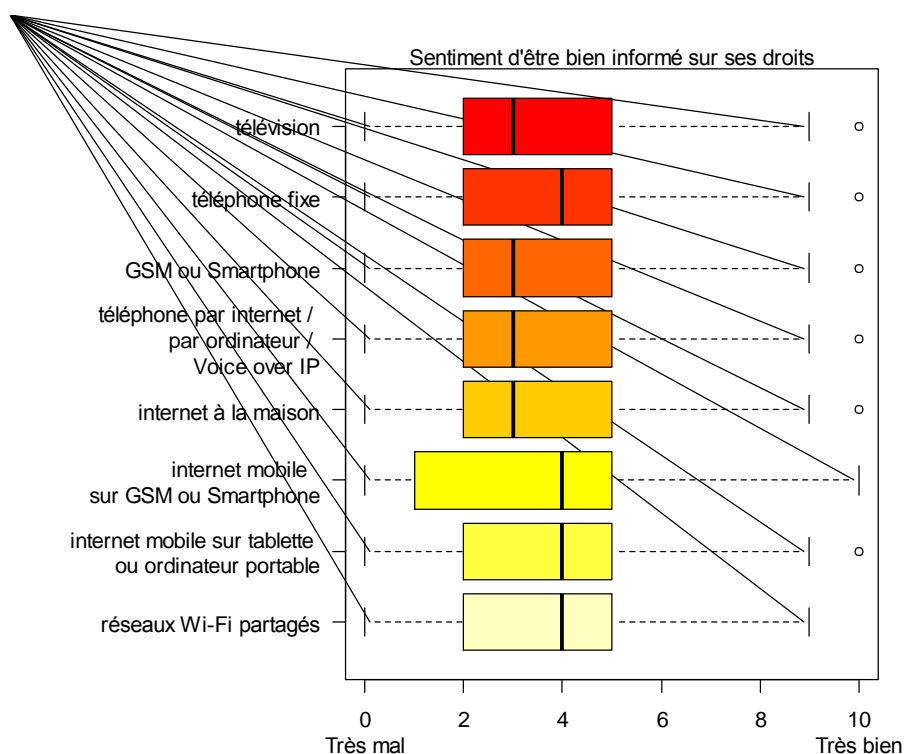


Graph 71 : Sentiment d'être bien informé sur ses droits

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Sentiment d'être bien informé sur ses droits	0	2	3	5	10	3.5	1096	122	48

Tableau 17 : Sentiment d'être bien informé sur ses droits

Le graphique et le tableau ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée. 90% des répondants ont donné une réponse à l'item « Sentiment d'être bien informé sur ses droits » et 10% se sont déclarés « Sans avis ». 75% des répondants se sont déclarés mal informés sur leurs droits. Ce constat négatif est d'autant plus marqué que la plupart des autres échelles du questionnaire ont mené à des réponses plus nuancées. Quel que soit l'âge, le sexe ou la Région d'origine du répondant, les réponses à cette question restent les mêmes.



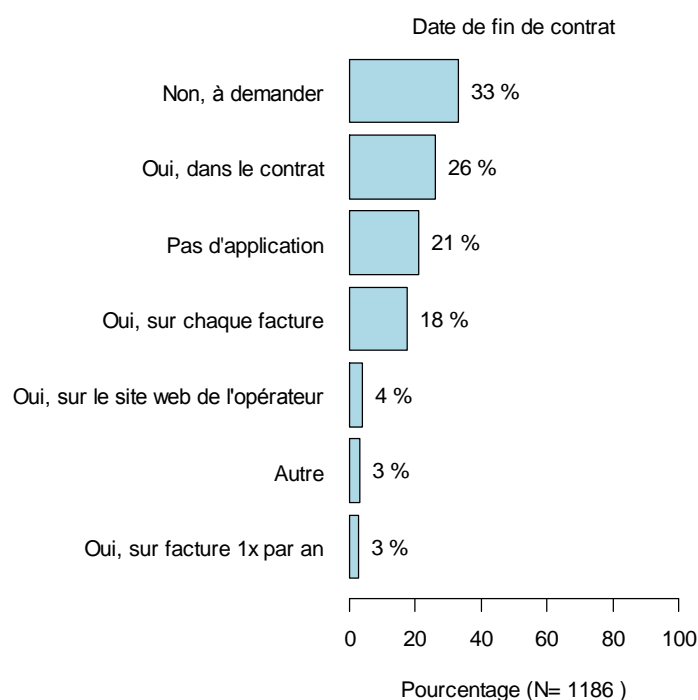
Graph 72 : Sentiment d'être bien informé sur ses droits par service utilisé

Le graphique ci-dessus nous montre qu'il n'y a pas de différence marquante au niveau du sentiment de bonne information sur les droits quel que soit le service utilisé. Il en va de même pour les opérateurs.

5.6. Le consommateur est-il au courant de la date de fin de ses contrats à durée déterminée?

Cette question porte sur la connaissance du consommateur de la date de fin de contrat. Elle était formulée comme suit: *Si vous avez un contrat à durée déterminée pour l'un ou l'autre des services de télécommunications que vous utilisez (ex: GSM, téléphone fixe), savez-vous où trouver la date de fin de votre contrat avec votre opérateur actuel? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient: *Oui, elle se trouve dans mon contrat; Oui, elle se trouve sur chacune de mes factures; Oui, elle se trouve sur ma facture une fois par an; Oui, elle se trouve sur le site Web de mon opérateur; Non, je dois en faire la demande à votre opérateur; Pas d'application, je n'ai pas de contrat à durée déterminée; Autre.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte.

La réponse correcte est « sur chaque facture ».



Graphe 73 : Date de fin de contrat

Le graphe ci-dessus nous montre que 33% des répondants ont sélectionné la réponse « Non, à demander », 26% ont sélectionné « Oui, dans le contrat », 21% ont sélectionné « Pas d'application », 18% ont sélectionné « Oui, sur chaque facture », 4% ont sélectionné « Oui, sur le site web de l'opérateur », 3% ont sélectionné « Autre », 3% ont sélectionné « Oui, sur facture 1x par an ».

Nous constatons ici qu'une majorité de répondants ne sait pas où se trouve la date de fin de contrat. Seuls 26% savent que cette date se retrouve sur le contrat et seul 18% savent qu'on la retrouve également sur chaque facture. Au niveau des différences entre les classes d'âge, les sexes et les Régions, rien de fondamental n'apparaît.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de possibilités de trouver la date de fin de contrat	1	1	1	1	3

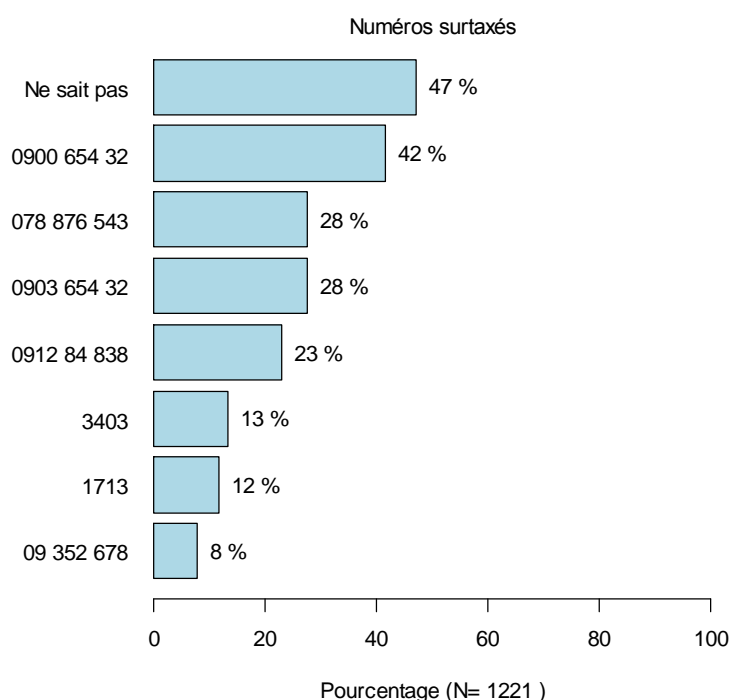
Tableau 18 : Nombre de possibilités de trouver la date de fin de contrat

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 3 critères de choix parmi les 7 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 7% des répondants ont sélectionné 2 critères ou plus de 2 critères.

L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

5.7. Le consommateur sait-il identifier des numéros surtaxés?

Cette question teste la capacité des répondants à identifier des numéros surtaxés. Elle était formulée comme suit: *D'après vous, quels numéros parmi les suivants sont des numéros surtaxés? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient: 0900 65432; 1713; 3403; 0912 84 838; 0903 654 32; 078 876 543; 09 352 678; Je ne sais pas.



Graphe 74 : Numéros surtaxés

Le graphe ci-dessus nous montre que 47% des répondants ont sélectionné la réponse Ne sait pas, 42% ont sélectionné « 0900 654 32 », 28% ont sélectionné « 078 876 543 », 28% ont sélectionné « 0903 654 32 », 23% ont sélectionné « 0912 84 838 », 13% ont sélectionné « 3403 », 12% ont sélectionné « 1713 », 8% ont sélectionné « 09 352 678 ».

Nous constatons ici que la moitié des répondants ne savent pas identifier un numéro surtaxé. Parmi les autres répondants, la plupart identifie correctement le 0900 et plus de la moitié le 0903. Enfin, les répondants se trompent régulièrement au niveau du 078 et du 0912 et ne savent pas que le 3403 est surtaxé. Il n'y a pas de différence marquante en fonction des variables sociodémographiques.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre numéros surtaxés dans la liste	0	0	1	3	7

Tableau 19 : Nombre de numéros surtaxés dans la liste (y compris réponse Ne sait pas)

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 0 et 7 critères de choix parmi les 8 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un critère ou aucun critère. 31% des répondants ont sélectionné 4 critères ou plus de 4 critères.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre numéros surtaxés dans la liste	1	2	3	4	7

Tableau 20 : Nombre numéros surtaxés dans la liste (à l'exclusion de la réponse Ne sait pas)

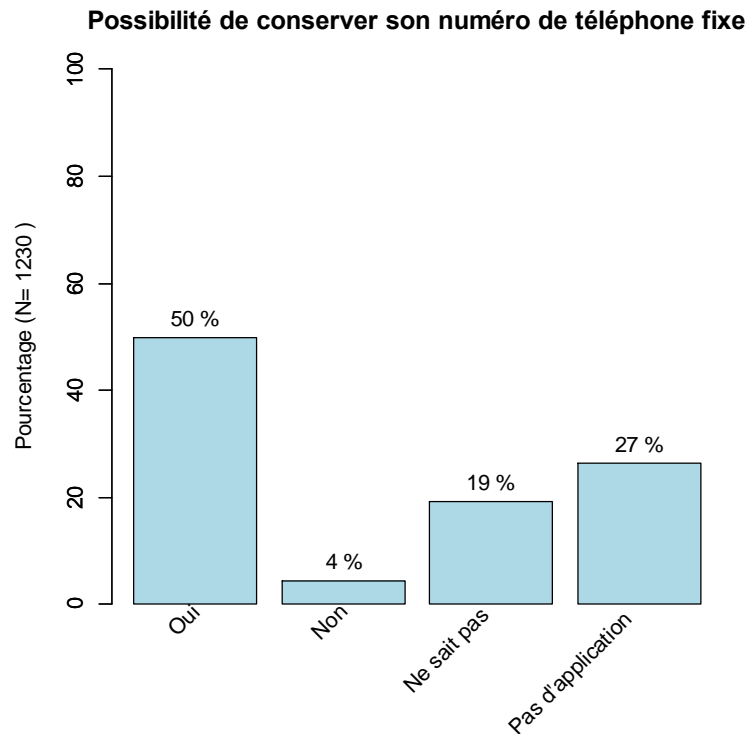
Le tableau ci-dessus nous indique quant à elle que les répondants qui ont sélectionné autre chose que « Ne sait pas » à cette question ont sélectionné entre 1 et 7 critères de choix parmi les 7 numéros proposés. La moitié des répondants sélectionnent 3 numéros ou moins de 3 numéros. 15% des répondants ont sélectionné 5 numéros ou plus de 5 numéros.

L'analyse des combinaisons de réponses n'apporte aucune information supplémentaire sur cette question.

5.8. Le consommateur est-il au courant de la possibilité de conserver son numéro de téléphone quand on change d'opérateur?

Cette question porte sur la connaissance du consommateur de la possibilité de conserver son numéro de téléphone quand on change d'opérateur. Elle était formulée comme suit: *Si vous utilisez un téléphone fixe, pensez-vous qu'il est possible de conserver votre numéro de téléphone même si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?* Les réponses proposées étaient: *Oui; Non; Je ne sais pas; Pas d'application, je n'utilise pas de téléphone fixe.*

La réponse correcte est « Oui ».

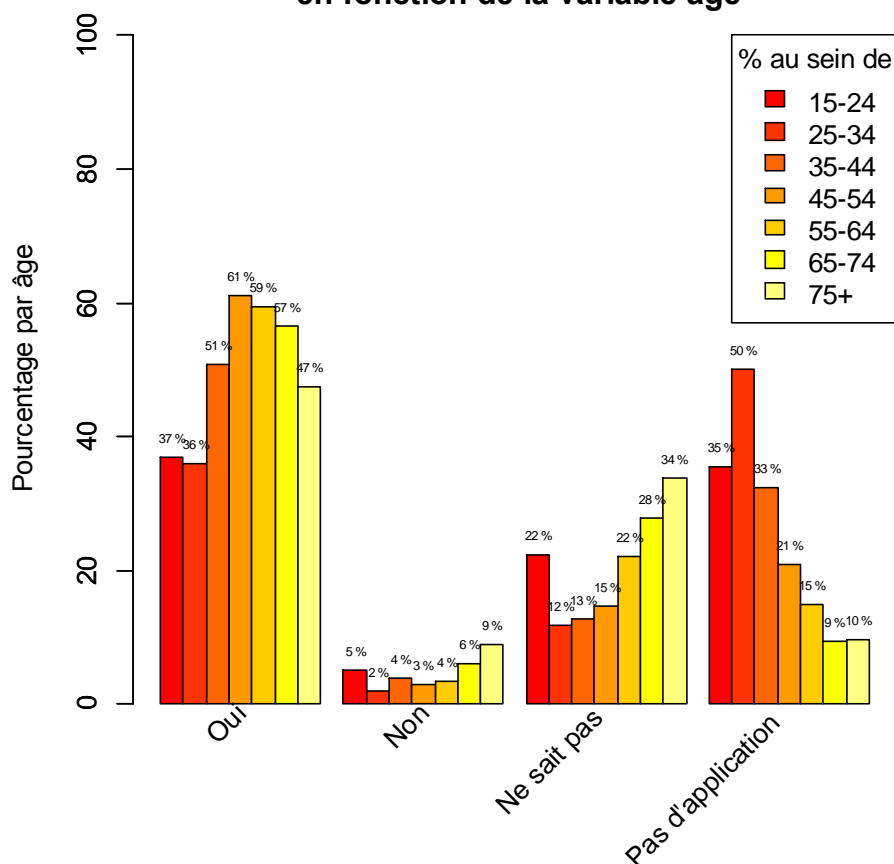


Graphe 75 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe

Le graphe ci-dessus nous montre que 50% des répondants ont sélectionné la réponse « Oui », 26% ont sélectionné « Pas d'application », 19% ont sélectionné « Ne sait pas », 4% ont sélectionné « Non ».

Parmi les répondants concernés par le téléphone fixe, deux personnes sur trois savent qu'elles peuvent conserver leur numéro fixe et environ une sur trois déclare ne pas savoir. Rappelons que le fait de ne pas vouloir changer de numéro était invoqué comme frein au changement dans la section 3. Une personne sur trois reste donc à informer.

Possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe en fonction de la variable âge

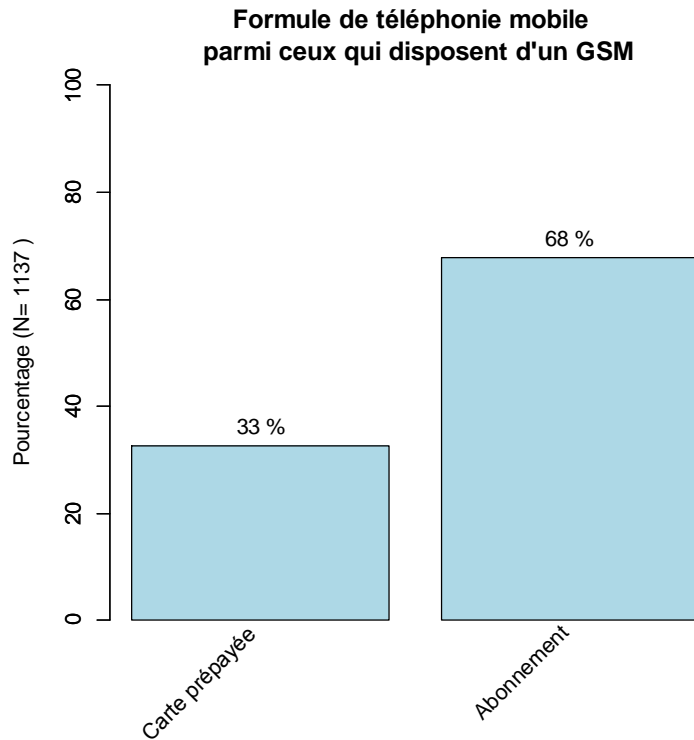


Graphe 76 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe en fonction de la variable âge

Le graphe ci-dessus illustre l'effet d'âge qui intervient dans les réponses. Les adolescents et les personnes plus âgées semblent moins informés.

5.9. Le consommateur utilise-t-il un abonnement ou une carte prépayée?

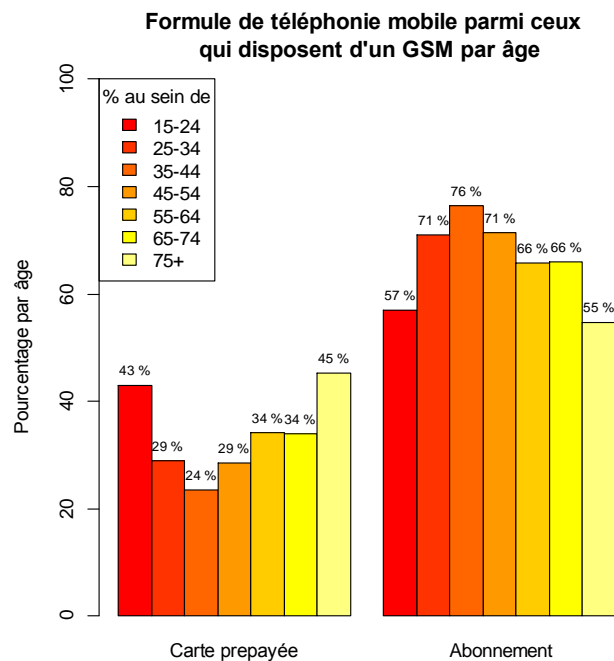
Cette question de la section porte sur l'utilisation d'une carte prépayée ou d'un abonnement GSM. Elle est formulée de la façon suivante: *Pour votre GSM, avez-vous principalement recours à...* Les réponses possibles étaient: *Une carte prépayée; Un abonnement*. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré utiliser un GSM ou Smartphone à la première question. Seuls 94% des répondants (1196 individus après pondération) sont donc concernés par cette question. Cette question sert par ailleurs de filtre pour les questions 4.10 à 4.13 (cf questionnaire).



Graphe 77 : Formule de téléphonie mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM

Le graphe ci-dessus nous montre que 33% de ceux qui ont un GSM (29% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Carte prépayée », 68% (61%) ont sélectionné « Abonnement ».

Une majorité des répondants ont un abonnement.



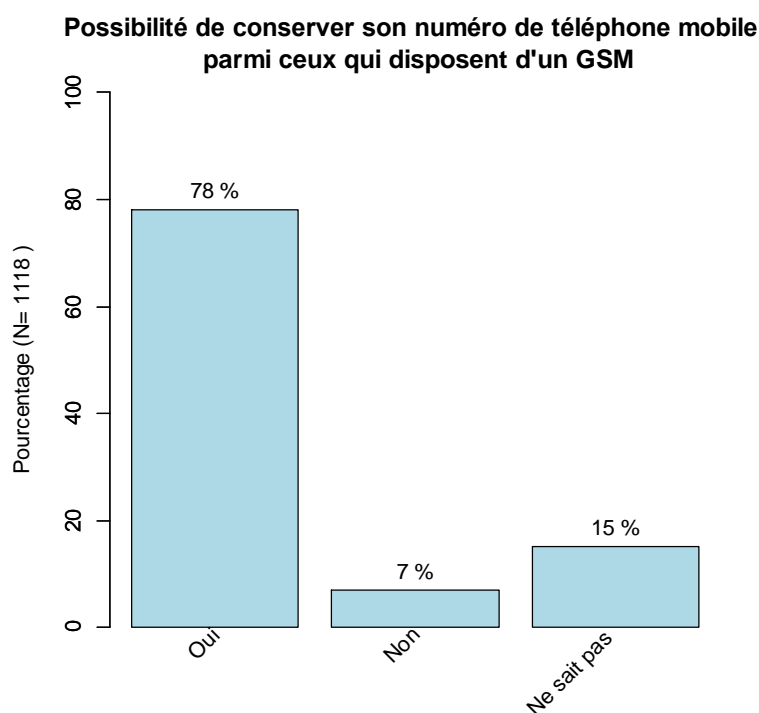
Graphe 78 : Formule de téléphonie mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM par âge

Le graphe ci-dessus illustre les grandes différences dans les réponses selon la catégorie d'âge: les plus jeunes et les plus âgés étant ceux qui utilisent le plus une carte prépayée, alors que l'abonnement a plus de succès dans la tranche 25-74 ans.

5.10. Le consommateur est-il au courant de la possibilité de conserver son numéro de GSM quand on change d'opérateur?

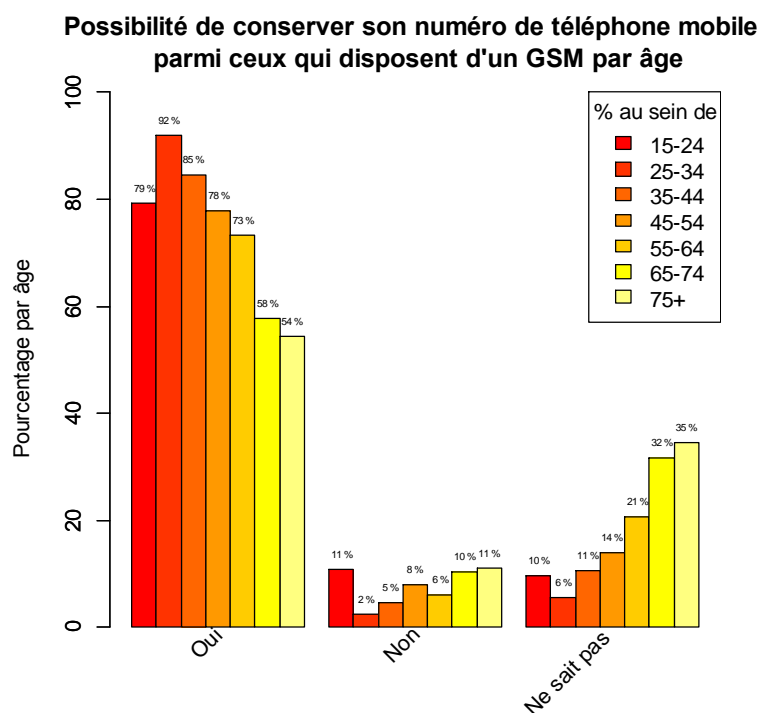
Cette question porte sur la connaissance du consommateur de la possibilité de conserver son numéro de GSM quand on change d'opérateur. Elle était formulée comme suit: *Pensez-vous qu'il est possible de conserver votre numéro de GSM même si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?* Les réponses proposées étaient: *Oui; Non; Je ne sais pas*. La réponse correcte est Oui.

Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré utiliser un GSM ou Smartphone à la première question. Seuls 94% des répondants (1196 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.



Graphe 79 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM

Le graphe ci-dessus nous montre que 78% de ceux qui ont un GSM (69% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Oui », 15% (13%) ont sélectionné « Ne sait pas », 7% (6%) ont sélectionné « Non ». Une majorité de répondants savent qu'ils peuvent conserver leur numéro de GSM. La portabilité des numéros semble mieux connue en ce qui concerne le GSM que le téléphone fixe.

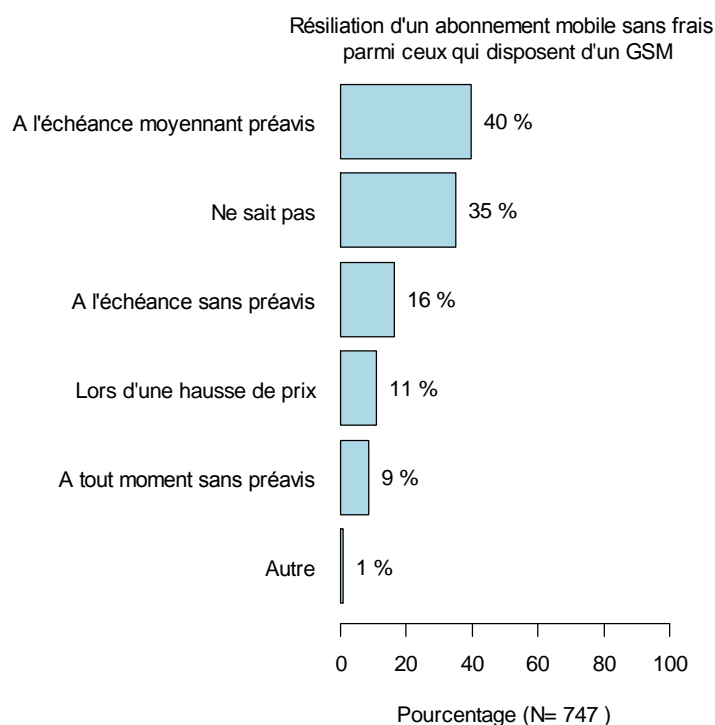


Graphe 80 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM par âge

Le graphe ci-dessus illustre les grandes différences dans les réponses selon la catégorie d'âge: les plus jeunes sont les mieux informés au sujet de la possibilité de conserver son numéro de GSM quand on change d'opérateur. On retrouve ici la même tendance que pour le téléphone fixe.

5.11. Le consommateur sait-il quand il peut résilier son abonnement GSM sans frais?

Cette question porte sur la connaissance du consommateur de la possibilité de résilier son abonnement GSM sans frais. Elle était formulée comme suit: *Savez-vous quand vous pouvez résilier votre abonnement GSM actuel sans frais? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient: *Lors d'une hausse de prix; À l'échéance moyennant le préavis prévu dans le contrat; À l'échéance sans préavis; À tout moment sans préavis; Autre; Je ne sais pas.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un abonnement de GSM. Seuls 61% des répondants (768 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.



Grphe 81 : Résiliation d'un abonnement mobile sans frais parmi ceux qui disposent d'un GSM

Le graphe ci-dessus nous montre que 40% de ceux qui ont un abonnement pour leur mobile (26% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « À l'échéance moyennant préavis », 35% (23%) ont sélectionné « Ne sait pas », 16% (11%) ont sélectionné « À l'échéance sans préavis », 11% (7%) ont sélectionné « Lors d'une hausse de prix », 9% (6%) ont sélectionné « À tout moment sans préavis », 1% (0.7%) ont sélectionné « Autre ».

Nous constatons ici que deux répondants sur cinq savent qu'ils peuvent résilier leur abonnement à l'échéance moyennant préavis et deux autres sur cinq ne savent pas du tout quand ils peuvent résilier leur abonnement sans frais. La plupart des répondants ne savent pas que la hausse de prix permet de changer en cas de hausse supérieure à l'index, or c'est déjà dans la loi. Il faudra surveiller les réponses à cette question l'an prochain vu le changement légal supprimant la règle de l'index. Il n'y a pas de différence fondamentale basée sur les variables sociodémographiques au niveau de cette variable.

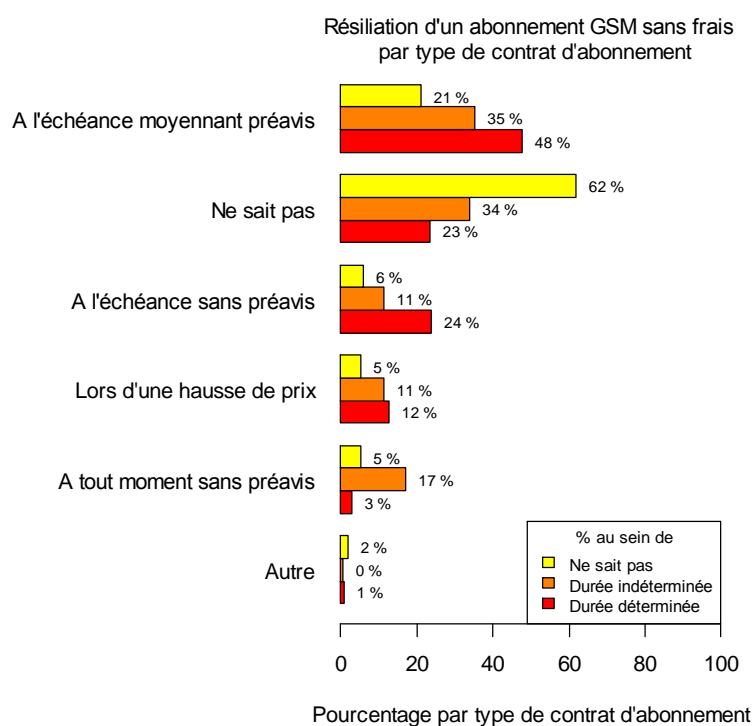
	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de possibilités de résilier son abonnement GSM sans frais	1	1	1	1	3

Tableau 21 : Nombre de possibilités de résilier son abonnement mobile sans frais (hors Ne sait pas)

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants n'ayant pas sélectionné Ne sait pas à cette question sélectionnent entre 1 et 3 critères de choix parmi les 6 options proposées. La moitié

des répondants sélectionnent un seul critère. 17% des répondants ont sélectionné 2 critères ou plus de 2 critères.

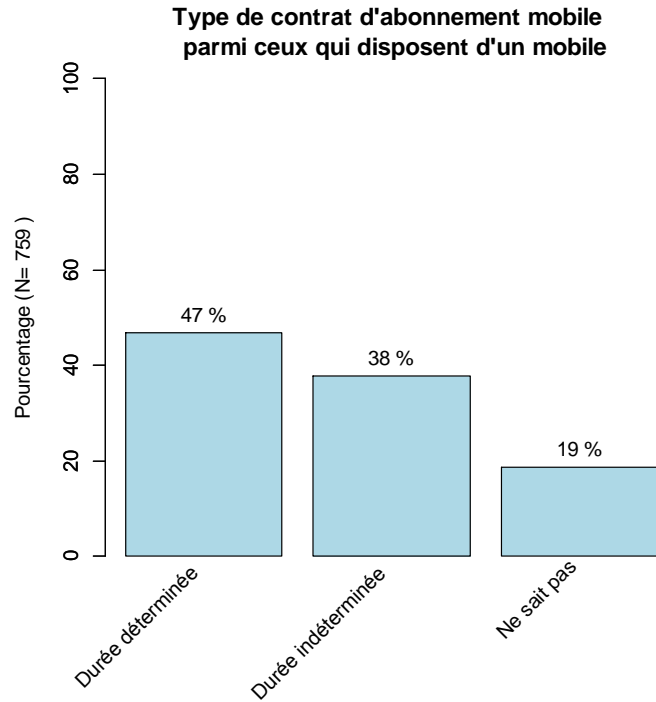
L'analyse des associations les plus fréquentes en fonction de l'âge, du sexe et de la Région n'apporte rien de nouveau.



Graphe 82 : Résiliation d'un abonnement GSM sans frais

5.12. Le consommateur utilise-t-il un abonnement GSM à durée déterminée ou indéterminée?

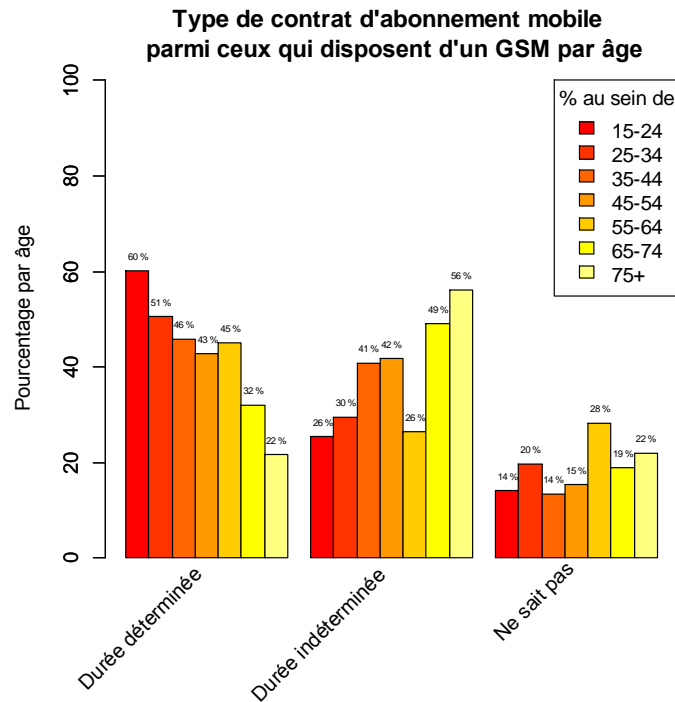
Cette question concerne le type d'abonnement GSM dont dispose le répondant, autrement dit s'agit-il d'un abonnement à durée déterminée ou indéterminée. Elle était formulée comme suit: *Votre contrat d'abonnement de GSM est-il...* Les réponses proposées étaient: *À durée déterminée; À durée indéterminée; Je ne sais pas*. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un abonnement GSM. Seuls 61% des répondants (768 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.



Graphe 83 : Type de contrat d'abonnement mobile parmi ceux qui disposent d'un mobile

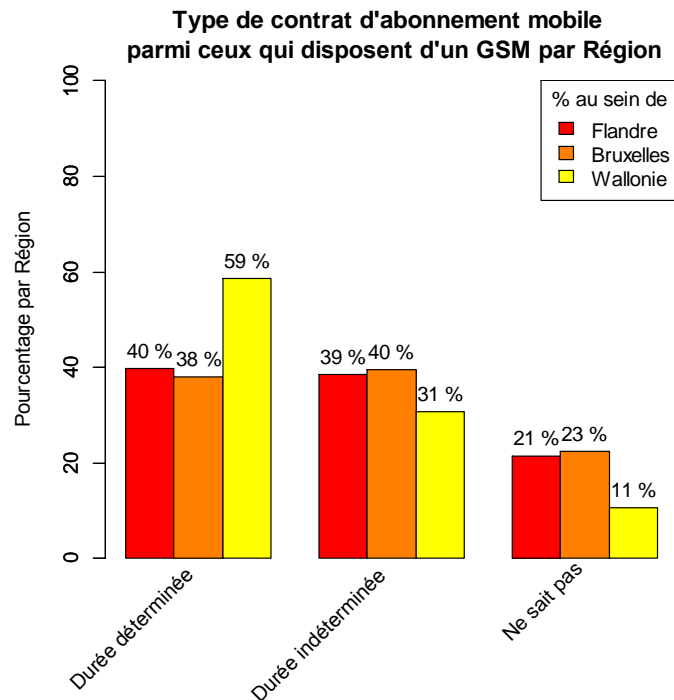
Le graphe ci-dessus nous montre que 47% de ceux qui ont un abonnement pour leur GSM (30% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Durée déterminée », 38% (24%) ont sélectionné « Durée indéterminée », 19% (11%) ont sélectionné « Ne sait pas ».

Une majorité de répondants ont un abonnement GSM à durée déterminée.



Graphe 84 : Type de contrat d'abonnement mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM par âge

Les jeunes optent davantage pour des abonnements à durée déterminée. Cette tendance diminue avec l'âge.

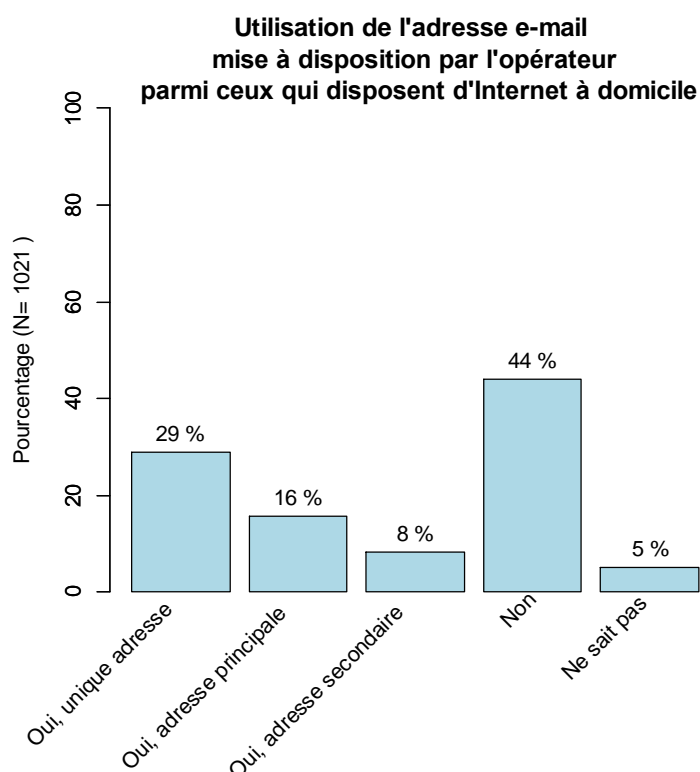


Graphe 85 : Type de contrat d'abonnement mobile parmi ceux qui disposent d'un GSM par Région

Les graphes ci-dessus illustrent les différences dans les réponses selon la catégorie d'âge et la Région: ce sont surtout les plus jeunes et les Wallons qui ont des contrats à durée déterminée.

5.13. Le consommateur utilise-t-il l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur internet à domicile?

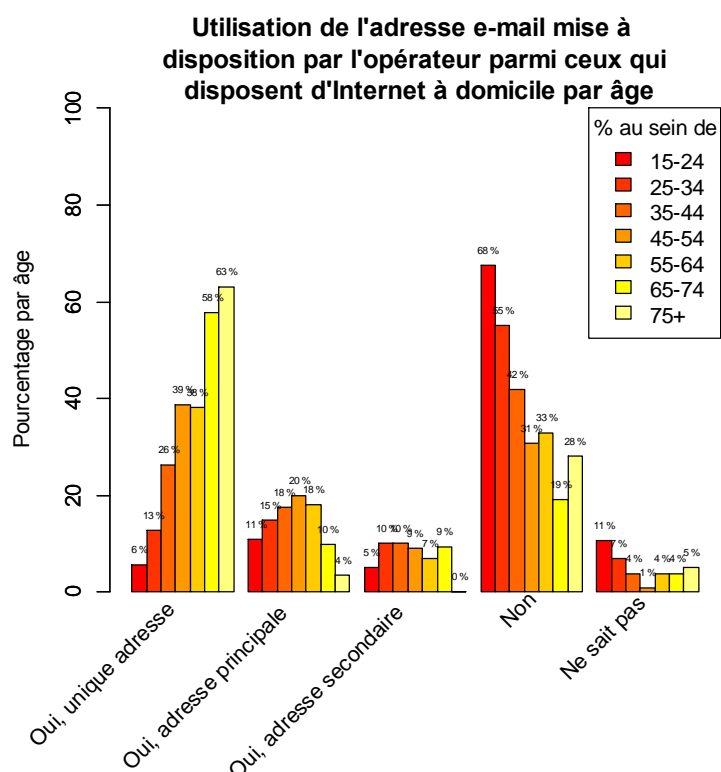
Cette question porte sur l'utilisation de l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur internet à domicile. Elle était formulée comme suit: *Pour votre Internet à domicile, utilisez-vous l'adresse e-mail mise à disposition par votre opérateur avec votre propre nom?* Les réponses proposées étaient: *Oui, c'est mon unique adresse e-mail; Oui, c'est mon adresse principale; Oui, mais ce n'est pas mon adresse principale; Non, je n'utilise pas cette adresse; Je ne sais pas si j'ai une adresse à mon nom mise à disposition par mon opérateur.* Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à Internet à domicile. Seuls 86% des répondants (1090 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.



Graphe 86 : Utilisation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile

Le graphe ci-dessus nous montre que 44% de ceux qui ont Internet à domicile (35% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Non », 29% (23%) ont sélectionné « Oui, unique adresse », 16% (12%) ont sélectionné « Oui, adresse principale », 8% (7%) ont sélectionné « Oui, adresse secondaire », 5% (4%) ont sélectionné « Ne sait pas ».

Il semble donc qu'une majorité de répondants n'utilise pas cette adresse e-mail. Cependant, pour 29% des répondants disposant d'Internet, c'est quand même la seule adresse e-mail.



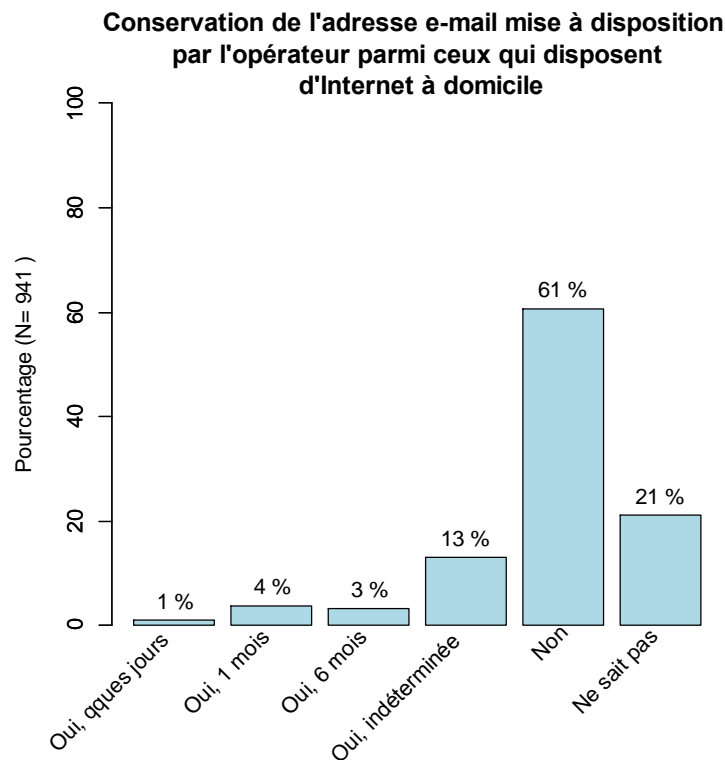
Graphe 87 : Utilisation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge

Le graphe ci-dessus illustre les grandes différences dans les réponses selon la catégorie d'âge: les plus jeunes n'utilisent pas cette adresse alors que les plus âgés l'utilisent et c'est pour eux la seule adresse.

5.14. Le consommateur sait-il qu'il peut conserver l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur internet à domicile lorsqu'il change d'opérateur?

Cette question porte sur la possibilité de conserver l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur internet à domicile lors du changement d'opérateur. Elle était formulée comme suit: *Si vous avez une adresse e-mail avec votre nom mise à disposition par votre opérateur, pensez-vous qu'il vous est possible de conserver cette adresse si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?* Les réponses proposées étaient: *Oui, quelques jours; Oui, environ 1 mois; Oui, pendant 6 mois; Oui, de manière indéterminée; Non; Je ne sais pas si j'ai une adresse à mon nom mise à disposition par mon opérateur.* La réponse correcte est « Oui, pendant 6 mois ».

Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à Internet à domicile. Seuls 86% des répondants (1090 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.



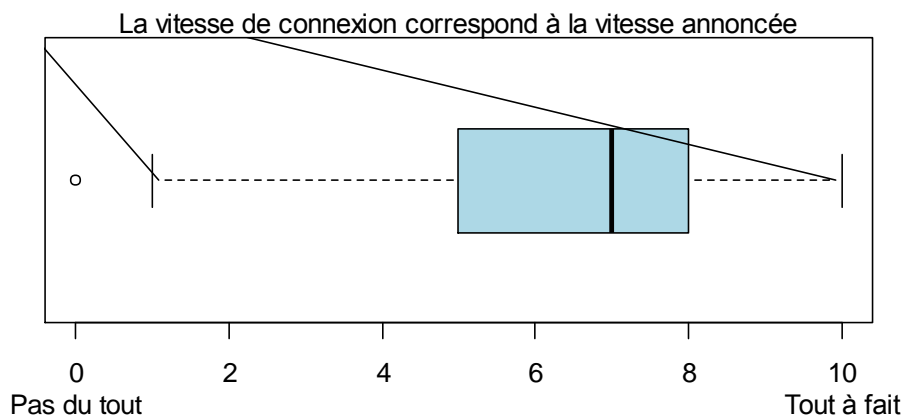
Graphe 88 : Conservation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile

Le graphe ci-dessus nous montre que 61% de ceux qui ont Internet à domicile (44% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Non », 21% (15%) ont sélectionné « Ne sait pas », 13% (10%) ont sélectionné « Oui, indéterminée », 4% (3%) ont sélectionné « Oui, 1 mois », 3% (2%) ont sélectionné « Oui, 6 mois », 1% (0.8%) ont sélectionné « Oui, quelques jours ».

Il semble donc qu'une majorité de répondants ne sait pas qu'il est possible de conserver l'adresse e-mail mise à disposition par son opérateur Internet à domicile lors du changement d'opérateur. La bonne réponse, pendant 6 mois, n'est sélectionnée que par 3.3% des répondants. Il n'y a pas de différence marquante en fonction des variables sociodémographiques.

5.15. Vitesse de connexion correspondant à la vitesse annoncée

La quatorzième question de la quatrième section était formulée comme suit: *Dans quelle mesure considérez-vous que la vitesse de votre connexion à Internet correspond à la vitesse annoncée par votre opérateur?* La réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés « Pas du tout » pour 0 et « Tout à fait » pour 10. Une case « Sans avis » était également proposée. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à internet à domicile. Seuls 86% des répondants (1090 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

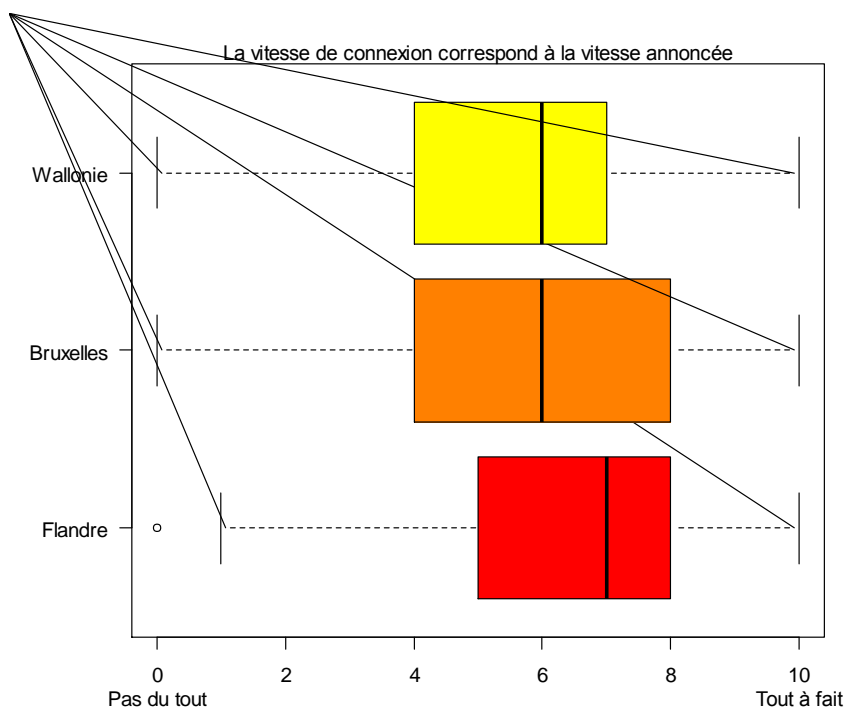


Graphe 89 : La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans	NAs
La vitesse de connexion correspond à la vitesse annon-	0	5	7	8	10	6	872	173	220

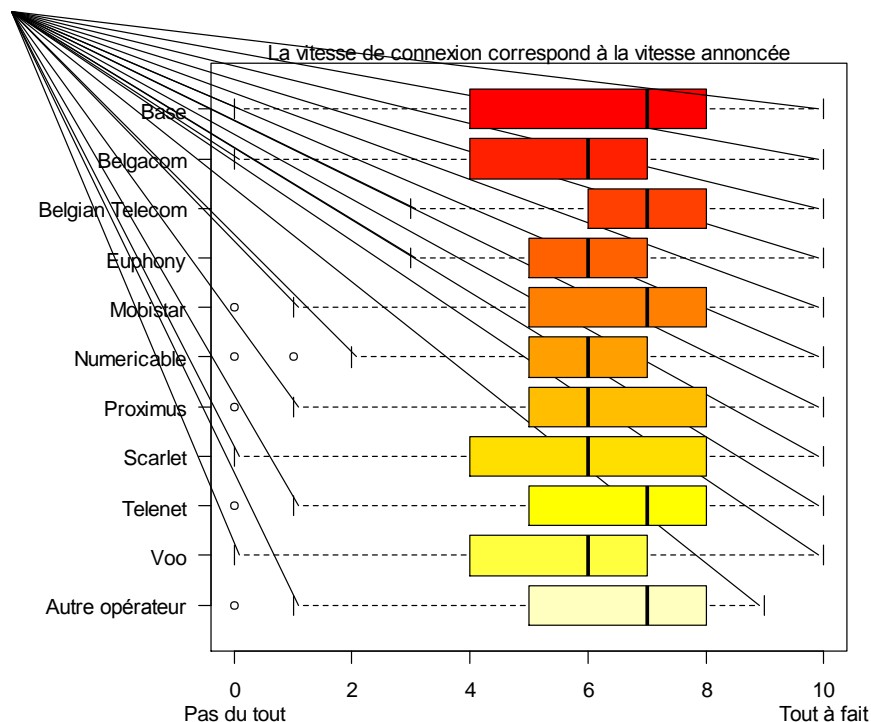
Tableau 22 : La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée

Le graphe et le tableau ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée. 83% des répondants ont donné une réponse à l'item « La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée » et 17% se sont déclarés « Sans avis ». Ce graphe nous montre que les répondants sont globalement satisfaits de leur vitesse de connexion. 75% d'entre eux sont moyennement satisfaits à tout à fait satisfaits.



Graphe 90 : La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée par Région

Parmi les variables sociodémographiques, c'est au niveau de la Région que les différences sont les plus marquantes. Les Flamands semblent globalement plus satisfaits que les Wallons. Les Bruxellois se retrouvent entre les deux autres Régions. Ces différences régionales peuvent être dues aux opérateurs spécifiques tels qu'illustré dans le graphe ci-dessous.

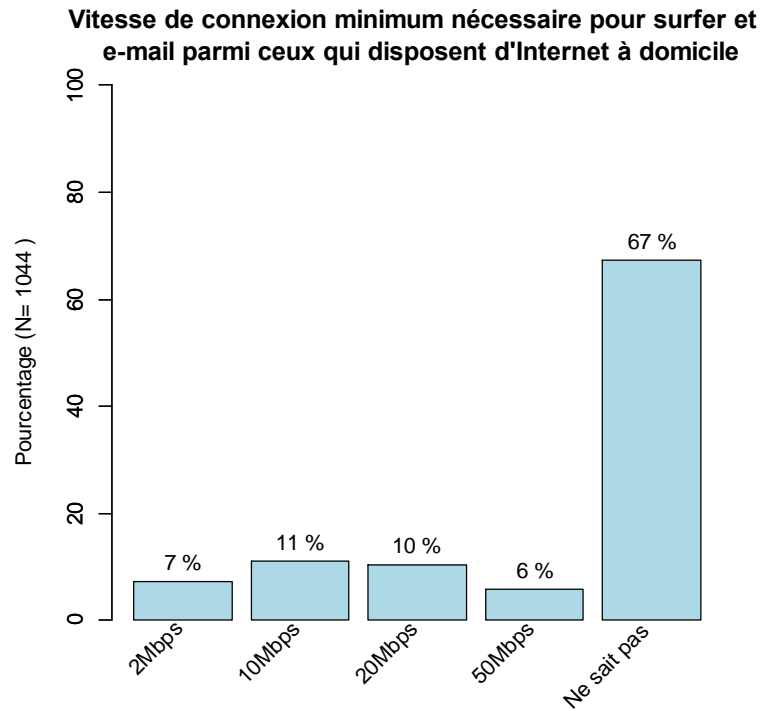


Graphe 91 : La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée par opérateur

Ce graphe illustre la répartition des réponses en fonction de l'opérateur utilisé (seuls les opérateurs dépassant le pourcent d'utilisation à la deuxième question du questionnaire sont repris). On constate des disparités entre opérateurs sans toutefois distinguer clairement de bons ou mauvais élèves.

5.16. Le consommateur sait-il quelle est la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter ses e-mails à domicile?

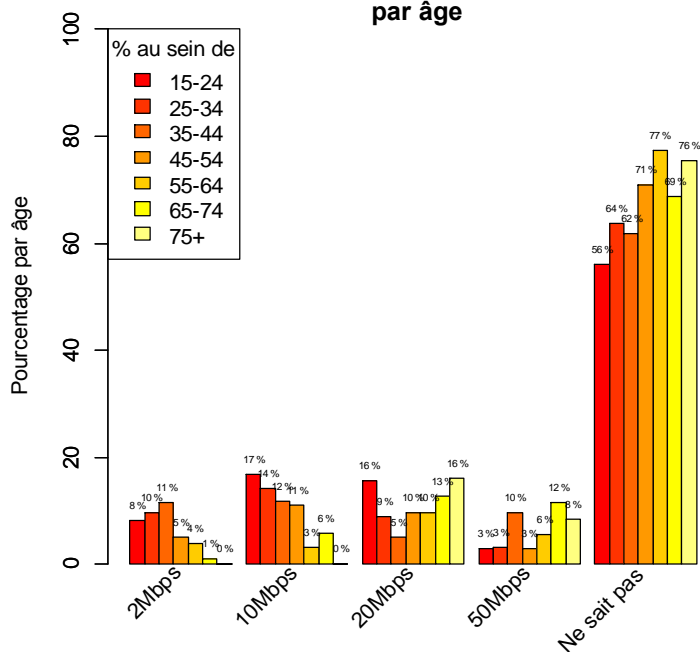
Cette question porte sur la connaissance du consommateur de la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter ses e-mails à domicile. Elle était formulée comme suit: *Selon vous, quelle est la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter vos e-mails à domicile? Les réponses proposées étaient: Au minimum 2 Mbps; Au minimum 10 Mbps; Au minimum 20 Mbps; Au minimum 50 Mbps; Je ne sais pas.* Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à Internet à domicile. Seuls 86% des répondants (1090 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.



Graphe 92 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et e-mail parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile

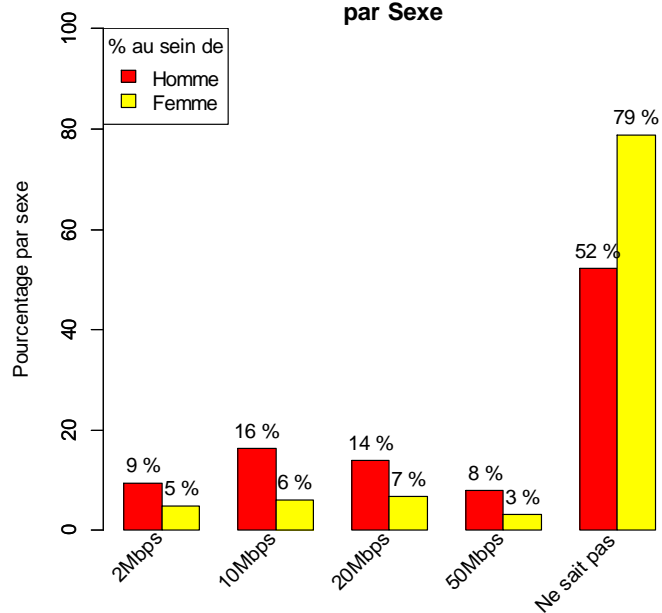
Le graphe ci-dessus nous montre que 67% de ceux qui ont Internet à domicile (55% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse « Ne sait pas », 11% (9%) ont sélectionné 10Mbps, 10% (8%) ont sélectionné 20Mbps, 7% (6%) ont sélectionné 2Mbps, 6% (5%) ont sélectionné 50Mbps. Une majorité des répondants n'a aucune idée de la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter des e-mails.

Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et e-mail parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge



Graphe 93 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et e-mail parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge

Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et e-mail parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par Sexe



Graphe 94 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et e-mail parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par sexe

Les graphes ci-dessus illustrent les grandes différences dans les réponses selon la catégorie d'âge et par sexe: ce sont surtout les plus âgés et les femmes qui déclarent ne pas savoir quelle est la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter ses e-mails à domicile.

5.17. Comment le consommateur a-t-il déterminé la vitesse de connexion dont il a besoin?

Cette question porte sur la façon dont le consommateur a déterminé la vitesse de connexion dont il a besoin. Elle était formulée comme suit: *Lorsque vous avez souscrit à une offre Internet à domicile, comment avez-vous déterminé la vitesse de connexion dont vous avez besoin? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient: *Je n'ai pas choisi une offre Internet en fonction de la vitesse de connexion; La vitesse de connexion était incluse dans un pack / dans une offre; Le vendeur m'a conseillé une certaine vitesse de connexion; Ma famille / un(e) ami(e) / une connaissance m'a conseillé une certaine vitesse de connexion; Je veux pouvoir accéder aux pages web instantanément (en moins d'une seconde); J'ai besoin d'une vitesse suffisante pour faire du télétravail; J'ai besoin d'une vitesse suffisante pour jouer en réseau; J'aime regarder des vidéos en ligne sans que le signal ne soit coupé; Autre; Je ne sais pas, je ne me souviens pas.* La réponse « Autre » s'accompagnait d'un cadre de réponse ouverte. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à internet à domicile. Seuls 86% des répondants (1090 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

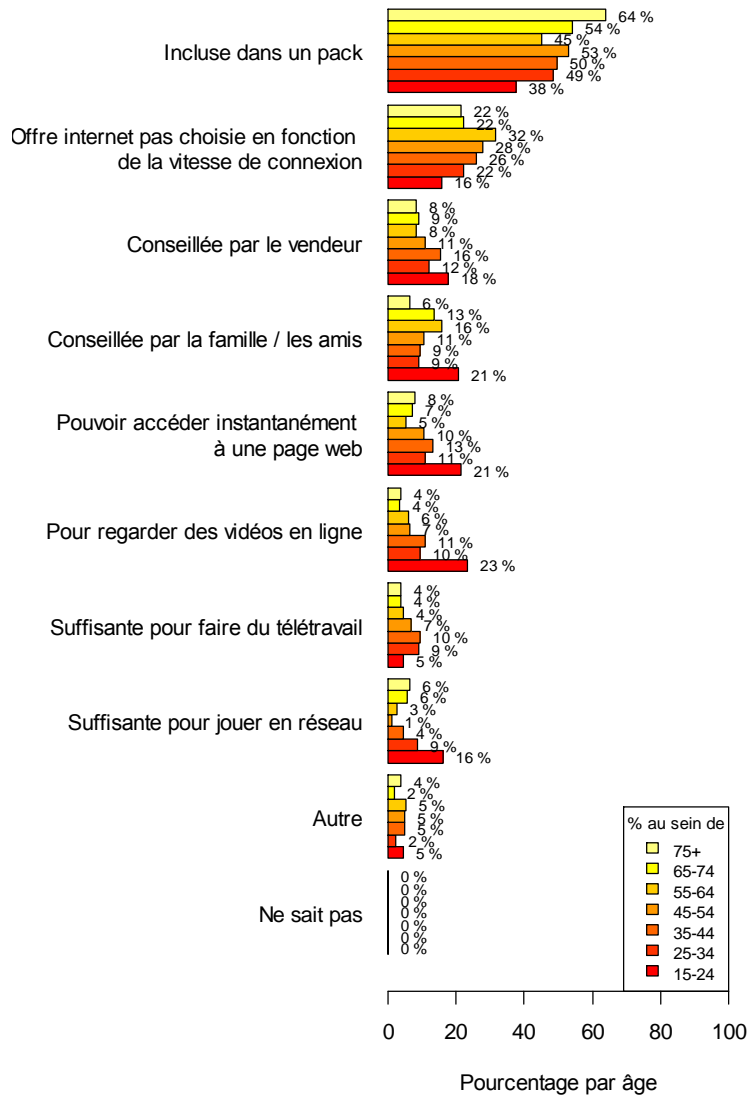


Graphe 95 : Critères de détermination de la vitesse de connexion requise parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile

Le graphe ci-dessus nous montre que 42% de ceux qui ont Internet à domicile (35% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Incluse dans un pack, 21% (18%) ont sélectionné « Offre internet pas choisie en fonction de la vitesse de connexion », 12% (10%) ont sélectionné « Ne sait pas », 11% (9%) ont sélectionné « Conseillée par le vendeur », 11% (9%) ont sélectionné « Conseillée par la famille / les amis », 10% (8%) ont sélectionné « Pouvoir accéder instantanément à une page web, » 9% (8%) ont sélectionné « Pour regarder des vidéos en ligne », 6% (5%) ont sélectionné « Suffisante pour faire du télétravail », 6% (5%) ont sélectionné « Suffisante pour jouer en réseau », 4% (3%) ont sélectionné « Autre ».

Nous constatons ici que pour une majorité de répondants, la vitesse n'est pas déterminante dans le choix. Elle est plutôt choisie par défaut, étant incluse dans un pack.

Critères de détermination de la vitesse de connexion requise parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge



Graphe 96 : Critères de détermination de la vitesse de connexion requise parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge

Le graphe ci-dessus nous montre que cette tendance de non-choix de la vitesse est plus accentuée avec l'âge. Seuls les plus jeunes motivent leur vitesse de connexion en fonction de critères techniques ou pratiques.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de paramètres qui ont déterminé le choix de la vitesse de connexion	1	1	1	2	5

Tableau 23 : Nombre de paramètres qui ont déterminé le choix de la vitesse de connexion

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 5 critères de choix parmi les 10 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 9% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères.

L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas nécessairement lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

5.18. Information: conclusions

Lorsqu'on investigate la connaissance du consommateur quant aux droits qui le protègent, on constate que la plupart des répondants (en particulier en Flandre) savent que leur opérateur doit les informer de leur profil moyen de consommation, mais moins de la moitié se souviennent avoir reçu l'information.

Parmi ceux qui se souviennent, la moitié a changé de plan tarifaire suite à cette information, l'autre moitié indiquent avoir le plan tarifaire adapté ou de ne pas avoir prêté attention à l'information.

Par contre, les utilisateurs n'ont pas le sentiment d'être bien informés (quel que soit leur âge, leur sexe ou le service). Effectivement, quand on leur demande s'ils savent où trouver la date de fin de leur contrat avec leur opérateur actuel, la réponse négative est la plus fréquente. De même, lorsqu'on leur demande d'identifier des numéros surtaxés, la moitié des utilisateurs déclarent ne pas savoir. En outre, plus d'un tiers des répondants ne savent pas quand ils peuvent résilier leur abonnement GSM sans frais. Enfin, deux tiers ignorent la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter ses e-mails à domicile. Par contre, la portabilité des numéros de téléphones fixes et mobiles est connue de la moitié des utilisateurs de GSM.

Les questions relatives à l'utilisation du GSM à usage privé révèlent que la majorité des utilisateurs de GSM ont un abonnement. Les abonnements à durée déterminée sont un peu plus fréquents que les autres. Ce sont surtout les jeunes qui optent pour des abonnements à durée déterminée. Cette tendance diminue avec l'âge. Parmi les utilisateurs d'Internet à domicile, si un quart a pour seule adresse e-mail celle fournie par l'opérateur, près de la moitié ne l'utilisent pas du tout. Les plus jeunes n'utilisent pas l'adresse fournie alors qu'elle est la seule adresse des plus âgés.

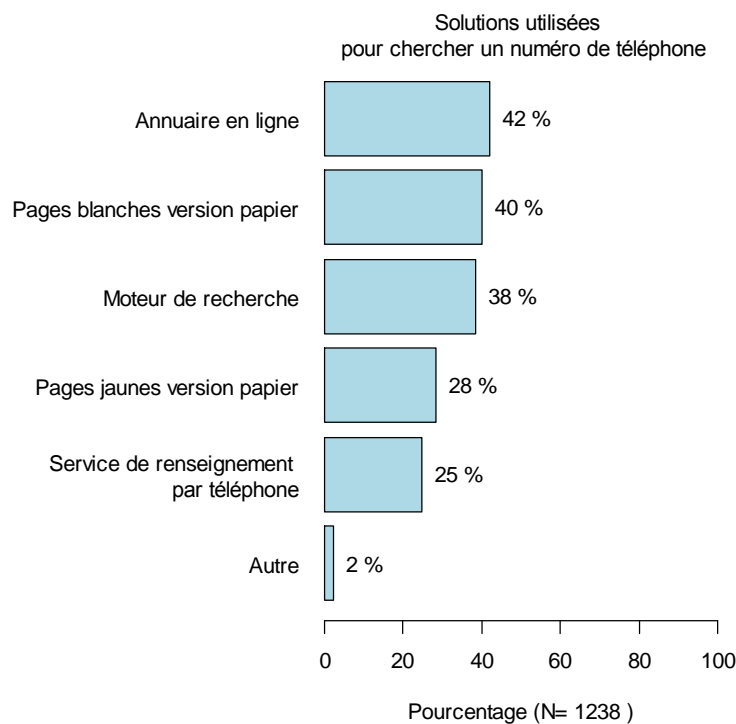
6. Le Service universel

La cinquième section du questionnaire portait sur le service universel. Les thèmes abordés ont été l'utilisation des services de renseignements, de l'annuaire téléphonique et des cabines publiques. La connaissance du tarif social a aussi été abordée.

Parmi les 1262 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 900 répondants après pondération (71% de l'ensemble) ont répondu aux 6 questions non filtrées de cette section.

6.1. Que consulte-t-on lorsque l'on cherche un numéro de téléphone?

La première question relative au service universel porte sur l'outil utilisé pour rechercher un numéro de téléphone. La question était formulée comme suit: *Lorsque vous cherchez un numéro de téléphone, consultez-vous le plus souvent. (plusieurs réponses possibles)*. Les réponses proposées étaient les suivantes: *Les pages blanches en version papier; Les pages jaunes en version papier; Le service de renseignements par téléphone; Un annuaire en ligne; Un moteur de recherche (ex: Google); Autre*. La rubrique « Autre » s'accompagnait d'un encadré de réponse ouverte.



Graph 97 : Solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone

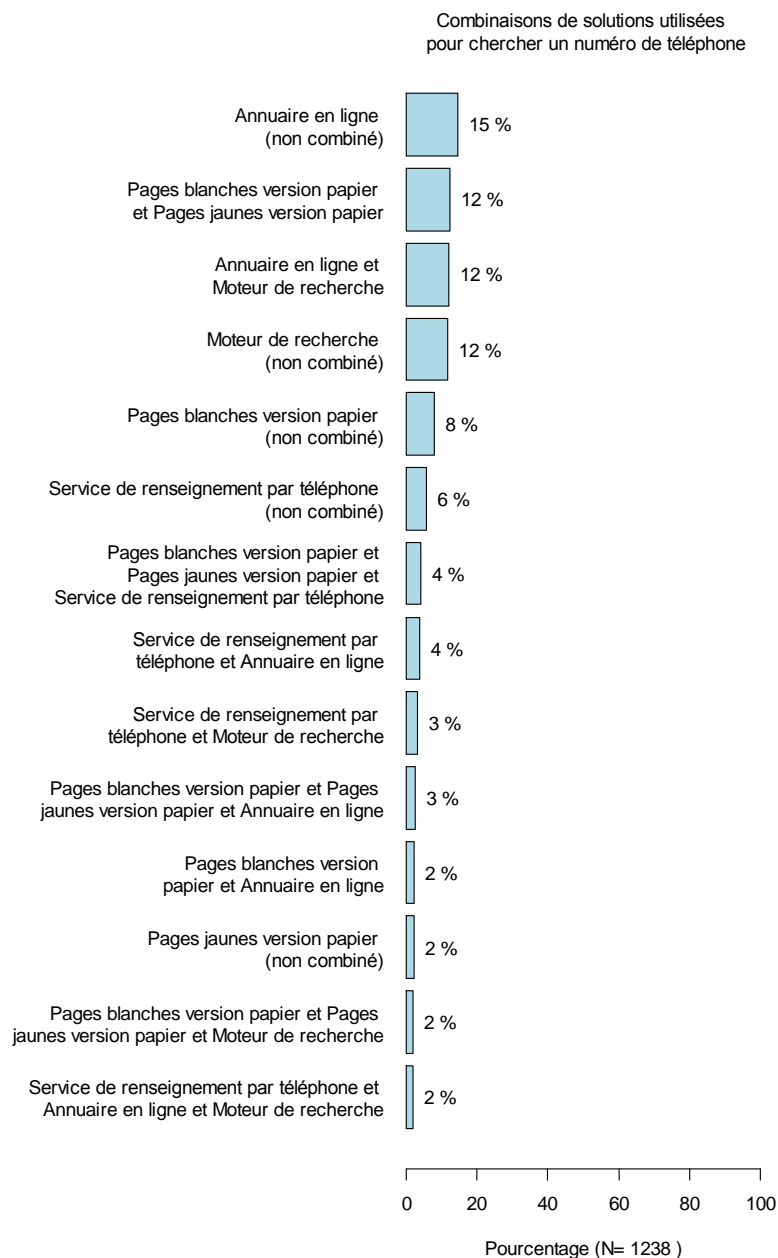
Le graphe ci-dessus nous montre que 42% des répondants ont sélectionné la réponse « Annuaire en ligne », 40% ont sélectionné « Pages blanches version papier », 38% ont sélectionné « Moteur de recherche », 28% ont sélectionné « Pages jaunes version papier », 25% ont sélectionné « Service de renseignement par téléphone », 2% ont sélectionné « Autre ».

Nous constatons donc que trois des sources d'information sont mobilisées de manière quasiment équivalente et que toutes les sources proposées semblent être régulièrement consultées.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone	1	1	2	2	5

Tableau 24 : Nombre de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone

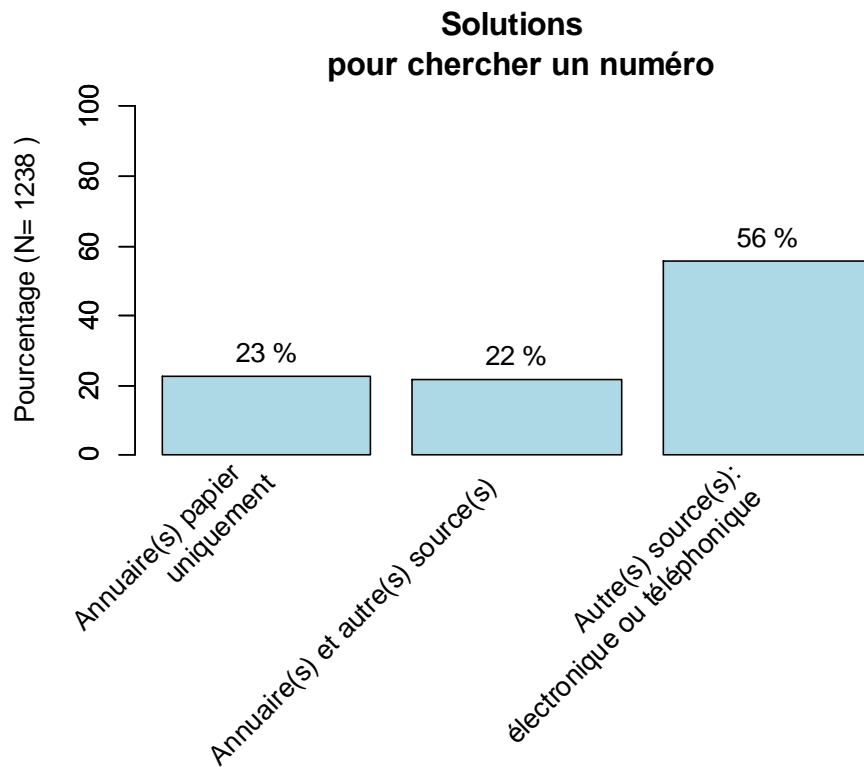
Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 5 sources d'information parmi les 6 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 2 critères ou moins de 2 critères. 17% des répondants ont sélectionné 3 sources ou plus de 3 sources.



Graphe 98 : Combinaisons de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone

Sur base de ce constat, nous avons étudié les associations de réponses les plus fréquentes (graphe ci-dessus). Il en ressort que l'association la plus fréquente est « Annuaire en ligne (non combiné) » sélectionnée par 14.8 % des répondants. Ensuite, l'association « Pages blanches version papier et Pages jaunes version papier » est sélectionnée par 12.5 % des répondants. Ensuite, l'association « Annuaire en ligne et Moteur de recherche » est sélectionnée par 12.2 % des répondants. Enfin, l'association « Moteur de recherche (non combiné) » est sélectionnée par 11.9 % des répondants. Sur base de ces réponses les plus fréquentes, il semble que l'hypothèse d'un monde papier, ou offline, séparé d'un monde digital, ou online, évoquée lors de la présentation des résultats préliminaires se confirme. Autrement dit, il semble que les utilisateurs du ou des annuaire(s) téléphonique(s) soient des per-

sonnes bien distinctes de ceux qui ont recours à l'information via Internet. Le graphe ci-dessous en est l'illustration.

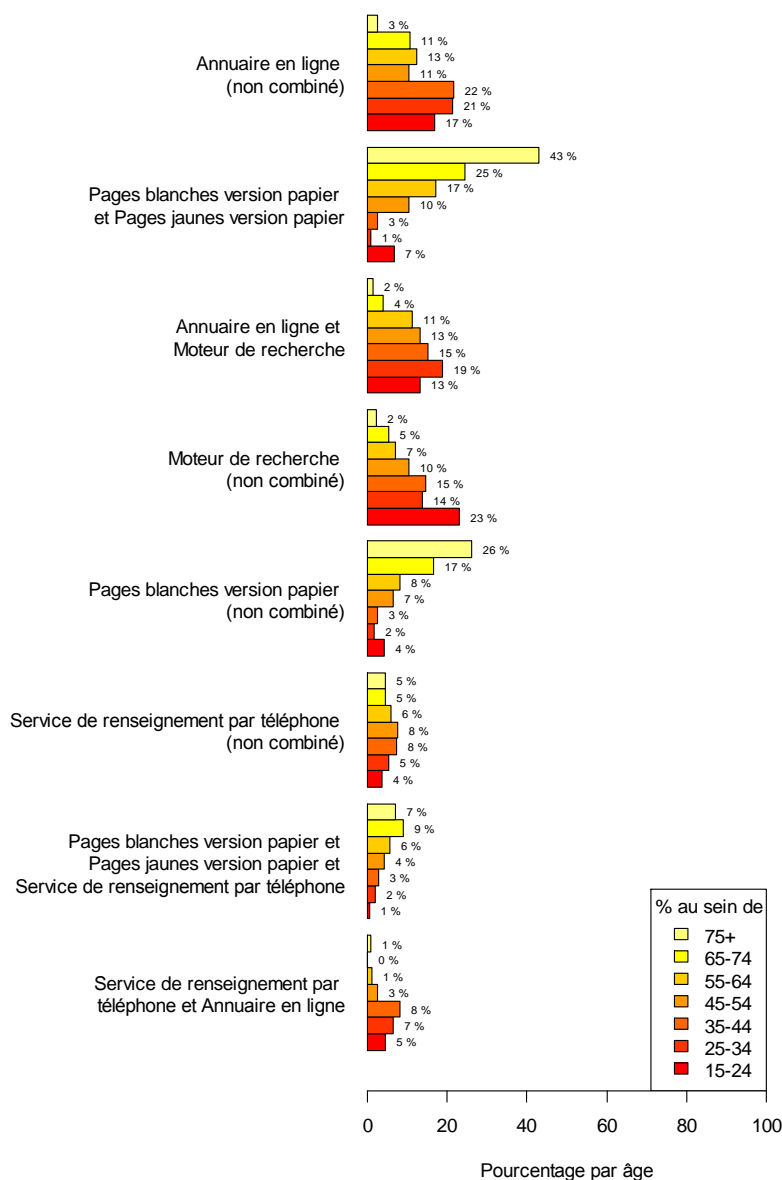


Graphe 99 : Solutions pour chercher un numéro

Le graphe ci-dessus nous montre que 23% des répondants ont sélectionné la réponse Annuaire(s) papier

uniquement, 22% ont sélectionné Annuaire(s) et autre(s) source(s), 56% ont sélectionné Autre(s) source(s): électronique ou téléphonique.

Analyse par âge
des combinaisons de solutions utilisées
pour chercher un numéro de téléphone

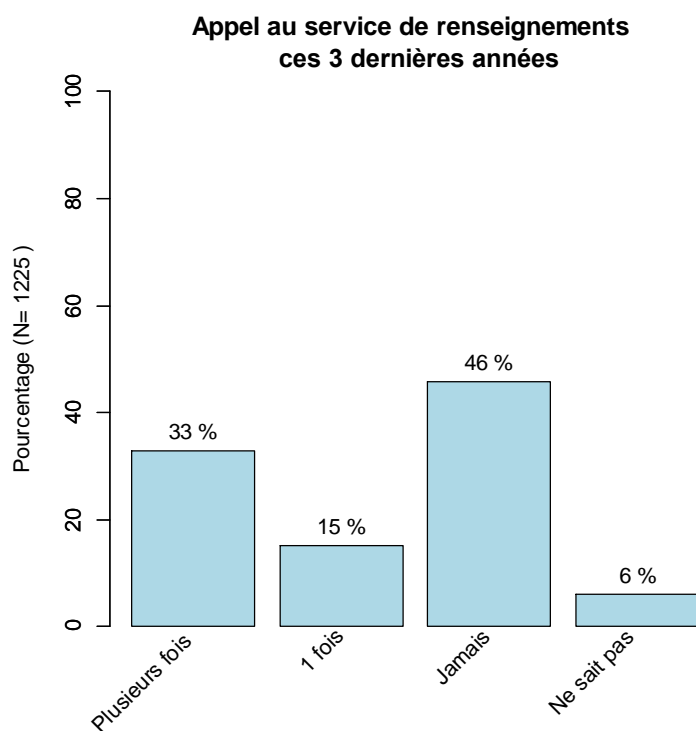


Graphe 100 : Analyse par âge des combinaisons de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone

Partant de cette hypothèse de deux mondes, nous avons étudié ces combinaisons fréquentes séparées par âge (graphe ci-dessus). Le constat est sans appel: les utilisateurs des annuaires téléphoniques sont majoritairement des personnes âgées de plus de 55 ans alors que les utilisateurs des moteurs de recherche et d'annuaires en ligne ont moins de 55 ans. Les plus jeunes, 15-24 ans, privilégient le moteur de recherche avant l'annuaire en ligne ce qui n'est pas le cas de leur aînés. Ceci pourrait être la trace d'un transfert plus ou moins récent de l'annuaire papier à l'annuaire numérique chez les 25-54 ans alors que parmi les plus jeunes, certains n'ont jamais utilisé l'annuaire papier et ont grandi directement dans le monde numérique. Entre les sexes, la même analyse ne révèle rien d'intéressant. Au niveau des Régions, on retrouve trace des différences d'âge mais rien de plus.

6.2. Fréquence d'utilisation des services de renseignements

La deuxième question relative au service universel porte sur la fréquence d'utilisation des services de renseignements par téléphone. La question était formulée comme suit: *Ces trois dernières années, avez-vous appelé les services de renseignements par téléphone en Belgique?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Oui, plusieurs fois; Oui, une fois; Non, jamais; Je ne sais pas.*



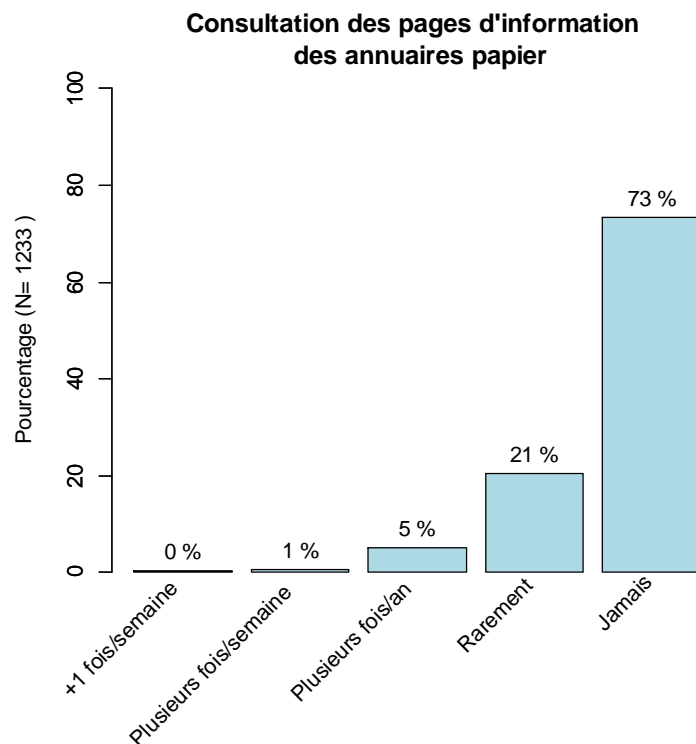
Graphe 101 : Appel au service de renseignements ces 3 dernières années

Le graphe ci-dessus nous montre que 33% des répondants ont sélectionné la réponse « Plusieurs fois », 15% ont sélectionné « 1 fois », 46% ont sélectionné « Jamais », 6% ont sélectionné « Ne sait pas ».

Il y a donc 48.1% des répondants qui ont eu recours au moins une fois aux services de renseignements par téléphone durant les 3 dernières années. Ce taux n'est pas négligeable. L'analyse en fonction des variables sociodémographiques a permis de constater que les personnes ayant le plus recours aux services de renseignements sont en âge de travailler; elles ont entre 25 et 64 ans.

6.3. Fréquence de consultation des pages d'information des annuaires papier

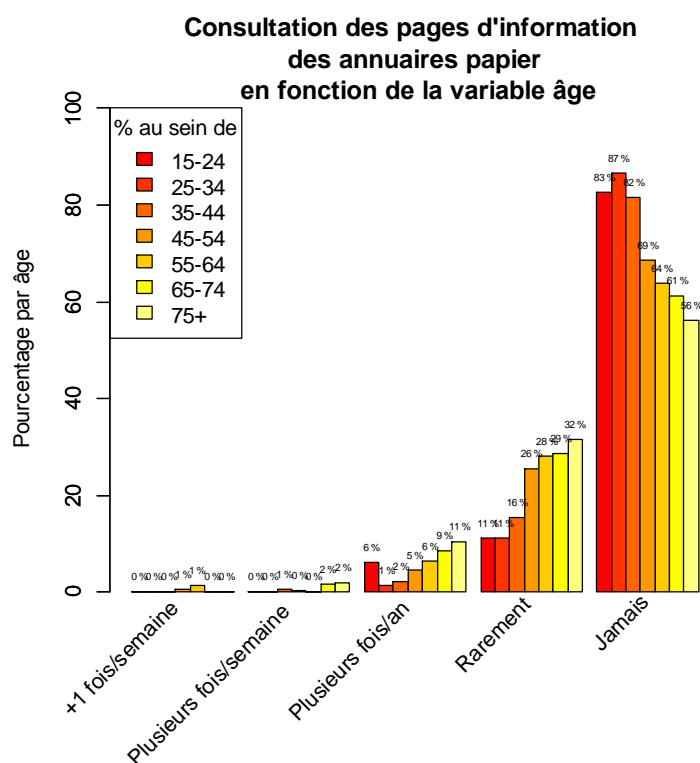
La troisième question relative au service universel porte sur la fréquence d'utilisation des pages d'information contenues dans les annuaires papier. La question était formulée comme suit: *Consultez-vous les pages d'information (numéros d'appel d'urgence, Télé-Accueil, Child Focus, etc.) contenues dans les annuaires papiers?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Oui, plus d'une fois par semaine; Oui, une fois par semaine à une fois par mois; Oui, plusieurs fois par an; Oui, très rarement; Non, jamais.*



Graph 102 : Consultation des pages d'information des annuaires papier

Le graphique ci-dessus nous montre que 0.4% des répondants ont sélectionné la réponse « +1 fois/semaine », 0.6% ont sélectionné « Plusieurs fois/semaine », 5% ont sélectionné « Plusieurs fois/an », 21% ont sélectionné « Rarement », 73% ont sélectionné « Jamais ».

Il y a donc 6.1% des répondants qui consultent plus ou moins régulièrement ces pages d'information. Ce taux est presque négligeable comparativement aux 73.4% qui ne les consultent jamais.

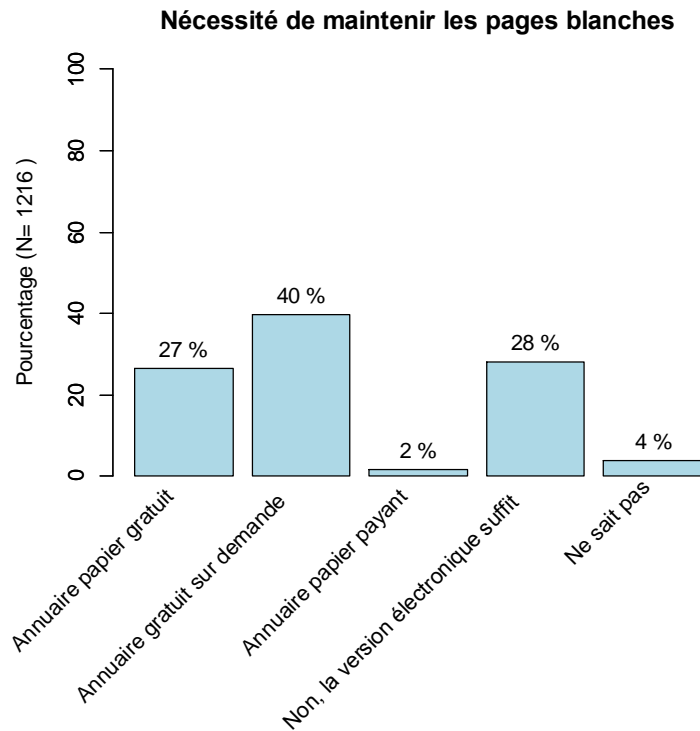


Graphe 103 : Consultation des pages d'information des annuaires papier en fonction de la variable âge

L'analyse en fonction des variables sociodémographiques n'est intéressante qu'au niveau des tranches d'âge. On y voit clairement une inversion entre les plus jeunes et les plus âgés. Il semble que les jeunes générations consultent de moins en moins les pages d'information des annuaires.

6.4. Est-il nécessaire de maintenir les annuaires papier?

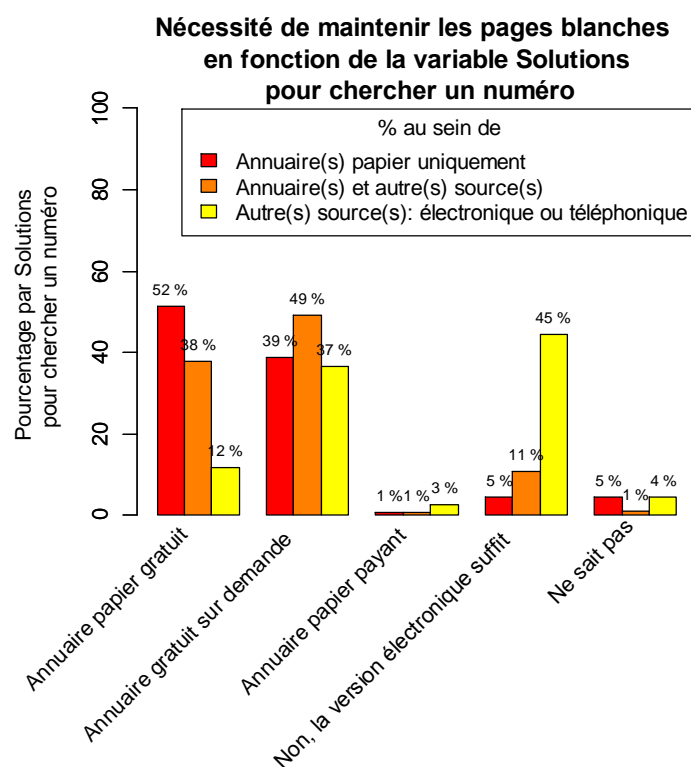
La quatrième question relative au service universel porte sur la nécessité de maintenir les annuaires papier. La question était formulée comme suit: *Selon vous, est-il nécessaire de maintenir une version papier de l'annuaire des pages blanches sachant qu'une version électronique est disponible gratuitement sur Internet?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Oui et il faut distribuer l'annuaire papier à tous gratuitement; Oui, mais l'annuaire papier ne doit être distribué gratuitement qu'à ceux qui le souhaitent; Oui mais l'annuaire papier pourrait être payant; Non ce n'est pas nécessaire, la version électronique me suffit; Je ne sais pas.*



Grphe 104 : Nécessité de maintenir les pages blanches

Le graphe ci-dessus nous montre que 27% des répondants ont sélectionné la réponse « Annuaire papier gratuit », 40% ont sélectionné « Annuaire gratuit sur demande », 2% ont sélectionné « Annuaire papier payant », 28% ont sélectionné « Non, la version électronique suffit », 4% ont sélectionné « Ne sait pas ».

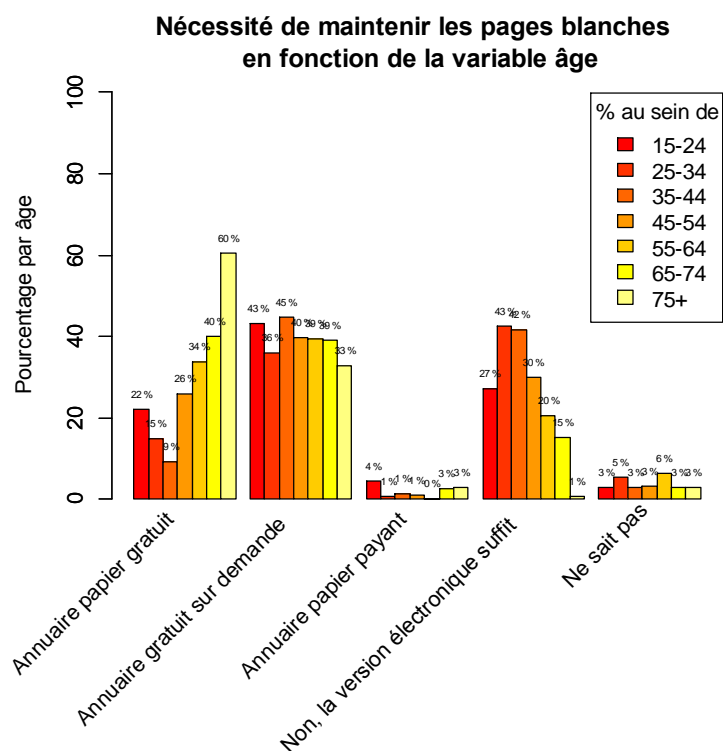
Il y a donc 68.1% des répondants en faveur du maintien de l'annuaire papier contre 28% en faveur de sa disparition au profit d'une solution uniquement électronique. Cependant, parmi les premiers 68.1%, seuls 26.6% sont pour le maintien d'un annuaire distribué de manière systématique.



Graphe 105 : Nécessité de maintenir les pages blanches en fonction de la variable Solutions pour chercher un numéro

Sans surprise, lorsque l'on compare les réponses à cette question en fonction des sources consultées lorsque l'on cherche un numéro de téléphone³ (graphe ci-dessus), les personnes utilisant uniquement les annuaires téléphoniques sont majoritairement en faveur de leur maintien. Cependant, près de 39% d'entre eux pourraient se contenter d'une version distribuée uniquement à ceux qui le souhaitent. Les personnes qui n'utilisent pas les annuaires sont 44.6% à déclarer qu'une version électronique suffit mais restent nombreux (37%) à considérer qu'il faut maintenir un annuaire disponible gratuitement sur demande.

³ Pour créer cette variable indiquant les sources consultées lorsque l'on cherche un numéro de téléphone, nous avons regroupé les répondants en trois catégories: ceux qui utilisent uniquement les annuaires, ceux qui utilisent les annuaires et d'autres sources, ceux qui utilisent uniquement d'autres sources.

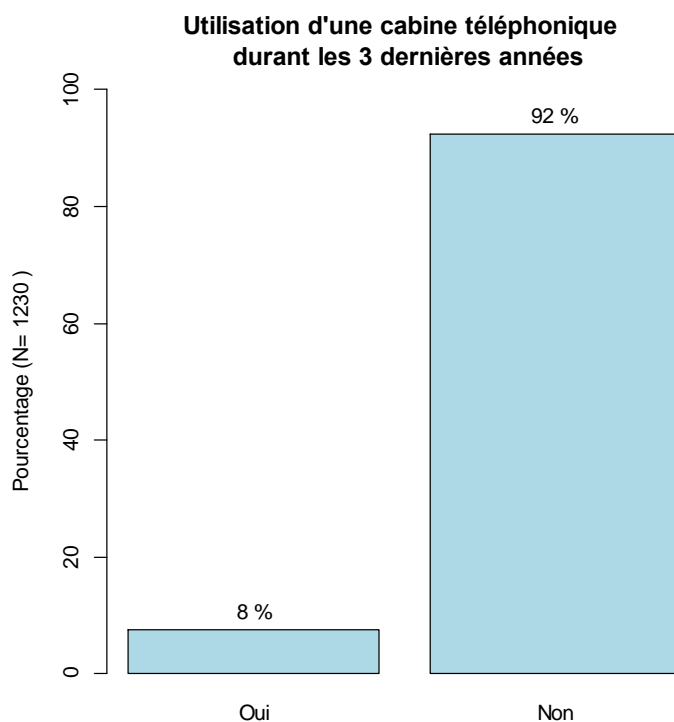


Grphe 106 : Nécessité de maintenir les pages blanches en fonction de la variable âge

Les personnes de 55 ans et plus étant les plus enclines à avoir recours aux annuaires dans leur recherche (cf. supra), il n'est pas étonnant de les retrouver ici parmi les personnes réclamant un maintien des annuaires. On observe en effet des avis opposés selon les tranches d'âge: l'idée que l'annuaire papier doit être distribué gratuitement est davantage présente chez les plus âgés alors que l'idée que la version électronique suffit se retrouve davantage chez les jeunes. Pour les autres variables sociodémographiques, il n'y a rien à souligner de particulier.

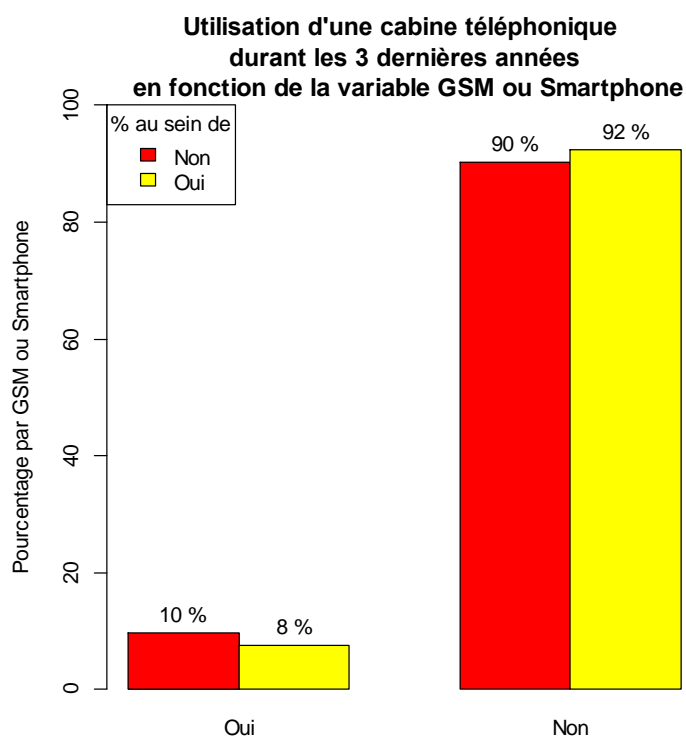
6.5. Utilisation des cabines téléphoniques

La cinquième question relative au service universel porte sur l'usage des cabines téléphoniques. La question était formulée comme suit: *Dans les trois dernières années, avez-vous utilisé une cabine téléphonique en Belgique?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Oui* et *Non*.



Graphe 107 : Utilisation d'une cabine téléphonique durant les 3 dernières années

Le graphe ci-dessus nous montre que 8% des répondants ont utilisé une cabine téléphonique ces trois dernières années et 92% n'en ont pas fait l'usage.



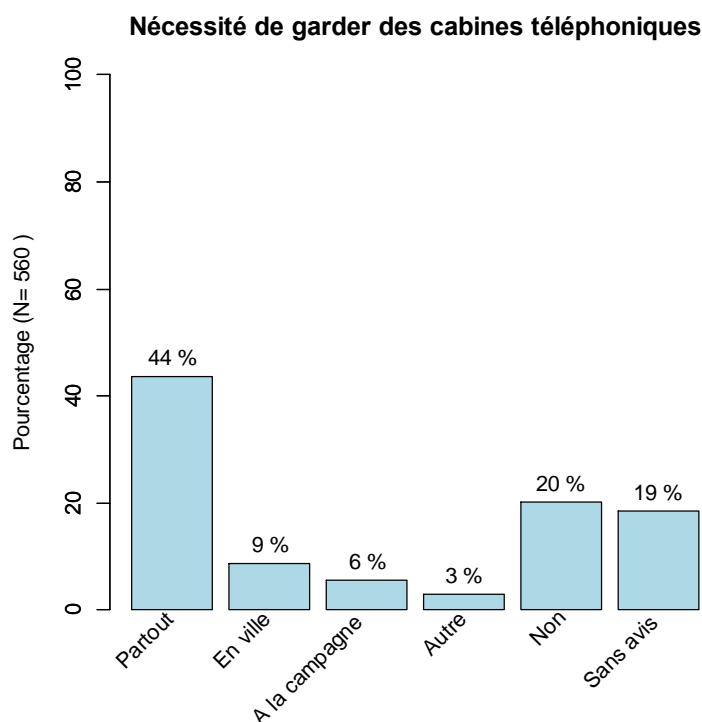
Graphe 108 : Utilisation d'une cabine téléphonique durant les 3 dernières années en fonction de la variable GSM ou Smartphone

L'usage des cabines téléphonique n'est pas significativement associé (p-valeur= 0.55) au fait de disposer ou non d'un téléphone portable. Il n'y a pas de différence marquante au niveau des variables d'âge, de sexe et de Région.

6.6. Est-il nécessaire de maintenir les cabines téléphoniques?

La sixième question relative au service universel porte sur la nécessité de maintenir les cabines téléphoniques. La question était formulée comme suit: *Pensez-vous qu'il est nécessaire de garder les cabines téléphoniques en Belgique?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Oui, partout; Oui, uniquement en ville; Oui, uniquement à la campagne; Autre; Non; Sans avis.* La rubrique « Autre » s'accompagnait d'un encadré de réponse ouverte.

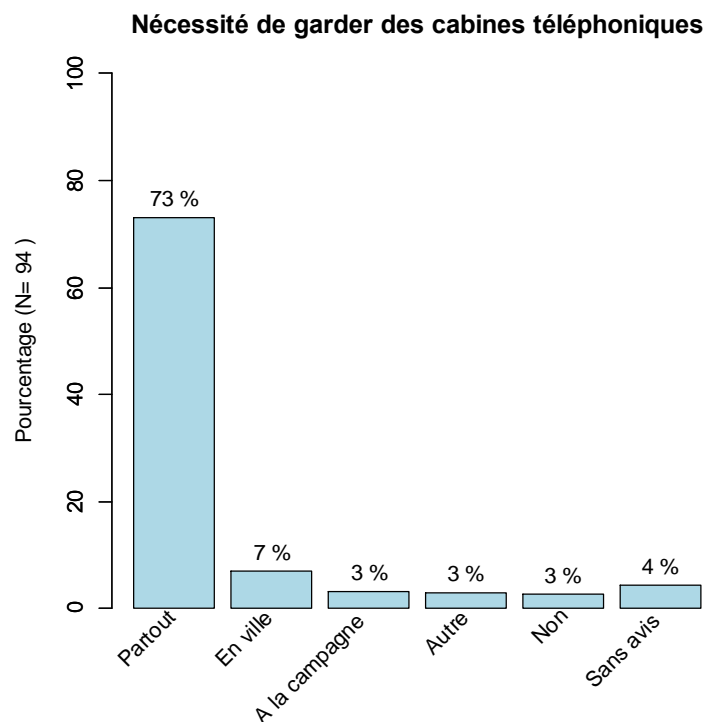
Lors de la préparation du questionnaire, un filtre avait été placé avant cette question de sorte à n'avoir l'avis que des personnes utilisant réellement les cabines. Néanmoins, 42% des personnes ne devant pas répondre à la question ont tout de même donné leur avis. Nous avons donc décidé de les inclure dans les résultats tout en analysant les comportements spécifiques aux utilisateurs de cabines. Sauf indication contraire sur les graphes, la base de calcul des pourcentages correspond donc aux 560 personnes ayant répondu à la question. Pour la seconde année d'enquête, la question 5.6 ne sera plus filtrée.



Graphe 109 : Nécessité de garder des cabines téléphoniques

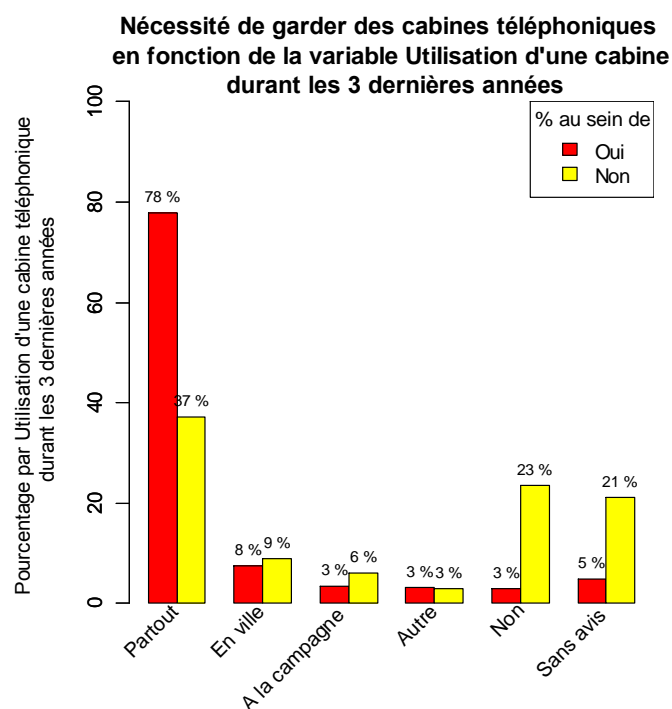
Le graphe ci-dessus nous montre que 44% des répondants ont sélectionné la réponse « Partout », 9% ont sélectionné « En ville », 6% ont sélectionné « A la campagne », 3% ont sélectionné « Autre », 20% ont sélectionné « Non », 18% ont sélectionné « Sans avis ».

Il y a donc 58% des répondants en faveur du maintien des cabines téléphoniques, 20.3% en faveur de leur disparition et presque autant (18.5%) de sans avis. Si nous n'avions considéré que les réponses des personnes ayant déclaré avoir utilisé une cabine téléphonique durant les 3 dernières années, seuls 7% des répondants (94 individus après pondération) auraient été concernés par cette question.



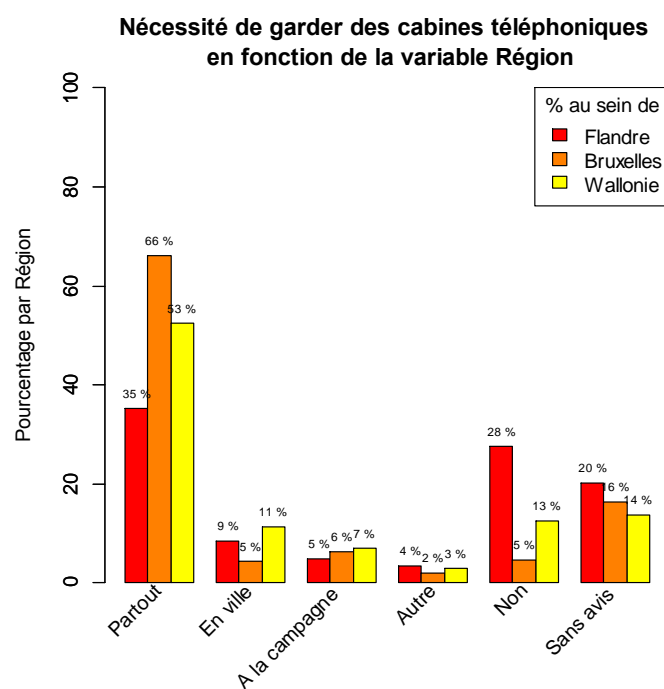
Graphe 110 : Nécessité de garder des cabines téléphoniques

Le graphe ci-dessus nous montre que 73% des répondants ont sélectionné la réponse « Partout », 7% ont sélectionné « En ville », 3% ont sélectionné « A la campagne », 3% ont sélectionné « Autre », 3% ont sélectionné « Non », 4% ont sélectionné « Sans avis ».



Graphe 111 : Nécessité de garder des cabines téléphoniques en fonction de la variable Utilisation d'une cabine durant les 3 dernières années

La volonté de maintien des cabines téléphonique est significativement associée (p -valeur= 0) à l'usage de celles-ci. En effet, 88.8% des personnes utilisant actuellement les cabines sont pour leur maintien contre seulement 52.4% parmi ceux qui n'ont pas fait usage des cabines ces trois dernières années.



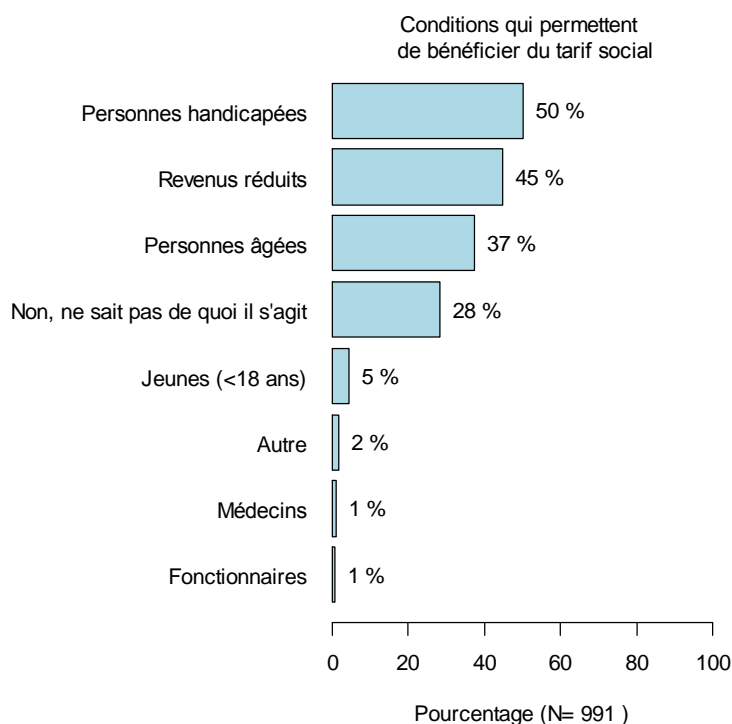
Graphe 112 : Nécessité de garder des cabines téléphoniques en fonction de la variable Région

Contrairement à ce que l'on aurait pu imaginer, l'âge des répondants ne semble pas influencer leur réponse à cette question. Au niveau des variables sociodémographiques, c'est la variable indiquant la Région qui sort du lot. Les Bruxellois (avec 66.1%) et, dans une moindre mesure, les Wallons (avec 52.6%) sont pour un maintien des cabines alors que 27.6% des Flamands sont pour leur suppression pure et simple.

6.7. Connaissance des conditions d'accès au tarif social

La septième question relative au service universel porte sur les connaissances des conditions d'accès au tarif social. La question était formulée comme suit: *Savez-vous à quelles conditions il est possible de bénéficier d'un tarif social?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Personnes âgées; Jeunes de moins de 18 ans; Ménages avec des revenus réduits; Personnes handicapées; Fonctionnaires; Médecins; Autre; Non, je ne sais pas de quoi il s'agit.* La rubrique Autre s'accompagnait d'un encadré de réponse ouverte.

Les réponses correctes sont « Personnes handicapées », « Ménages avec des revenus réduits » et « Personnes âgées ».



Grphe 113 : Conditions qui permettent de bénéficier du tarif social

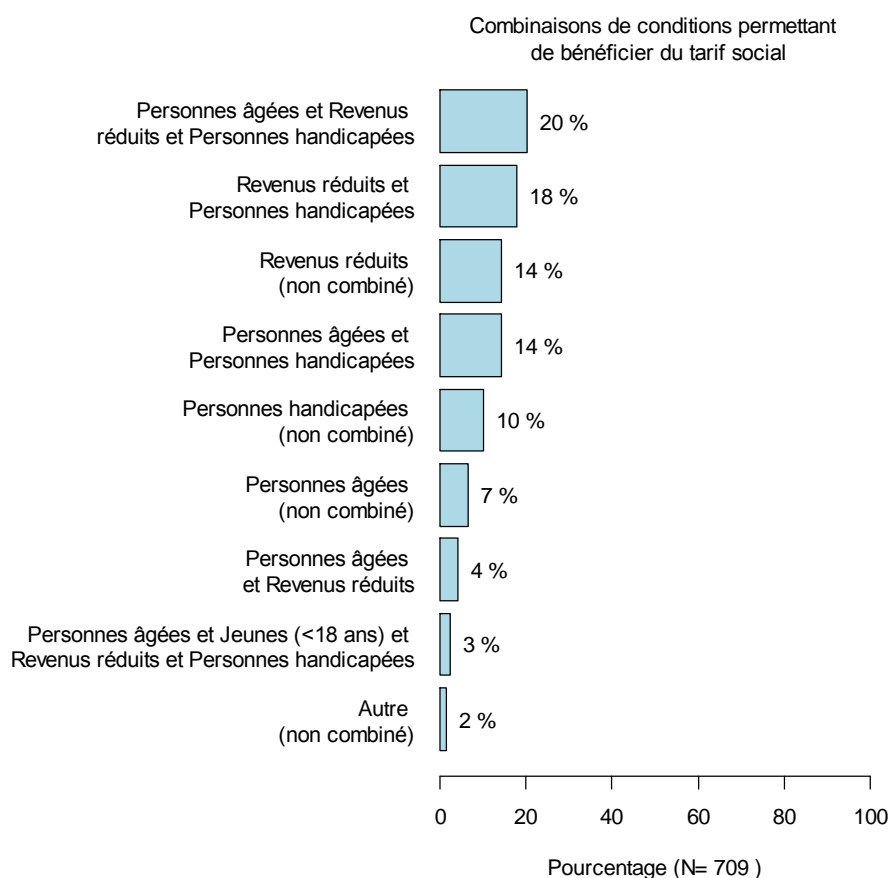
Le graphe ci-dessus nous montre que 50% des répondants ont sélectionné la réponse « Personnes handicapées », 45% ont sélectionné « Revenus réduits », 37% ont sélectionné « Personnes âgées », 28% ont sélectionné « Non, ne sait pas de quoi il s'agit », 5% ont sélectionné « Jeunes (<18 ans) », 2% ont sélectionné « Autre », 1% ont sélectionné « Médecins », 1% ont sélectionné « Fonctionnaires ».

Nous constatons donc que les trois conditions d'accès au tarif social sont les conditions les plus connues du grand public.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
Nombre de conditions qui permettent de bénéficier du tarif social	0	0	1	2	6

Tableau 25 : Nombre de conditions qui permettent de bénéficier du tarif social

Le tableau ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 0 et 6 conditions d'accès au tarif social parmi les 7 options proposées; la réponse Non, je ne sais pas de quoi il s'agit n'étant pas considérée comme une option à proprement parler. La moitié des répondants sélectionnent 1 source ou moins de 1 source. 27% des répondants ont sélectionné 3 conditions ou plus de 3 conditions.

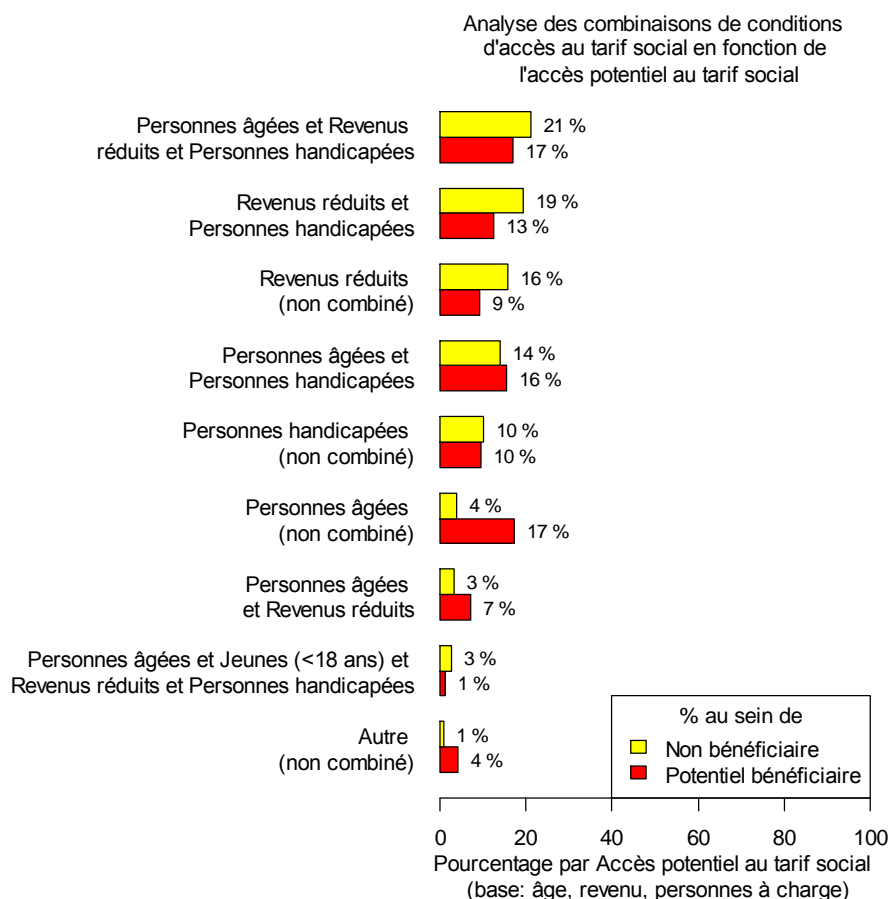


Graphe 114 : Combinaisons de conditions permettant de bénéficier du tarif social

Sur base de ce constat, nous avons étudié les associations de réponses les plus fréquentes. Il en ressort que l'association la plus fréquente est « Personnes âgées et Revenus réduits et Personnes handicapées » sélectionnée par 20.4 % des répondants. Il s'agit de la bonne réponse. Ensuite, l'association « Revenus réduits et Personnes handicapées » est sélectionnée par 18 % des répondants. Ensuite, l'association « Revenus réduits (non combiné) » est sélectionnée par 14.5 % des répondants. L'association « Personnes âgées et Personnes handicapées » est sélectionnée par 14.5 % des répondants. L'association « Personnes handicapées (non combiné) » est sélectionnée par 10.1 % des répondants. L'association « Personnes âgées (non combiné) » est sélectionnée par 6.6 % des répondants. Enfin, l'association « Personnes âgées et Revenus réduits » est sélectionnée par 4.2 % des répondants. Sur base de ces réponses les plus fréquentes au sein des 71.5% des répondants ayant donné une réponse à cette question, il nous faut constater que ceux qui connaissent le tarif social en ont une connaissance relativement bonne bien que souvent incomplète.

Sur base des réponses aux questions concernant l'âge du répondant, son revenu et le nombre de personne à sa charge, nous avons tenté d'identifier les potentiels bénéficiaires du tarif social. Afin de respecter les conditions de protection de la vie privée, nous avons formulé nos variables sociodémographiques en classe (classe d'âge et non âge exact, idem pour le revenu et le nombre de personnes à charge). Ceci ne nous permet dès lors pas d'identifier de manière exacte les personnes ayant accès au tarif social. De plus, il n'était pas politiquement correct de formuler une question relative au handicap dans un questionnaire sur les télécoms; tout ce pan des bénéficiaires est donc laissé de côté par la force des choses. Nous avons considéré comme potentiel bénéficiaire du tarif social les personnes qui:

- ont un revenu inférieur à 1100 euros net par mois, quel que soit leur âge et le nombre de personnes à charge. Cette catégorie devrait inclure les personnes bénéficiant du revenu d'intégration;
- ont un revenu inférieur à 1599 euros net par mois et sont âgées d'au moins 65 ans, quel que soit le nombre de personnes à charge;
- ont un revenu inférieur à 2099 euros net par mois, sont âgées d'au moins 65 ans et ayant au minimum 1 personne à charge;
- ont un revenu inférieur à 2599 euros net par mois, sont âgées d'au moins 65 ans et ayant au minimum 3 personnes à charge.

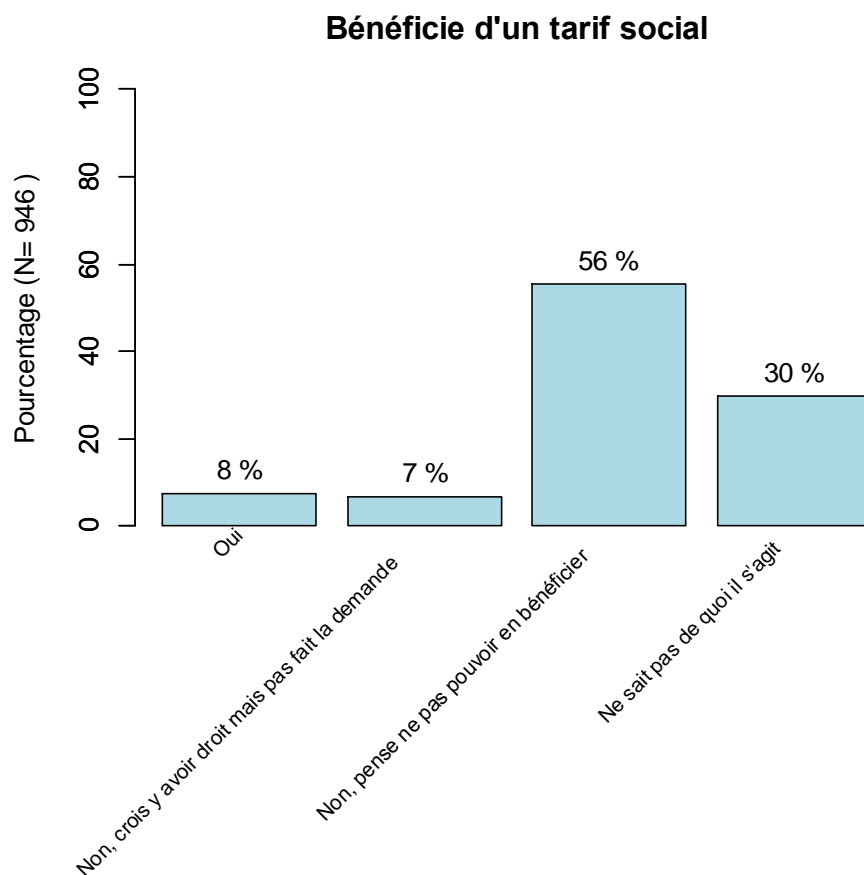


Graphique 115 : Analyse des combinaisons de conditions d'accès au tarif social en fonction de l'accès potentiel au tarif social

Il n'y a pas de différence marquante entre les réponses des potentiels bénéficiaires du tarif social et les autres répondants sauf en ce qui concerne la réponse Personnes âgées sélectionnée seule. Il n'y a pas non plus de tendance marquée sur les différentes variables sociodémographiques.

6.8. Personnes bénéficiaires du tarif social

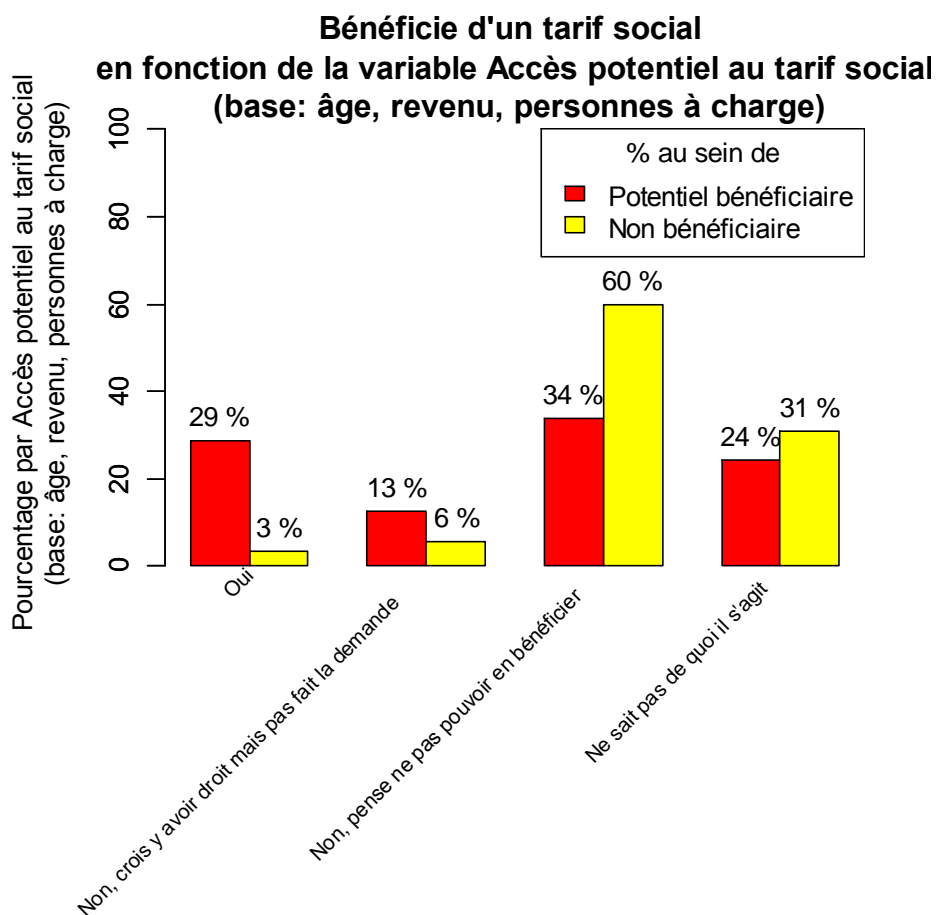
La huitième et dernière question relative au service universel porte sur le fait de bénéficier actuellement du tarif social. La question était formulée comme suit: *Bénéficiez-vous d'un tarif social pour certains services de télécommunications ?* Les réponses proposées étaient les suivantes: *Oui; Non, je ne sais pas de quoi il s'agit; Non, je ne pense pas pouvoir en bénéficier; Non, je crois y avoir droit mais je n'ai pas fait la demande.*



Grphe 116 : Bénéficie d'un tarif social

Le graphe ci-dessus nous montre que 8% des répondants ont sélectionné la réponse « Oui », 7% ont sélectionné « Non, crois y avoir droit mais pas fait la demande », 56% ont sélectionné « Non, pense ne pas pouvoir en bénéficier », 30% ont sélectionné « Ne sait pas de quoi il s'agit ».

Une fois encore, on voit que 70.2% des répondants semblent voir de quoi il s'agit bien que seuls 7.6% déclarent bénéficier de l'avantage social. Il est à noter que ce taux est supérieur au taux réel évoqué par l'IBPT qui avoisinerait les 4%.



Grphe 117 : Bénéficie d'un tarif social en fonction de la variable Accès potentiel au tarif social (base: âge, revenu, personnes à charge)

Au sein des répondants que l'on a pu identifier précédemment comme potentiels bénéficiaires du tarif social, 28.9% déclarent bénéficier réellement du tarif social et 12.8% pensent y avoir droit mais n'ont pas fait la demande. Sans surprise vu l'imprécision de l'identification des potentiels bénéficiaires, on retrouve un certain nombre d'incohérences entre la réponse à la question directe et l'indice basé sur les réponses sociodémographiques (âge, revenus et personne(s) à charge). Un autre chiffre intéressant est le grand nombre de bénéficiaires potentiels qui ignorent ce qu'est le tarif social. Ils sont 24.4% dans le cas. La distribution des réponses en fonction des variables sociodémographiques n'apporte aucune information nouvelle.

6.9. Le Service universel: conclusions

Sonder les connaissances du consommateur à propos de divers services permet de constater que les sources d'information utilisées pour trouver un numéro sont principalement les pages blanches, les annuaires en ligne et les moteurs de recherche.

Les utilisateurs des annuaires téléphoniques sont majoritairement des personnes âgées de plus de 55 ans alors que les utilisateurs des moteurs de recherche et d'annuaires en ligne ont moins de 55 ans. Les avis quant au maintien d'une version papier de l'annuaire téléphonique sont très partagés. Enfin, près de trois quarts des personnes n'utilisent jamais les pages d'information contenues dans les bottins téléphoniques.

Une personne sur dix a utilisé une cabine téléphonique ces 3 dernières années (cet usage n'est pas associé au fait de disposer ou non d'un téléphone portable) mais une sur quatre est pour leur maintien partout. Une personne sur deux a utilisé les services de renseignement ces 3 dernières années.

Près de la moitié des personnes ne connaissent pas le tarif social. Un quart des bénéficiaires potentiels de ce tarif ignore ce qu'il est. Enfin, seuls 6% des répondants bénéficient de ce tarif.

7. Adaptations pour l'an prochain

L'enquête sera renouvelée en 2013 et 2014. En 2013, des modifications seront apportées sur la forme et sur le fond.

7.1. Modifications sur la forme

Quelques révisions de la formulation des questions seront réalisées pour les rendre plus compréhensibles ou plus explicites. Pour certaines questions, des réponses proposées seront rajoutées en fonction de ce que les répondants ont suggéré dans les réponses libres des questions. De plus, le filtre de la question 5.6 portant sur la nécessité de maintenir les cabines téléphoniques sera supprimé.

7.2. Modifications sur le fond

Les résultats de l'an prochain seront mis en parallèle avec les modifications de législation qui auront eu lieu entre temps. De plus, un monitoring des nouvelles technologies et des nouvelles offres sera réalisé.