

**Communication du Conseil de l'IBPT  
du 16 juillet 2022  
concernant l'évolution des marchés du haut débit et de  
la télévision en Belgique depuis Q1 2018**

*Version non-confidentielle*

## TABLE DES MATIÈRES

1.	Remarques préliminaires .....	3
2.	Executive summary.....	5
3.	Evolution générale du marché .....	8
3.1.	Introduction .....	8
3.2.	Ensemble du marché.....	8
3.2.1.	<i>Un marché qui continue de grandir .....</i>	<i>8</i>
3.2.2.	<i>Erosion du DSL, maintien du câble, poids marginal des autres technologies d'accès .....</i>	<i>8</i>
3.2.3.	<i>Plus de deux tiers des lignes haut débit offrent une vitesse d'au moins 100 Mbps .....</i>	<i>9</i>
3.2.4.	<i>Orange a effectué une percée remarquable, mais le marché reste très concentré.....</i>	<i>10</i>
3.2.5.	<i>L'activité haut débit d'Orange repose essentiellement sur les offres régulées.....</i>	<i>14</i>
3.2.6.	<i>Conclusions .....</i>	<i>15</i>
3.3.	Focus sur le marché résidentiel .....	17
3.3.1.	<i>La part du convergent (haut débit fixe + service mobile) est passée de 22 à 47% .....</i>	<i>17</i>
3.3.2.	<i>La part de services vendus avec de la téléphonie fixe est en forte baisse .....</i>	<i>17</i>
3.3.3.	<i>Les packs 4P et 3P BB TV Mobile sont passés de 22% à 44% du marché .....</i>	<i>18</i>
3.3.4.	<i>Le taux d'attrition reste bas avec le 3P et très bas avec le 4P.....</i>	<i>19</i>
3.3.5.	<i>Plus de choix pour le client : offres à la carte et diversification des services vendus .....</i>	<i>20</i>
3.3.6.	<i>L'Internet seul (1P BB) connaît un renouveau prudent, mais ne perce pas encore.....</i>	<i>21</i>
3.3.7.	<i>La télévision linéaire over the top (OTT) payante demeure à un stade embryonnaire .....</i>	<i>22</i>
3.3.8.	<i>Conclusions .....</i>	<i>24</i>
4.	Evolution des prix et caractéristiques des packs télécoms.....	25
4.1.	Introduction .....	25
4.2.	Tendances générales.....	26
4.3.	Packs et besoins convergents .....	29
4.3.1.	<i>3P BB TV Mobile.....</i>	<i>29</i>
4.3.2.	<i>2P BB Mobile.....</i>	<i>34</i>
4.3.3.	<i>4P.....</i>	<i>35</i>
4.3.4.	<i>Packs et besoins convergents – Conclusions.....</i>	<i>40</i>
4.4.	Packs et besoins non-convergents.....	41
4.4.1.	<i>3P BB TV FT.....</i>	<i>41</i>
4.4.2.	<i>2P BB TV.....</i>	<i>44</i>
4.4.3.	<i>Packs et besoins non-convergents – Conclusions.....</i>	<i>46</i>
4.5.	Offres Internet seul (1P BB).....	47
4.6.	Comparaison internationale .....	51
4.7.	Conclusions .....	52
5.	Impact de la regulation .....	53
5.1.	Les raisons de la régulation de 2018 .....	53
5.2.	Les mesures instaurées en 2018 .....	54
5.3.	Impact de la régulation de 2018 .....	55
5.4.	Autres mesures réglementaires favorisant la dynamique de marché .....	57
5.5.	Conclusions .....	58
Annexe 1.	Analyse des profils de consommateurs – Méthodologie .....	60
Annexe 2.	Analyse des packs commercialisés.....	63

## 1. Remarques préliminaires

1. Le présent document constitue un état des lieux des marchés du haut débit et de de la télévision depuis la régulation mise en place en 2018. Cet état des lieux a un caractère avant tout rétrospectif et ne préjuge en rien du futur réexamen de ces marchés, qui devra quant à lui adopter un point de vue prospectif. L'IBPT continue bien évidemment de suivre de près toutes les évolutions qui se produisent sur les marchés en question et traitera avec attention toute remarque qui lui serait adressée concernant ce document.
2. Pour une question de simplicité, les termes « Wallonie » et « Sud du pays » seront utilisés comme synonymes de « territoire couvert par le réseau câble de VOO ». Il en sera de même pour les termes « Flandre » et « Nord du pays », utilisés comme synonymes de « territoire couvert par le réseau câble de Telenet »<sup>1</sup>. Cette convention sémantique ne vaut que pour le présent rapport et ne présage en rien d'éventuelles segmentations géographiques que l'IBPT pourrait définir dans le cadre de quelque dossier.
3. Le terme « x-P » et ses déclinaisons (par exemple : « 1P BB », « 2P BB Mob », « 3P BB TV Mob », « 3P BB TV FT », etc.) apparaîtront régulièrement dans ce rapport. Pour mémoire, ces termes indiquent le nombre de services télécoms vendus ensemble, simultanément, dans une offre groupée (ou « pack ») par un opérateur. Ainsi, le terme « 3P BB TV Mob » indique que le pack considéré inclut trois types de services télécoms : de l'internet haut débit (« BB »), de la télévision (« TV ») et du mobile (« Mob »). Dans les cas où le quatrième type de service télécom (la téléphonie fixe) est concerné, celui-ci est renseigné par le terme « FT ». Lorsque tous les services télécoms sont inclus dans un même pack, celui-ci est alors simplement désigné par le terme « 4P ».
4. Bien que n'étant pas une offre groupée à proprement parler (puisque constituée d'un seul service), l'offre « 1P BB » sera, par simplicité et dans le cadre du présent rapport, incluse dans cette appellation.
5. Une distinction sera régulièrement opérée au cours de l'analyse entre :
  - 5.1. D'une part, les offres groupées « convergentes », c.-à-d. combinant des services à la fois fixes (haut débit internet, télévision et/ou téléphonie fixe) et mobiles
  - 5.2. D'autre part, les offres groupées « non-convergentes », c.-à-d. composées de services fixes uniquement.
6. Lorsqu'il sera fait référence au trimestre d'une année, celui-ci sera généralement désigné par le terme « Qx » suivi de l'année qu'il concerne. Ainsi, à titre d'exemple, le premier trimestre de l'année 2018 sera le plus souvent désigné par le terme « Q1 2018 ».
7. Sauf indication contraire, l'IBPT est la source de toutes les données, graphiques et tableaux repris dans ce rapport.

---

<sup>1</sup> En pratique, le territoire couvert par le réseau câble de VOO correspond à la quasi-totalité de la Région wallonne et à une partie de la Région bruxelloise. Concernant Telenet, son réseau câble couvre la quasi-totalité de la Région flamande, la partie de la Région bruxelloise non-couverte par VOO, et quelques communes du Hainaut.

8. Lors des analyses de prix, ceux considérés pour le deuxième trimestre 2022 sont ceux en vigueur au 20 juin 2022. Les modifications de prix effectuées par les opérateurs depuis le début de l'année jusqu'à cette date ont donc été pris en compte. Tous les prix considérés dans ce documents sont des prix nominaux, c'est-à-dire des prix non corrigés de l'inflation (et donc pas des prix « réels »).
9. Le code couleur employé dans les tableaux du chapitre 4 « Evolution des prix et caractéristiques des packs télécoms » pour souligner l'évolution de ces prix nominaux (ou des montants que le consommateur doit déboursier) au cours des périodes concernées est le suivant :

< 0%	>= 0% et <= 5%	> 5%
------	----------------	------

*Lecture : un pourcentage coloré en vert indique que le prix du pack considéré (ou le montant que le consommateur doit payer) a diminué au cours de la période étudiée ; un pourcentage coloré en jaune indique que le prix du pack considéré (ou le montant que le consommateur doit payer) est resté stable ou a augmenté de maximum 5% au cours de la période étudiée ; un pourcentage coloré en rouge indique que le prix du pack considéré (ou le montant que le consommateur doit payer) a augmenté de plus de 5% au cours de la période étudiée.*

10. En termes de prix, le présent rapport analysera principalement l'évolution de ceux des packs des offres groupées que commercialisent les opérateurs. L'IBPT présentera dans une communication ultérieure l'évolution des dépenses télécoms des consommateurs et la manière dont celles-ci ont évolué par rapport à l'inflation.

## 2. Executive summary

11. Comment les marchés de détail du haut débit et de la télévision ont-ils évolué en Belgique depuis l'adoption le 29 juin 2018 par la CRC (« Conférence des régulateurs des communications électroniques »<sup>2</sup>) du nouveau cadre réglementaire les régissant ? C'est à cette question que le présent rapport répondra via une analyse déclinée en trois temps :
  - 11.1. D'abord une description des tendances générales du marché (nombre de lignes haut débit commercialisées ; poids relatifs des différentes technologies d'accès ; parts de marché des opérateurs ; etc.) et de son segment résidentiel en particulier (types de services achetés par les consommateurs ; taux d'attrition ; etc.). Ces différents aspects seront étudiés au chapitre 3.
  - 11.2. Ensuite un examen de l'évolution des prix et caractéristiques des offres groupées (« packs ») commercialisées par les opérateurs (chapitre 4).
  - 11.3. Enfin une analyse du rôle que la régulation a joué dans l'évolution des marchés du haut débit et de la télévision depuis 2018 (chapitre 5).
  
12. Comme le montrera ce rapport, les marchés de détail du haut débit et de la télévision ont connu des évolutions importantes au cours des quatre années écoulées, parmi lesquelles les plus notables sont :
  - 12.1. La part prépondérante (de 22% à 47%) désormais prise par les packs « convergents » (c.-à-d. combinant des services fixes et mobiles) dans le mix des services achetés par les consommateurs résidentiels (cf. 3.3.1)
  - 12.2. La forte diversification de l'offre de services proposée aux consommateurs (cf. 3.3.5) et le rôle en vue qu'Orange a joué dans cette évolution (cf. notamment section 4.3 et section 5.3 paragraphe 141)
  - 12.3. La croissance d'Orange, qui est passé de 110 000 lignes haut débit utilisant le câble début 2018 à près de 400 000 fin 2021 et a triplé sa part de marché haut débit globale (de [0-5%] à [5-10%]) au cours du même laps de temps (cf. 3.2.4). Cette croissance d'Orange s'est produite au détriment des trois opérateurs dominants que sont Proximus, VOO et Telenet, dont certains ont toutefois atténué leurs pertes de parts de marché grâce à leurs marques secondaires Scarlet, Zuny, Tadaam, dont la part de marché cumulée est passée de 6% à 9% du segment résidentiel qu'elles ciblent exclusivement.
  - 12.4. Le fait que le marché belge du haut débit demeure extrêmement concentré, les opérateurs dominants Telenet et Proximus au nord du pays et Proximus et VOO au sud continuant d'y détenir une part de marché cumulée supérieure à 80%, aucun opérateur alternatif autre qu'Orange n'ayant percé de manière significative sur le marché (cf. 3.2.4). Annoncé en décembre 2021 (mais devant encore faire l'objet d'une approbation par les autorités compétentes), le rachat de VOO par Orange va par ailleurs sensiblement modifier la situation en Wallonie puisque, sauf mesures adoptées dans le

---

<sup>2</sup> La CRC réunit les quatre régulateurs compétents en matières de médias en Belgique : un régulateur fédéral, l'IBPT, en région bilingue de Bruxelles-Capitale, et trois régulateurs des Communautés, le VRM, le CSA et le Medienrat, compétents dans leur région unilingue respective, à savoir la région de langue néerlandaise, la région de langue française et la région de langue allemande. La CRC adopte les décisions en matière de communications électroniques là où, en vertu d'un accord de coopération, elles doivent être prises conjointement par l'Etat fédéral et les Communautés.

cadre de la procédure d'approbation du rachat, il aboutira à l'établissement d'un duopole Proximus-Orange détenant près de 98% du marché (cf. 3.2.4.2).

- 12.5. Une évolution mitigée pour le consommateur en termes de prix nominaux et de caractéristiques des packs télécoms (cf. chapitre 4), avec :
  - i. Des prix qui ne baissent quasiment jamais, voire le plus souvent augmentent (cf. sections 4.3, 4.4 et 4.5, dont les paragraphes 81 à 86), même si on observe que les prix télécoms augmentent désormais moins rapidement que l'indice général des prix, et ce même avant l'accélération de l'inflation en fin 2021-début 2022.
  - ii. Une tendance globalement positive pour ce qui est des **packs convergents**, pour lesquels les consommateurs en ont généralement « plus pour leur argent » qu'il y a quatre ans, cela essentiellement du fait de l'évolution de la composante mobile de ces packs (cf. section 4.3).
  - iii. Une tendance globalement négative pour ce qui est des **packs non-convergnents**, dont les prix sont le plus souvent en hausse alors que leur contenu est quasi inchangé (cf. section 4.4).
  - iv. Le fait que, en dépit des progrès enregistrés, la Belgique demeure chère en matière de services télécoms comparativement à ses voisins et, de manière générale, à l'ensemble des pays de l'Union européenne (cf. section 4.6).
  
13. Parmi les autres tendances observées sur le marché et analysées dans le présent document, on retiendra également que :
  - 13.1. Le marché du haut débit fixe a continué à grandir au cours des quatre années écoulées (+13,5% de lignes vendues par rapport à fin 2017, pour un total de 4,9 millions de lignes (cf. 3.2.1)
  - 13.2. En termes de technologie d'accès (cf. 3.2.2), la part du DSL dans la répartition des lignes haut débit vendues par les opérateurs connaît une érosion notable puisqu'elle est passée de 48% à 43% en quatre ans, le câble (52% des connexions en 2021), la fibre et, dans une moindre mesure, le « Fixed Wireless Access » (5% des connexions à eux deux en 2021) voyant *a contrario* leur importance s'accroître. Si l'évolution future de la connectivité « Fixed Wireless Access » (« FWA ») est incertaine, celle de la fibre est appelée à s'accélérer étant donné les investissements actuellement en cours pour déployer cette technologie.
  - 13.3. En termes de débit, le pourcentage de services vendus avec une vitesse supérieure ou égale à 100 Mbps est passé de 52% à 67% depuis 2018 (cf. 3.2.3).
  - 13.4. La part de services résidentiels vendus avec de la téléphonie fixe est en forte baisse (elle est passée de 66% à 50%, cf. 3.3.2)
  - 13.5. Les taux d'attrition sont de plus en plus bas à mesure que le nombre de services groupés augmente (3% dans le cas du 4P, cf. 3.3.4)
  - 13.6. L'Internet 1P connaît un renouveau modeste (de 18% à 22%), mais ne perce pas encore vraiment (cf. 3.3.6)
  - 13.7. La télévision linéaire « over the top » (OTT) payante demeure à un stade embryonnaire (elle représente moins de 2% des services télévisés fin 2021, cf. 3.3.7)

- 13.8. Scarlet demeure sans rival tarifaire sur le segment de l'entrée de gamme à volume illimité et incluant la télévision (cf. section 4.4).
14. Comme il sera établi au chapitre 5, l'IBPT constate que la régulation de 2018 a produit des effets positifs sur le marché. Cette régulation a mis en place des conditions (qualitatives et tarifaires) d'accès aux réseaux des opérateurs dominants dont les opérateurs alternatifs ont su tirer profit, ce qui a contribué aux tendances positives relevées ci-dessus : diversité des offres proposées et, pour ce qui des services convergents, davantage de valeur pour le consommateur (qui en reçoit plus pour son argent). On constate aussi que ce cadre réglementaire n'a aucunement nui aux investissements dans les infrastructures à très haut débit, comme en témoignent notamment l'accélération depuis 2020 par Proximus du déploiement d'un réseau d'accès FTTH, les projets de partenariat de Telenet et Fluvius pour déployer un réseau de fibre optique en Flandre et l'extension progressive de la couverture 1 Gbps de VOO.
15. L'IBPT constate cependant également que, d'une part, la dynamique positive observée pour les services convergents (c.-à-d. mobiles et fixes) ne s'observe pas pour ce qui est des services non-convergents (c.-à-d. fixes uniquement) (cf. section 4.4) et que, d'autre part, comme indiqué ci-dessus, malgré la régulation, le niveau de prix des services haut débit en Belgique demeure sensiblement supérieur à celui observé dans les pays voisins ainsi que dans la quasi-totalité de l'Union européenne en général (cf. section 4.6). L'IBPT constate aussi que la quasi-totalité (96%) des lignes haut débit commercialisées par les opérateurs alternatifs le sont actuellement à partir d'offres régulées (cf. 3.2.5).
16. En conclusion, des réseaux ouverts et des utilisateurs bien informés (notamment via les initiatives adoptées par l'IBPT en la matière, cf. paragraphe 146) restent plus que jamais les clés complémentaires pour le développement d'un marché concurrentiel.

### 3. Evolution générale du marché

#### 3.1. Introduction

17. Ce chapitre présente les principales évolutions du marché haut débit au cours des quatre années écoulées. Il aborde dans un premier temps les tendances générales pour l'ensemble du marché (clientèles d'affaires et résidentielle), puis, dans un second temps, passe en revue une série d'éléments spécifiques au segment résidentiel.

#### 3.2. Ensemble du marché

##### 3.2.1. Un marché qui continue de grandir

18. Entre la fin 2017 et la fin 2021, le nombre de connexions haut débit en Belgique a augmenté de 13,5%, passant de 4,3 millions de lignes à 4,9 millions. Le segment business représente 17% du marché en 2021 et le résidentiel 83%. Ces ratios sont quasi stables depuis 2017.

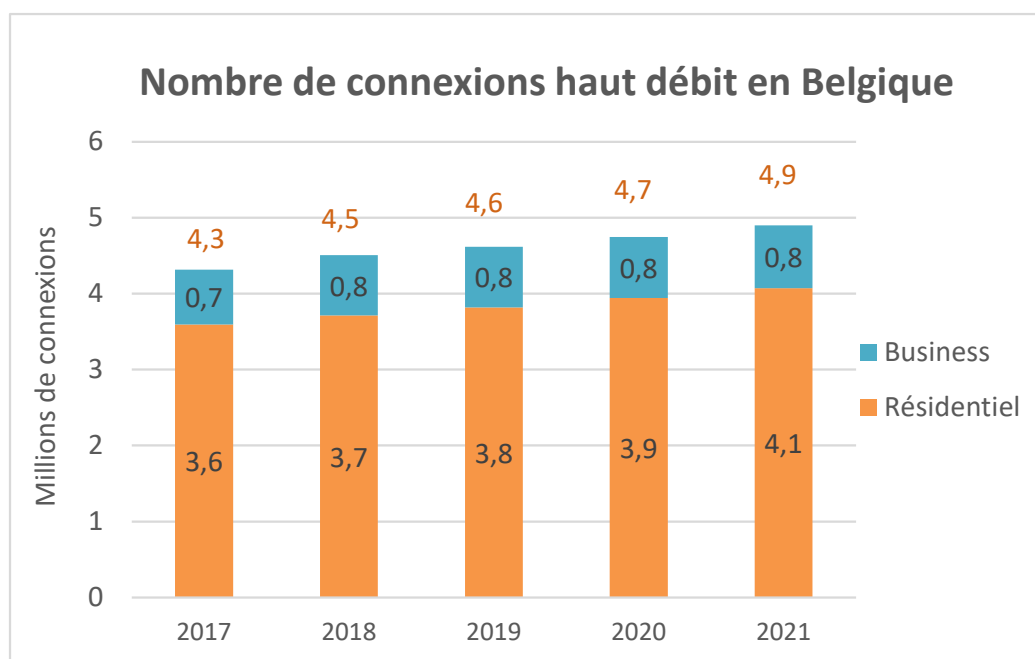


Figure 1 : Evolution du nombre de connexions haut débit en Belgique (millions de lignes)

##### 3.2.2. Erosion du DSL, maintien du câble, poids marginal des autres technologies d'accès

19. Fin 2021, le câble et le DSL demeurent les technologies fournissant la quasi-totalité des connexions haut débit vendues en Belgique (95% des lignes haut débit vs. 99% fin 2017). Si le nombre total de connexions DSL est en légère augmentation par rapport à 2017, le poids de cette technologie dans la répartition des lignes haut débit vendues connaît cependant une érosion notable, puisqu'elle est passée de 48% à 43% au cours des quatre dernières années. Cette érosion s'explique essentiellement par :

- 19.1. Une croissance plus forte du câble, notamment grâce à Orange dont une partie des gains de parts de marché s'est faite au détriment de Proximus (cf. 3.2.4) ;
- 19.2. Le déploiement (principalement chez Proximus) progressif d'infrastructures fibres et la commercialisation d'offres proposant cette technologie d'accès ;
- 19.3. Le développement de services FWA (« Fixed Wireless Access ») de niche (Flybox chez Orange, Tadaam chez Telenet).

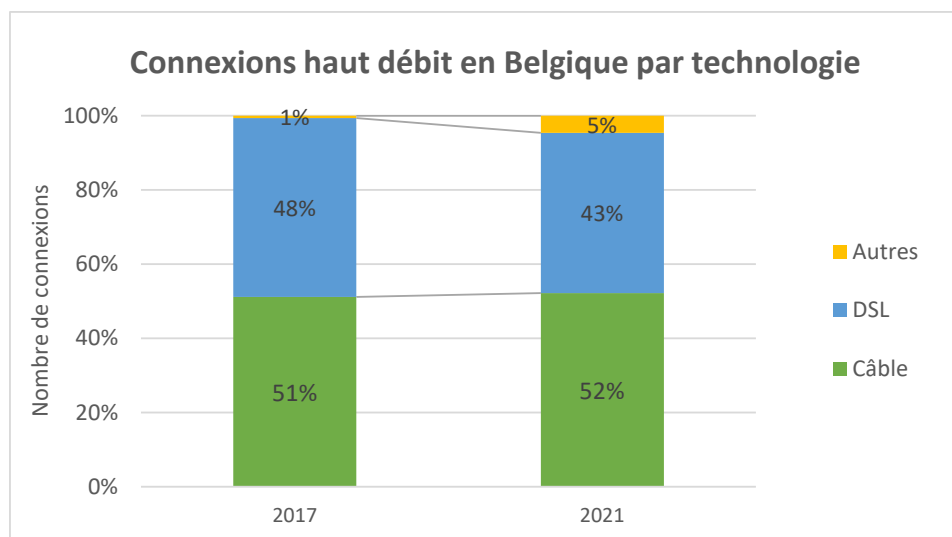


Figure 2 : Evolution des connexions haut débit en Belgique en fonction de la technologie d'accès

20. Bien qu'en forte croissance, les technologies d'accès fibre et FWA ne représentent fin 2021 qu'une part limitée du nombre de connexions haut débit (5% à elles deux). Cette situation est appelée à évoluer en ce qui concerne la fibre étant donné l'accélération actuellement en cours du déploiement de cette technologie<sup>3</sup>. L'évolution de la connectivité FWA est en revanche moins évidente à cerner puisque, si l'introduction de la 5G<sup>4</sup> en Belgique pourrait entraîner un développement de cette technologie d'accès, un tel scénario demeure toutefois à ce stade incertain tant en termes d'offres que de succès auprès des consommateurs.

### 3.2.3. Plus de deux tiers des lignes haut débit offrent une vitesse d'au moins 100 Mbps

21. Au cours des quatre années écoulées, les opérateurs de réseaux ont continué à investir dans leurs infrastructures et à augmenter les vitesses que celles-ci peuvent offrir. Ainsi :
  - 21.1. Telenet a déployé sur l'ensemble de son territoire la technologie DOCSIS 3.1 qui permet de fournir des débits atteignant 1 Gbps aux utilisateurs câble le désirant ;

<sup>3</sup> Que ce soit au travers d'investissements effectués directement par ses soins ou via ceux réalisés par des joint-ventures établies à cet effet (Fiberklaar avec Delta Fiber en Flandre et Unifiber avec Eurofiber en Wallonie), Proximus ambitionne de couvrir 70% des foyers belges avec de la fibre d'ici 2028 (ce pourcentage s'élevait fin 2021 à 14%). Par ailleurs, des négociations sont en cours de finalisation entre Telenet et Fluvius afin de fonder une joint-venture visant à déployer une infrastructure fibre à grande échelle en Flandre.

<sup>4</sup> Les enchères pour l'attribution des licences 5G ont eu lieu au mois de juin 2022.

<https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/la-mise-aux-encheres-du-spectre-radioelectrique-rapporte-12-milliard-deuros>

- 21.2. VOO est engagé dans un processus similaire et propose déjà dans certaines zones des services pouvant atteindre 1 Gbps ;
- 21.3. Proximus a poursuivi le déploiement de la technologie VDSL permettant d'atteindre 100 Mbps via le réseau cuivre ;
- 21.4. Proximus a entamé le déploiement d'une infrastructure fibre qui, fin 2021, couvrait 14% des foyers belges.

22. Pour les consommateurs, ces mises à niveau de réseaux se sont traduites par une augmentation moyenne de leur vitesse de connexion. Ainsi, entre fin 2017 et fin 2021, le pourcentage de connexions vendues offrant des vitesses au moins égales à 100 Mbps est passé de 52% à 69% du marché. Dans le même laps de temps, le nombre de lignes vendues dont le débit est inférieur à 30 Mbps est passé de 12% à 3% du marché<sup>5</sup>.

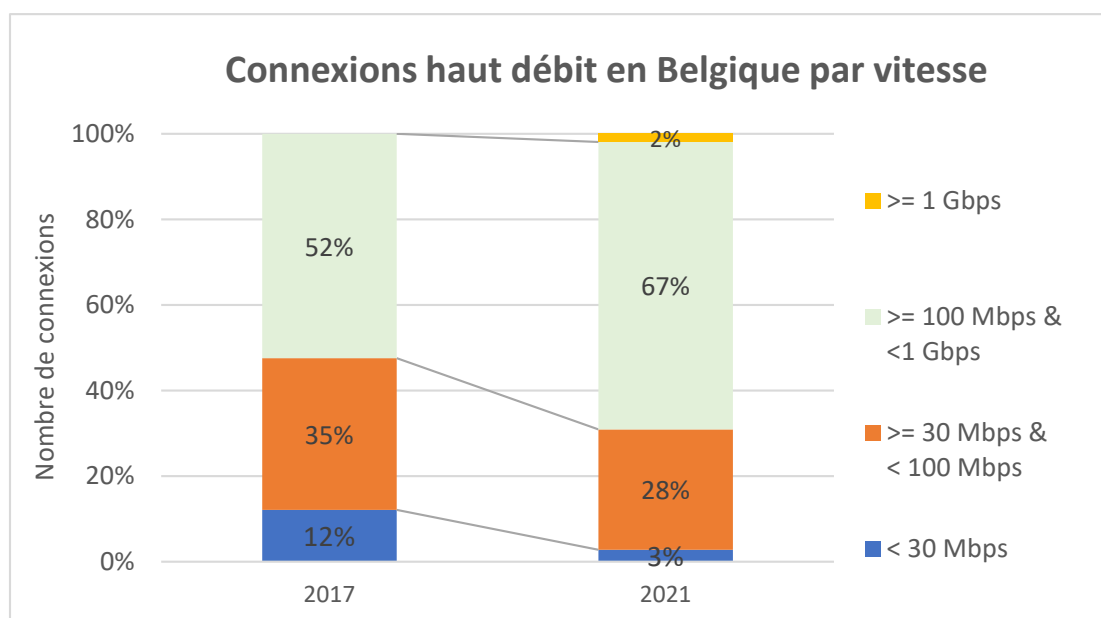


Figure 3 : Evolution de la répartition des lignes haut débit vendues en fonction de leur vitesse commerciale<sup>6</sup>

### 3.2.4. Orange a effectué une percée remarquable, mais le marché reste très concentré

23. En termes de parts de marché, les quatre années écoulées ont été marquées par la **percée d'Orange**, dont la pénétration en nombre de connexions haut débit au niveau national a triplé pour approcher les 10%. Cette percée d'Orange (qui s'est appuyée sur l'utilisation de l'offre régulée d'accès aux réseaux câblés de Telenet et de VOO) s'est faite au détriment des trois

<sup>5</sup> Environ 46.000 ménages, principalement en Wallonie, ne bénéficient pas encore d'un débit de 30 Mbps.

<sup>6</sup> La majorité des produits sur cuivre commercialisés par Proximus affichent une vitesse maximale de 100 Mbps, sans toutefois permettre d'aller au-delà. Dans la pratique, toutefois, la vitesse actuellement observée peut être inférieure à celle commercialisée étant donné qu'elle dépend de la situation spécifique des utilisateurs.

opérateurs principaux (Proximus, Telenet et VOO<sup>7</sup>), dont les parts de marché se sont érodées de 1% à 3% suivant les cas.

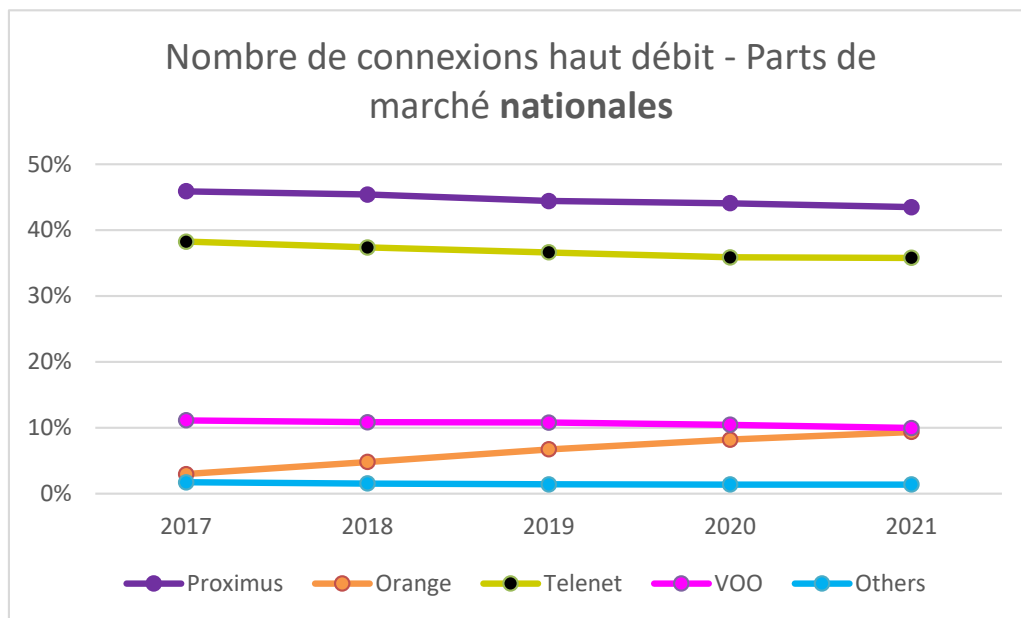


Figure 4 : Evolution des parts de marché nationales des lignes haut débit vendues en Belgique

24. Hormis Orange, aucun autre acteur alternatif n'a émergé de manière significative ces dernières années. Parmi ces autres opérateurs alternatifs (dont la part de marché nationale cumulée est inférieure à 2%), edpnet est le plus important en termes de nombre de connexions. United Telecom et Cybernet peuvent également être cités, ainsi que des opérateurs exclusivement orientés vers la clientèle d'affaires comme Destiny, Win S.A., BT, etc.
25. Notons également l'apparition récente de petits acteurs (Be Cactus, The Last Mile, multifiber, etc.) faisant le choix d'une offre uniquement basée sur la fibre optique, soit propre, soit s'appuyant sur le déploiement de fibre optique par Fluvius dans quelques villes flamandes. La part de marché de ces acteurs reste cependant marginale à l'heure actuelle.
26. Si les opérateurs alternatifs autres qu'Orange ne représentent donc qu'une faible part du marché, les marques secondaires (Scarlet, Zuny, Tadaam) commercialisées par les opérateurs dominants connaissent en revanche depuis fin 2017 une croissance accélérée en termes de nombre de connexions vendues (+54% en 2021 vs. fin 2017). Cette croissance accélérée s'est manifestée tant au nord qu'au sud du pays et se traduit par une hausse de la part de marché détenue par ce type de marques, laquelle, en quatre ans, est passée de 5% à 7% pour le marché dans son ensemble (business et résidentiel), et de 6% à 9% pour le segment résidentiel qu'elles ciblent quasi exclusivement.

<sup>7</sup> Les parts de marché mentionnées pour ces trois opérateurs correspondent à celles de l'ensemble des marques qu'ils commercialisent, c.-à-d. y compris les marques « secondaires » (à savoir, principalement, dans le cas de Proximus, la marque Scarlet, dans le cas de Telenet, la marque Tadaam, et, dans le cas de VOO, la marque Zuny). Signalons par ailleurs que le MVNO Mobile Vikings (dont le rachat par Proximus a été approuvé en 2021) a commencé à commercialiser des services haut débit fixe à partir de juin 2022.

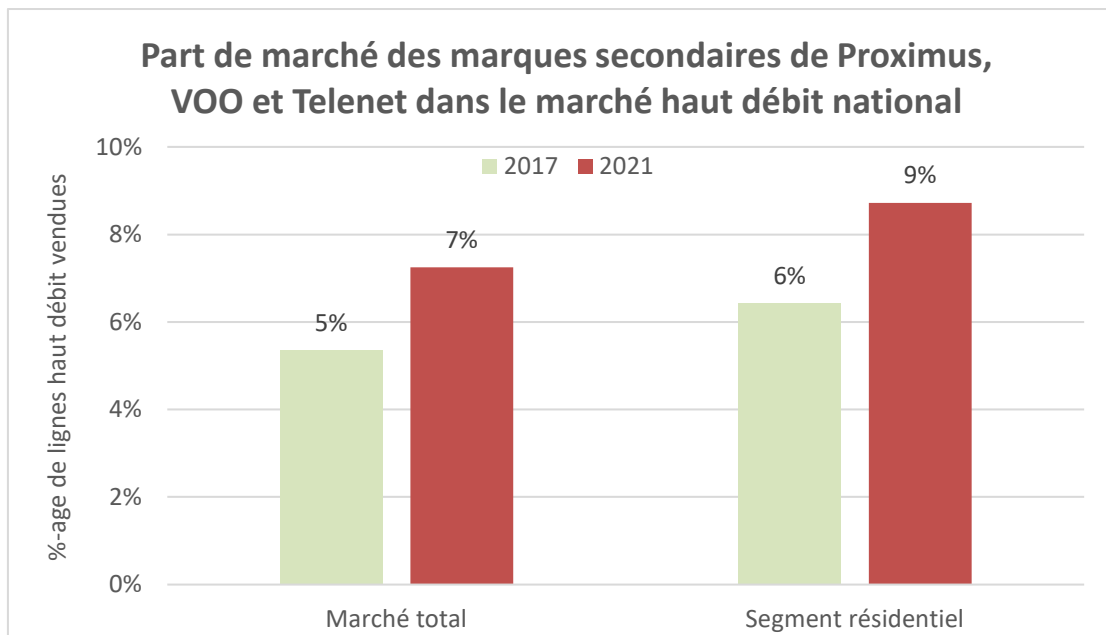


Figure 5 : Part de marché des lignes haut débit des marques « secondaires » de Proximus, VOO et Telenet

27. Les marques secondaires des opérateurs dominants représentent donc une part non marginale et croissante du marché. Leur développement ou l'intensification de leur activité est généralement une réponse ou une anticipation à l'arrivée d'offres d'opérateurs alternatifs voulant concurrencer sur la base des prix les marques principales des opérateurs dominants. La croissance des marques secondaires souligne par ailleurs l'appétence d'une partie des consommateurs pour des solutions télécoms simples et bon marché.
28. Au bout du compte, au regard de l'ensemble de ces éléments, il apparaît que, malgré la percée d'Orange, le marché belge du haut débit de détail demeure dominé par un nombre restreint d'opérateurs, à savoir Proximus, Telenet et VOO qui pèsent à eux trois près de 90% du marché au niveau national. Cette domination apparaît de manière plus nette encore lorsque la situation est analysée par zone de couverture de câblo-opérateur, comme cela est montré dans les deux sous-sections suivantes.

#### 3.2.4.1. Parts de marché dans la zone couverte par Telenet

29. Dans la zone couverte par le réseau câble de Telenet<sup>8</sup>, la part de marché cumulée haut débit de Telenet et Proximus atteint 90%. Telenet y est l'opérateur dont la pénétration est la plus élevée ([50-60%]), tandis que Proximus se situe à [30-40%]. Si cette part de marché cumulée s'est érodée depuis fin 2017 (elle était alors de [90-100%]) du fait de la percée d'Orange mentionnée supra, il n'en demeure donc pas moins que la concentration du marché reste très élevée.

<sup>8</sup> Pour rappel : la Région flamande, une partie de la Région bruxelloise et quelques communes hennuyères.

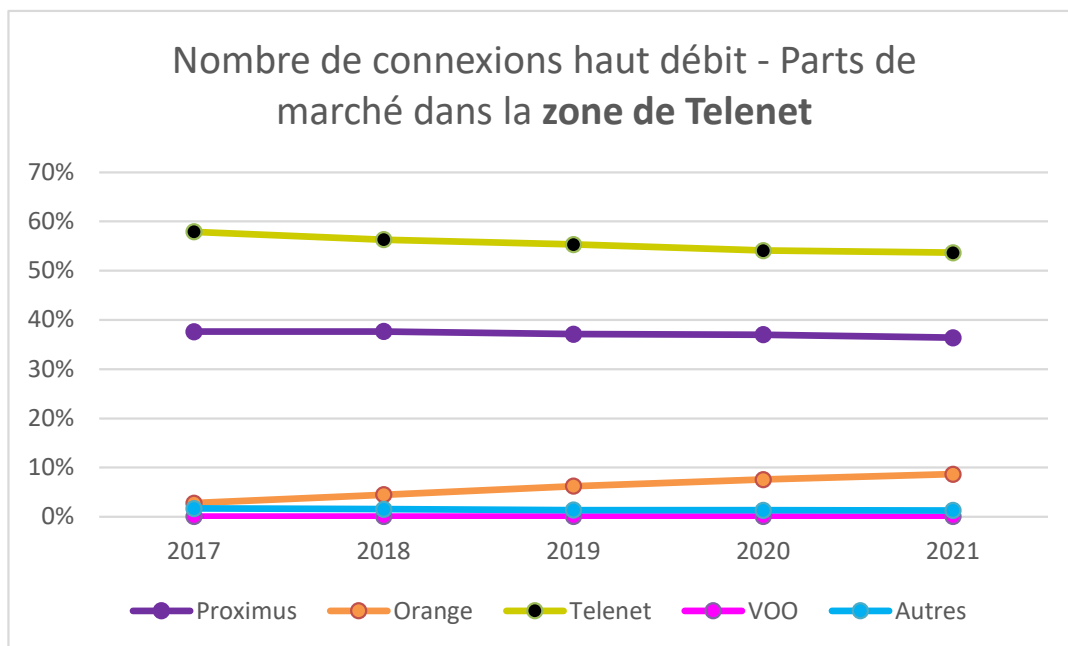


Figure 6 : Evolution des parts de marché des lignes haut débit vendues dans la zone de Telenet

30. Concernant les gains de parts de marché obtenus par Orange, ceux-ci ont été principalement réalisés au détriment de Telenet (dont le prix des services est notablement plus cher que ceux d'Orange) et, dans une moindre mesure, à celui de Proximus.

#### 3.2.4.2. Parts de marché dans la zone couverte par VOO

31. Dans la zone couverte par le réseau câble de VOO<sup>9</sup>, la part de marché cumulée haut débit de VOO et de Proximus est de [80-90%]. Proximus y est l'opérateur dont la pénétration est la plus élevée ([50-60%]), tandis que VOO se situe à [30-40%]. Cette part de marché cumulée a toutefois connu ces dernières années une baisse plus marquée que celle observée dans le territoire de Telenet, puisque sa diminution dans la zone de VOO est de 8 points par rapport à fin 2017, vs. -5 points dans la zone de Telenet au cours de la même période. Comme dans la zone de Telenet, cette baisse de la part de marché cumulée des opérateurs dominants est due à la percée d'Orange, laquelle s'est faite au détriment tant de Proximus que de VOO.

<sup>9</sup> Pour rappel : la quasi-totalité de la Région wallonne et une partie de la Région bruxelloise.

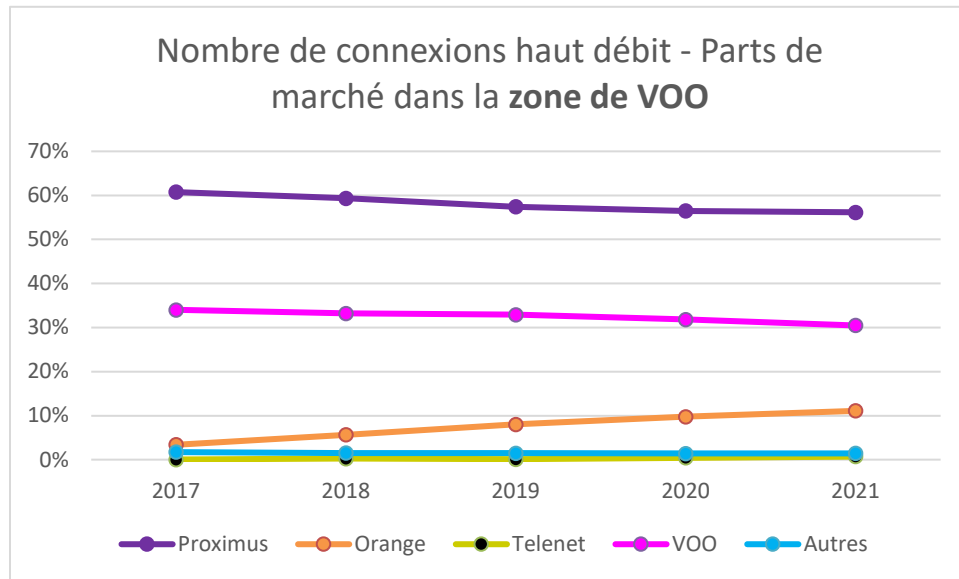


Figure 7 : Evolution des parts de marché des lignes haut débit vendues dans la zone de VOO

32. Annoncé en décembre 2021 (mais devant encore faire l’objet d’une approbation par les autorités compétentes), le rachat de VOO par Orange va toutefois sensiblement modifier la situation en Wallonie puisque, sauf mesures adoptées dans le cadre de la procédure d’approbation du rachat, il aboutira à l’établissement d’un duopole Proximus-Orange détenant près de 98% du marché.

### 3.2.5. L’activité haut débit d’Orange repose essentiellement sur les offres régulées

33. Fin, 2021, les offres de gros sur lesquelles reposent les services des opérateurs alternatifs (à savoir principalement Orange) demeurent essentiellement des offres de gros régulées, et dans une très large mesure des offres d’accès central. En effet, comme l’indique le graphique ci-dessous, pas moins de 96% des lignes haut débit des opérateurs alternatifs sont basées sur ces offres régulées.

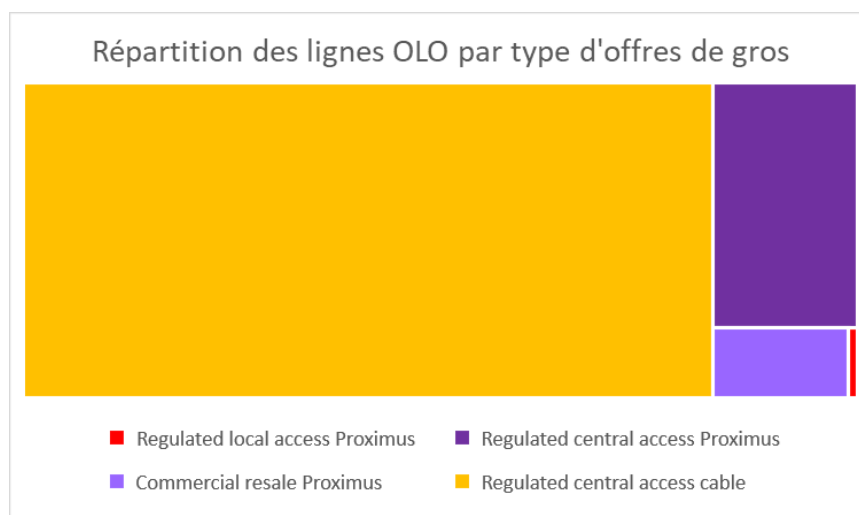


Figure 8 : Répartition des lignes haut débit vendues par les opérateurs alternatifs (Orange, edpnet, etc.) en fonction du type d’offres de gros utilisées

34. La percée d'Orange sur le marché a donc été rendue possible par la régulation qui a été établie par les décisions de la CRC du 29 juin 2018 (cf. chapitre 5 sur l'impact de la régulation). Les opérateurs alternatifs restent extrêmement dépendant des offres régulées et en particulier de l'accès central. Rappelons en effet que, chez les câblo-opérateurs, il n'existe pas (et il n'a jamais existé) d'offres de gros commerciales, tandis que, chez Proximus, les offres commerciales ne jouent qu'un rôle marginal (offres de revente Carrier DSL, Carrier FTTH, WIP).
  
35. Il est toutefois possible que la situation évolue dans le futur :
  - 35.1. Proximus a adopté depuis quelques années un discours vantant le caractère « ouvert » de son réseau.
  - 35.2. Selon leurs propres déclarations, les réseaux FTTH construits par Fiberklaar et Unifiber devraient être ouverts aux autres opérateurs (même indépendamment de la régulation en place). Il devrait en être de même pour le réseau de fibre (FTTH) que Telenet et Fluvius envisagent de construire en partenariat en Flandre.
  - 35.3. Les réseaux FTTH construits par Fiberklaar et Unifiber sont des réseaux P2P permettant un accès passif au niveau local. L'IBPT s'attend à ce soit aussi le cas du réseau envisagé par Telenet et Fluvius.
  
36. En l'absence de régulation, l'existence et le succès d'offres de gros commerciales demeurent cependant incertains pour les raisons suivantes :
  - 36.1. Le déploiement de ces réseaux ouverts est encore très limité et leur couverture restera incomplète durant les prochaines années (moyen terme)
  - 36.2. Il ne s'agirait que de couverture partielle avec de l'accès P2P passif (l'architecture P2MP dans les zones denses permet de l'accès actif seulement)
  - 36.3. Il existe encore des incertitudes majeures concernant les conditions d'accès, telle que la question des prix et la question de la non-discrimination entre les investisseurs de départ et les concurrents de ceux-ci sur le marché en aval sur base de l'accès.

### **3.2.6. Conclusions**

37. Le marché du haut débit fixe a continué à grandir au cours des quatre années écoulées (+13,5%). En termes de débit, le pourcentage de services vendus avec une vitesse supérieure ou égale à 100 Mbps est passé de 52% à 67%. En termes de technologie d'accès, la part du DSL dans la répartition des lignes haut débit vendues par les opérateurs connaît une érosion notable puisqu'elle est passée de 48% à 43%, le câble (52% des connexions en 2021), la fibre et, dans une moindre mesure, le FWA (5% des connexions à eux deux en 2021) voyant *a contrario* leur importance s'accroître par rapport à fin 2017. Si l'évolution future de la connectivité FWA est incertaine, celle de la fibre est appelée à s'accélérer dans les années à venir étant donné les investissements actuellement en cours pour le déploiement de cette technologie.
  
38. L'essentiel des gains obtenus par les opérateurs alternatifs en termes de parts de marché a été réalisé par Orange (passé de [0-5%] de parts de marché fin 2017 à [5-10%] en 2021). Pour cela, Orange a dû s'appuyer sur une offre régulée. Cette percée d'Orange a eu lieu au détriment des trois opérateurs dominants que sont Proximus, VOO et Telenet, dont certains ont toutefois atténué leurs pertes de parts de marché grâce à leurs marques secondaires qui ont été développées pour attirer ou retenir une clientèle plus sensible au prix. Au bout du

compte, le marché belge n'en reste pas moins extrêmement concentré dans chacune des régions et, sauf mesures adoptées dans le cadre de l'approbation de l'opération, le rachat de VOO par Orange va encore accentuer cette situation en Wallonie. En effet, la dynamique relancée du marché (c.-à-d. l'arrivée de nouveaux entrants et la réaction qui s'en suit des opérateurs existants) est en grande partie liée à l'entrée d'Orange sur le marché fixe, laquelle a débouché sur de nouvelles offres (p.ex. les packs 2P BB Mobile ou 3P BB TV Mobile) et à des prix plus compétitifs que ceux offerts par les principaux opérateurs du marché (cf. infra chapitre 4).

### 3.3. Focus sur le marché résidentiel

39. La section précédente a analysé l'évolution du marché haut débit en Belgique dans son ensemble, c.-à-d. clientèles business et résidentielle incluses. La présente section passera en revue quelques tendances marquantes concernant spécifiquement le segment résidentiel, lequel représente, comme mentionné supra, 83% de l'ensemble du marché.

#### 3.3.1. La part du convergent (haut débit fixe + service mobile) est passée de 22 à 47%

40. C'est le changement le plus spectaculaire observé en quatre ans : la part des offres groupées incluant une composante mobile (offres « convergentes ») est passée de 22% des services résidentiels début 2018 à 47% fin 2021.

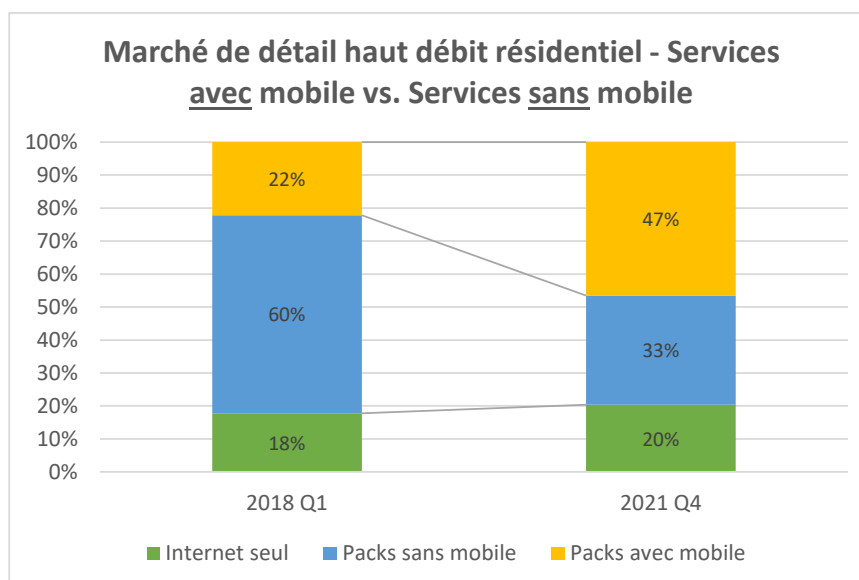


Figure 9 : Répartition des services haut débit résidentiels en fonction du type d'offres groupées (ou « packs ») dans lesquels ils sont vendus

41. Le succès des offres convergentes auprès de la clientèle résidentielle renforce les atouts des opérateurs intégrés sur le marché, qui fidélisent en outre davantage leur clientèle (cf. infra la sous-section 3.3.4 consacrée au taux d'attrition). Cette mutation est en partie le fait de la réunion en un seul pack de services fixes et mobiles autrefois pris séparément chez un même opérateur.

42. En termes de concurrence, cette évolution confirme la nécessité stratégique, pour les opérateurs non-intégrés fixe/mobile, d'avoir accès à des offres de gros.

#### 3.3.2. La part de services vendus avec de la téléphonie fixe est en forte baisse

43. C'est une autre évolution marquée de ces dernières années : la vente groupée d'offres haut débit incluant de la téléphonie fixe a fortement baissé au cours des quatre dernières années, passant de 66% à 50% de l'ensemble des ventes de packs avec haut débit. Cette tendance va très probablement se poursuivre dans les années à venir étant donné la croissance des offres convergentes et l'usage de plus en plus répandu des systèmes de communication par application (WhatsApp, Messenger, etc.).

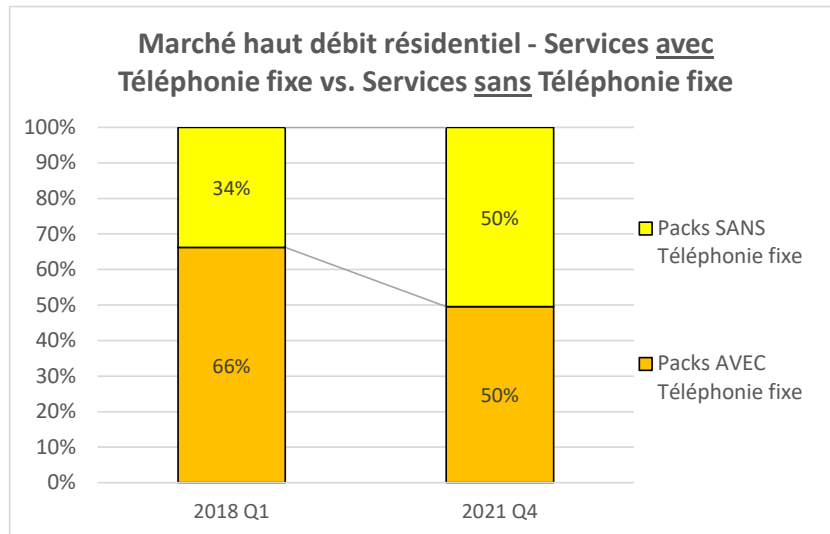


Figure 10 : Répartition des services haut débit résidentiels selon qu'ils sont vendus avec ou sans téléphonie fixe

### 3.3.3. Les packs 4P et 3P BB TV Mobile sont passés de 22% à 44% du marché

44. La combinaison des tendances fortes décrites ci-avant se constate également dans le graphique ci-dessous, lequel, à partir du même périmètre que les deux précédents, illustre l'évolution du marché en fonction du type et du nombre de services groupés (« x-P »)<sup>10</sup>.

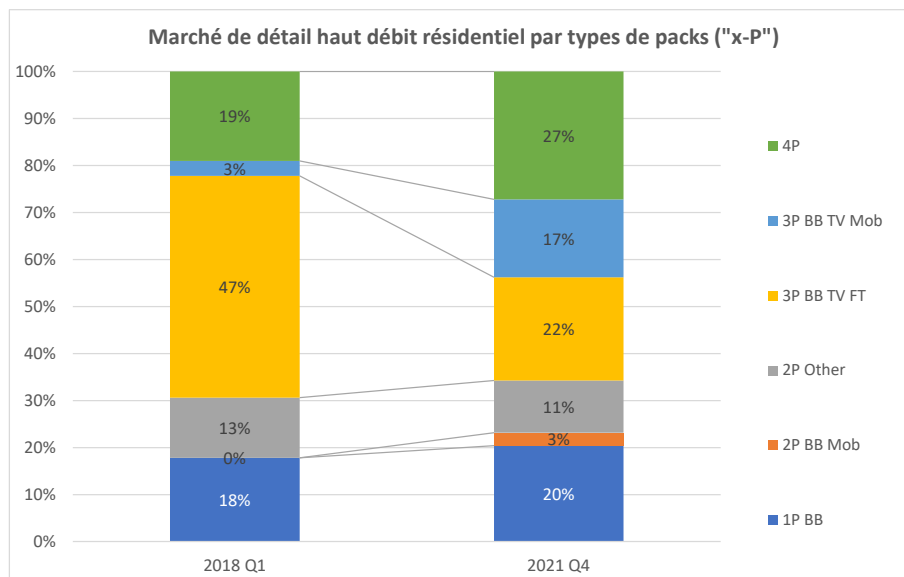


Figure 11 : Répartition des services haut débit résidentiel en fonction du types de x-P vendus

<sup>10</sup> Les quatre types de services télécoms qui sont considérés ici sont le haut débit fixe (« BB »), la télévision (« TV »), la téléphonie fixe (« FT ») et le mobile (« Mob »). Lorsqu'une offre est qualifiée de « 4P », cela signifie que les quatre types de services télécoms précités sont vendus groupés dans un pack unique. Un service dit « 3P » vendra une combinaison de trois de ces types de services, tandis que « 1P BB » signifie qu'un service haut débit est vendu seul, sans être groupé avec aucun autre type de service télécom.

45. Comme le montre ce graphique, les quatre dernières années ont été caractérisées par une croissance très forte des services 4P (qui sont passés de 19% des services résidentiels vendus à 28%) et des services 3P BB TV Mobile (passés de 3% à 15%). *A contrario*, la part des services 3P avec téléphonie fixe s'est réduite de moitié.
46. Comme le montrera la sous-section suivante, le taux d'attrition (ou « churn ») de la clientèle télécom varie fortement en fonction du nombre de services groupés achetés (plus un client achète de services groupés, plus il tend à rester chez l'opérateur qui le fournit). La hausse des abonnements 4P est donc particulièrement importante pour les opérateurs afin de s'assurer de la fidélisation de leur clientèle. Cette situation souligne à nouveau les atouts des opérateurs intégrés sur le marché.

### 3.3.4. Le taux d'attrition reste bas avec le 3P et très bas avec le 4P

47. La figure ci-dessus renseigne l'évolution du taux d'attrition (« churn ») pour les services télécoms en fonction du nombre services vendus « groupés ». Comme on le constate, ce taux varie considérablement selon que sont concernés des services dégroupés ou « double play » (entre 15% et 17%), des services « triple play » (10%) ou « quadruple play » (3%). Cette situation est inchangée par rapport à 2017 et montre l'avantage dont disposent les opérateurs proposant des solutions intégrées en termes de fidélisation et de rétention de leur clientèle.

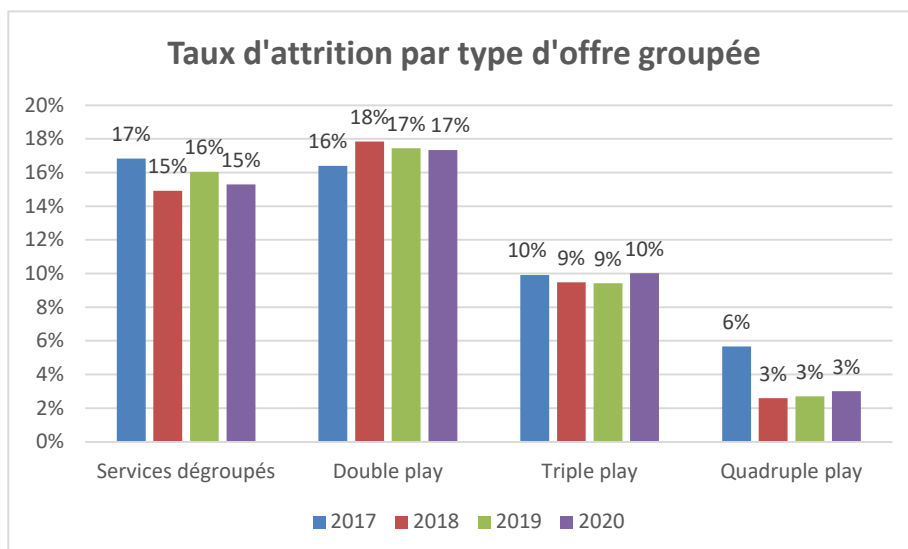


Figure 12 : Evolution du taux d'attrition (« churn ») de la clientèle des opérateurs haut débit en fonction du type d'offres groupées (« packs ») commercialisés

48. Le taux d'attrition joue un rôle central dans la stratégie des opérateurs. Il n'est donc pas surprenant qu'ils parlent d'une « stratégie de convergence » : vendre le plus grand nombre d'offres groupées possible pour diminuer le taux d'attrition<sup>11</sup>. Par ailleurs, les hausses de prix ne semblent pas engendrer des pics temporaires dans le taux d'attrition. Ainsi, après avoir mis

<sup>11</sup> Cf. par exemple : Proximus : « Convergence – core to our strategy ». [https://www.proximus-cdn.com/dam/jcr:2f2936d4-80c1-4550-8705-3186d7c71f1d/2021-q4-proximus-results-presentation\\_en\\_fr\\_nl.pdf](https://www.proximus-cdn.com/dam/jcr:2f2936d4-80c1-4550-8705-3186d7c71f1d/2021-q4-proximus-results-presentation_en_fr_nl.pdf)  
 Orange : « la stratégie convergente nationale d'Orange Belgium » : [https://corporate.orange.be/sites/default/files/2021.12.24\\_VOO%20acquisition\\_Investor%20presentation\\_VFF-1876728580.pdf](https://corporate.orange.be/sites/default/files/2021.12.24_VOO%20acquisition_Investor%20presentation_VFF-1876728580.pdf)

en œuvre des augmentations de prix allant jusqu'à 5 % à la fin de 2021, Orange a déclaré : « Even on NPS and then on the churn we haven't had any major impact and numbers for December were satisfactory »<sup>12</sup>. Telenet formule une conclusion similaire : « The full customer churn in this market is well into the -- for us, well into the mid-single digits, which is extraordinarily low. [...] When we have stuck reasonably to the Consumer Price Index, we've experienced, although a tick down in net promoter score, we have not really experienced much churn »<sup>13</sup>.

49. Les opérateurs intégrés proposant des packs contenant une gamme complète ou très élargie de services télécoms disposent par conséquent d'un avantage majeur en termes de fidélisation de la clientèle. Les principaux opérateurs considèrent le niveau de churn suffisamment bas pour pouvoir augmenter leurs prix sans risques de perdre trop de clients.

### 3.3.5. Plus de choix pour le client : offres à la carte et diversification des services vendus

50. Une autre tendance forte observée au cours de ces dernières années est le développement par les opérateurs d'offres « à la carte », c.-à-d. permettant au consommateur de définir de manière très précise le contenu des services auxquels il désire souscrire. ONE (Telenet) et Flex (Proximus) sont des exemples flagrants de cette évolution, de même qu'Orange, qui permet de composer de manière fine le pack de son choix.

51. Parmi les autres facteurs permettant au consommateur de personnaliser le service auquel il souscrit, l'on citera également les possibilités :

- 51.1. d'opter pour des vitesses nettement plus élevées (jusqu'à 1 Gbps selon les opérateurs) que le débit proposé dans l'abonnement standard ;
- 51.2. de disposer d'un grand nombre de chaînes de télévision (entre 70 et 80) via décodeur, ou au contraire, pour un prix moindre, de limiter ce nombre à (par exemple) une vingtaine de chaînes via la télévision par application ;
- 51.3. d'inclure ou non la téléphonie fixe dans son pack ;
- 51.4. d'inclure de multiples abonnements mobiles différenciés en fonction des besoins et à prix réduit par rapport à l'offre de base ;
- 51.5. etc.

52. En outre, les opérateurs cherchent depuis quelques années à élargir leur gamme de services au-delà des seuls télécoms. A titre d'exemple, l'on peut notamment citer l'inclusion gratuite d'abonnements à des journaux (*Le Soir* et *Het Nieuwsblad* pour Proximus, *Sudinfo* pour VOO) dans les packs commercialement les plus mis en avant, ainsi que, dans le cas de Proximus, le développement de services bancaires avec Belfius.

---

<sup>12</sup> Traduction libre : « Nous n'avons vu d'impact ni sur le NPS [« Net Promoter Score »] ni sur le churn, et les résultats de décembre ont été satisfaisants ». Orange Belgium Q4 2021 Earnings Call (50:00) : <https://corporate.orange.be/sites/default/files/141527%20audio%20425018012-20220211111716-1147618011.mp3>

<sup>13</sup> Traduction libre: « Le taux d'attrition total sur ce marché se situe en ce qui nous concerne autour de 5%, ce qui est extraordinairement bas [...] Lorsque nous nous sommes tenus raisonnablement à l'indice des prix à la consommation, malgré une baisse du *Net Promoter Score*, nous n'avons pas vraiment connu beaucoup de désabonnements ». Telenet Q4 2021 Earnings Call, p. 16. <https://investors.telenet.be/static-files/5e181549-d663-4e32-858f-ff5df91119f6>

53. En conclusion, avec le développement des offres à la carte et les tentatives de diversification dans des services non-télécom, les opérateurs essaient de se rendre indispensables auprès de leur clientèle et de la fidéliser de manière à réduire davantage le taux d'attrition.

### **3.3.6. L'Internet seul (1P BB) connaît un renouveau prudent, mais ne perce pas encore**

54. Comme montré supra à la sous-section 3.3.3, Figure 11, la part des offres 1P BB dans le marché total a légèrement augmenté depuis 2018 pour passer de 18% à 20% en Q4 2021. En incluant également les pack 2P BB Mobile (qui, eux aussi, ne requièrent pas de services fixes autres que du haut débit), la part des produits haut débit « standalone » augmente encore pour atteindre 22 %.
55. Cependant, l'internet standalone avec un volume illimité, tel que proposé par les principaux acteurs du marché, est encore si cher que, dans de nombreux cas, il n'est pas rationnel pour un « cord-cutter » (c.-à-d. une personne ne voulant plus de la télévision traditionnelle) d'acheter ce produit en combinaison avec un ou plusieurs abonnements payants au streaming. Ce n'est qu'en combinaison avec un produit standalone bon marché pour l'internet illimité (à partir de 45 € ou moins) ou un forfait 2P BB Mobile bon marché (à partir de 60 € ou moins), qui ne sont proposés que par des marques ayant une part de marché limitée<sup>14</sup>, qu'un client peut composer une offre complète d'internet et de télévision par le biais de services de streaming qui ne soit pas nécessairement plus chère qu'une offre groupée 2P BB TV traditionnelle (à partir de 60 € environ)<sup>15</sup>. Un client qui n'utilise que des services de streaming gratuits ne doit évidemment rien payer en plus de son abonnement Internet, mais il n'aura pas nécessairement le même contenu à sa disposition qu'une offre de télévision traditionnelle.
56. La Belgique est le seul pays de l'Union européenne (exception faite de la Croatie) où des services 1P BB avec volume limité sont encore commercialisés<sup>16</sup>. L'absence de produits 1P BB abordables avec un volume illimité est un facteur qui freine encore la croissance de l'internet standalone. Le graphique ci-dessous montre la proportion d'abonnements au 1P BB et aux offres groupées 2P BB Mobile avec un volume de téléchargement limité et illimité par rapport au nombre total d'abonnés pour ces deux types de produits. Le groupe de produits dont le volume de données est illimité est en outre divisé en deux catégories : « bon marché » et « cher »<sup>17</sup>. En Q4 2021, seuls 21 % des clients Internet standalone et 2P BB Mobile ont acheté un produit bon marché à volume illimité pouvant servir de base aux « cord-cutters ».

---

<sup>14</sup> Les produits Internet standalone avec un volume illimité à 45 € ou moins sont proposés uniquement par edpnet (VDSL XS 20 Mbps et Fiber XS 100 Mbps), Scarlet (Loco 50 Mbps), Orange (Home Internet 150 Mbps) et Zuny (200 Mbps). Seuls 11 des 21 produits Internet standalone proposés par les marques des principaux opérateurs disposent d'un volume de données illimité et 4 d'entre eux seulement peuvent être qualifiés de « bon marché ».

<sup>15</sup> Par exemple, un client qui opte pour l'App TV Basic de TV Vlaanderen (56 chaînes) doit payer 14,95 €, en plus de son abonnement Internet. Un client souhaitant s'abonner à Netflix paiera jusqu'à 17,99 € par mois, tandis que l'abonnement à Disney+ coûtera 8,99 €.

<sup>16</sup> Ce phénomène est spécifique aux offres 1P BB, puisque, exception faite des produits Internet Start de Proximus et Easy Internet de Telenet (qui ne représentent qu'une partie marginale du marché), tous les packs 2P, 3P et 4P disponibles incluent un volume de téléchargement illimité.

<sup>17</sup> Les produits Internet standalone sont donc qualifiés de « bon marché » si le prix de l'abonnement mensuel est inférieur ou égal à 45 €, une offre groupée Double Play HD + TM si le prix mensuel est inférieur ou égal à 60 €.

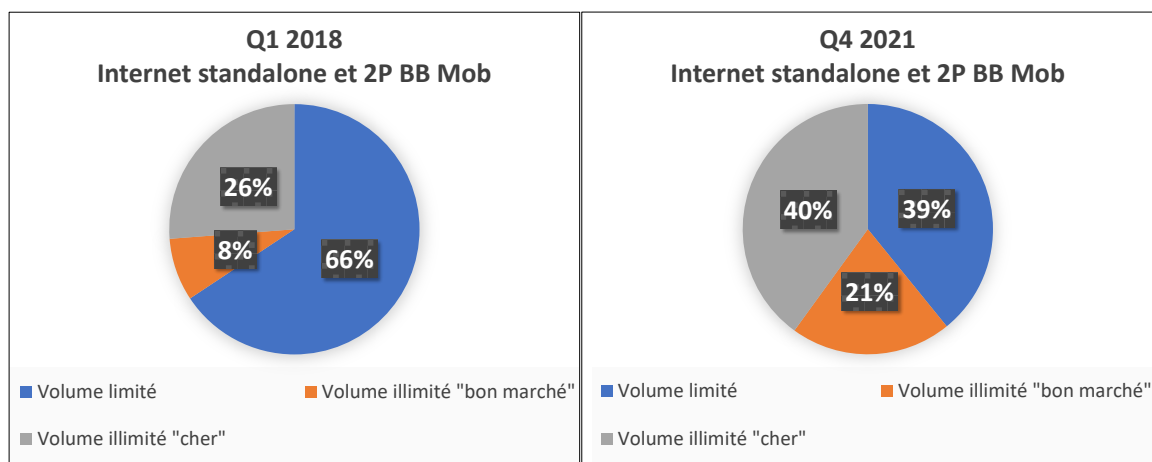


Figure 13 : Répartition du nombre d'abonnés à des services Internet résidentiels fixes (1P BB et 2P BB Mobile) en fonction du volume de données offert (limité ou illimité) et du niveau de prix.

57. Depuis Q1 2018, la part des abonnés à des offres à volume limité a considérablement diminué. Cependant, elle représentait encore 39% des abonnés à l'internet standalone au quatrième trimestre 2021, ce qui est élevé dans le contexte européen. La part des abonnés à des offres illimitées bon marché, illustrée par la Figure 13, est passée de 8 % à 21 %<sup>18</sup>, mais reste encore faible. Il est donc difficile pour les fournisseurs indépendants de télévision linéaire, comme TV Vlaanderen, de s'imposer.
58. Les opérateurs répondent à la tendance naissante du « cord-cutting » en proposant des produits de télévision non traditionnelle (comme l'OTT via une application propre, cf. infra la sous-section 3.3.7) dans des offres groupées 2P et 3P. Depuis le troisième trimestre 2021, Orange propose également de telles offres groupées avec Orange TV Lite (20 chaînes). Ce dernier produit est proposé en combinaison avec l'internet rapide (150 Mbps) au prix de 50,5 €. Pour une offre groupée 2P BB + OTT, les clients peuvent aller chez Zuny pour 46 € ou chez Telenet pour 64,6 €. Proximus s'est également lancé récemment sur ce segment, mais ne l'offre que dans le cadre d'une offre groupée 3P avec des services mobiles. Tadaam (FWA) est disponible à partir de 40 € par mois.
59. En résumé, la part de l'internet standalone (associé ou non à un abonnement mobile) a légèrement augmenté depuis Q1 2018. On peut s'attendre à ce que la tendance de ces dernières années se poursuive, mais une véritable percée est encore incertaine. L'absence de produits Internet standalone bon marché avec un volume illimité est en effet un facteur qui, pour le moment, freine encore la croissance de l'internet standalone.

### 3.3.7. La télévision linéaire *over the top* (OTT) payante demeure à un stade embryonnaire

60. Les offres de télévision traditionnelles (TV linéaire via décodeur) sont susceptibles de subir une contrainte concurrentielle accrue. D'une part la TV linéaire peut être diffusée par de nouveaux moyens (« over the-top »). D'autre part, les consommateurs peuvent accéder aux mêmes contenus audiovisuels mais en mode non-linéaire.

<sup>18</sup> En outre, si l'on considère à la fois l'internet standalone et le 2P BB Mob, le pourcentage d'offres illimitées bon marché vendues est plus élevé, étant donné que toutes les offres groupées 2P BB Mob disponibles sur le marché offrent l'internet illimité. Pour l'internet standalone, le pourcentage d'offres illimitées bon marché vendues n'est que de 12% du total d'internet standalone.

61. Est considérée ici uniquement la TV linéaire payante accessible via une application. D'autres formes (linéaires) d'offres TV alternatives souvent gratuites peuvent cependant exister, telles que Auvio (RTBF), VTM GO ou VRT NU.
62. Plusieurs offres permettant de consommer de la télévision linéaire payante via une application et non plus en passant par un décodeur ont fait leur apparition sur le marché ces dernières années :



Figure 14 : Introduction sur le marché d'offres de télévision linéaire via une application<sup>19</sup>

63. Bien qu'en forte hausse depuis deux ans, ce type de services de télévision demeure toutefois encore à un stade embryonnaire, le nombre d'abonnements les concernant étant de 71 000 à la fin 2021 par rapport à un marché total de 4,5 millions d'abonnés télé, c.-à-d. moins de 2%. L'impact des autres alternatives télévisuelles (payantes ou non) sera examiné en profondeur par l'IBPT dans le cadre de l'analyse à venir des marchés haut débit et de la radiodiffusion.
64. Comme le montre la figure ci-après, la majorité des 71 000 abonnés actuels à un service de télévision linéaire OTT payant achète ce service groupé avec d'autres produits vendus par des opérateurs télécoms (« TV OTT bundled »), une minorité d'utilisateurs l'achetant en revanche de manière dégroupée (« TV OTT unbundled ») auprès des vendeurs TV Vlaanderen/TéléSAT.

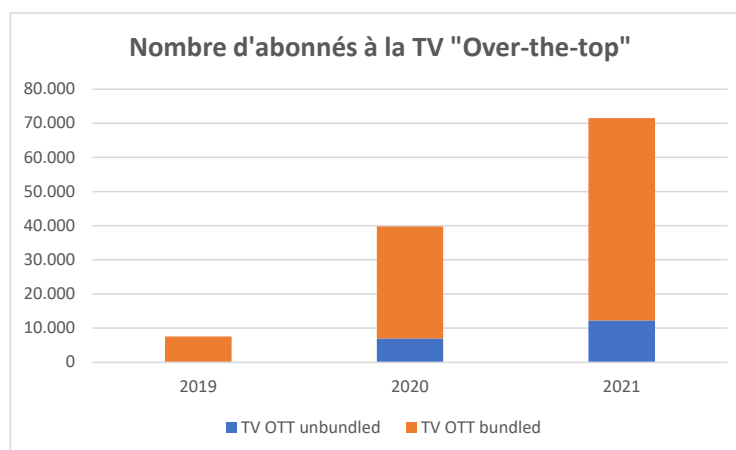


Figure 15 : Nombre d'abonnés télé « OTT » – « TV OTT unbundled » correspond aux services de TV Vlaanderen/TéléSAT ; « TV OTT bundled » correspond aux services des opérateurs télécoms.

<sup>19</sup> Précisons que l'offre Tadaam (qui est une offre « Fixed Wireless Access ») inclut un accès TV « over-the-top » (donc de qualité « best effort », comme les offres via application de Telenet, TV Vlaanderen, Zuny, Orange), mais que Tadaam fonctionne aussi avec un « lecteur multimédia »/TV box sur lequel une application est préinstallée. Tadaam présente donc des caractéristiques en partie similaires avec les offres TV avec décodeur et partie similaires avec les offres TV via une application.

65. En conclusion, le développement du mode d'utilisation des services de télévision linéaire par application plutôt que via un décodeur se trouve encore à un stade précoce de développement. Son évolution fait l'objet d'un monitoring attentif afin d'estimer dans quelle mesure cette tendance peut ou non prendre de l'ampleur. Il en va de même pour l'accès à des formes non-linéaires de télévision.

### **3.3.8. Conclusions**

66. Au cours des quatre dernières années, l'évolution du marché haut débit résidentiel a été marquée par la forte croissance des offres groupées convergentes (c.-à-d. combinant services fixes et mobiles), dont notamment les services 4P. Cette évolution, combinée au développement des offres « à la carte » et à la diversification des services vendus par les principaux opérateurs, permet à ceux-ci de fidéliser davantage leur clientèle et de réduire leur taux d'attrition.
67. Concernant les autres tendances observées sur ce segment de marché, on constate que :
- 67.1. L'Internet 1P connaît un renouveau prudent, mais ne perce pas encore ;
  - 67.2. La télévision linéaire *over the top* (OTT) payante demeure à un stade embryonnaire ;
  - 67.3. La part de services vendus avec de la téléphonie fixe est en forte baisse.

## 4. Evolution des prix et caractéristiques des packs télécoms

### 4.1. Introduction

68. Comment les prix et caractéristiques des packs télécoms ont-t-il évolué depuis quatre ans ? Sous ses dehors simples, cette question masque une profonde complexité et doit être abordée sous plusieurs angles afin d'être appréciée dans sa globalité. Ce chapitre passera en revue différentes perspectives et montrera que :

68.1. L'évolution est **globalement positive** pour le consommateur pour ce qui est des **packs convergents** (c.-à-d. les offres groupées combinant des services fixes et mobiles). Le consommateur dispose en effet d'un choix plus large qu'il y a quatre ans, et en a en outre, généralement, « plus pour son argent ». Cette évolution est liée principalement, d'une part, au développement des produits d'Orange et, d'autre part, à la hausse du contenu mobile des packs. Les caractéristiques de la composante fixe de ces packs ont en revanche peu évolué par rapport à 2018.

68.2. Concernant les **packs non-convergents** (c.-à-d. les offres groupées composées uniquement de services fixes : haut débit, télévision, téléphonie fixe), l'évolution est généralement **négative** pour le consommateur, avec un prix nominal des packs qui a le plus souvent augmenté par rapport à 2018 pour un contenu télécom quasi inchangé<sup>20</sup>. A la différence des packs convergents, Orange ne se différencie pas de manière agressive du point de vue tarifaire sur ces offres. Concernant les packs d'entrée de gamme, Scarlet demeure sans rival tarifaire.

68.3. Concernant le **1P BB** (Internet seul), l'évolution est **mitigée** : plutôt positive pour les services d'entrée de gamme (< 100 Mbps), aux effets encore incertains pour les autres.

68.4. Que ce soit pour les services convergents (malgré l'évolution positive mentionnée supra) ou non-convergents, **la Belgique demeure chère par rapport à ses voisins** en matière de prix des services télécoms.

69. Les types d'analyses utilisées dans le cadre de cette étude sont résumés dans le tableau ci-dessous. La méthodologie utilisée pour chacune d'elles sera introduite succinctement dans ce chapitre et détaillée dans les annexes qui leur sont consacrées.

Perspective	Nom de l'analyse	Indicateur	Détails
Demande	<b>Profils de consommateurs</b>	Montant minimum à déboursier selon les besoins à satisfaire	Annexe 1.
Offre	<b>Packs commercialisés</b>	Prix et caractéristiques des packs vendus par les opérateurs	Annexe 2.

70. L'étude commencera par donner un aperçu des grandes tendances sur base de l'analyse des profils de consommateurs (section 4.2). Elle approfondira ensuite le cas des différents types

<sup>20</sup> Même si on observe que les prix télécoms augmentent désormais moins rapidement que l'indice général des prix, et ce même avant l'accélération de l'inflation en fin 2021- début 2022.

de besoins et de packs considérés (sections 4.3, 4.4 et 4.5) et terminera en comparant la situation de la Belgique avec celle de ses pays voisins (section 4.6).

71. Remarques préliminaires :

71.1. Comme mentionné supra, les termes « Flandre » et « Nord du pays » sont synonymes de « Territoire couvert par Telenet ». Il en est de même pour les termes « Wallonie » et « Sud du pays » vis-à-vis de « Territoire couvert par VOO ».

71.2. Les opérateurs retenus pour cette analyse sont ceux ayant au moins 5% de parts de marché fin 2021 : Proximus (marques Proximus, Scarlet et Mobile Vikings), Telenet (marques Telenet et Tadaam), VOO (marques VOO et Zuny) et Orange.

71.3. Ne sont repris dans cette étude ni les packs basés sur des technologies d'accès FWA et Fibre (qui représentent ensemble moins de 5% des lignes haut débit commercialisées fin 2021), ni ceux pour lesquels le service TV n'est accessible que par application et non par décodeur (1% du marché). Ces dispositions ne valent que dans le cadre de la présente analyse rétrospective et ne présument en rien des développements futurs que ces services pourraient connaître auprès des consommateurs.

71.4. Les prix des packs utilisés pour Q2 2022 sont ceux en vigueur au 20 juin 2022.

## 4.2. Tendances générales

72. Le consommateur doit-il déboursier un montant plus ou moins élevé qu'il y a quatre ans pour trouver un pack télécom satisfaisant à des besoins identiques ? C'est à cette question que répond **l'analyse des profils** de consommateurs, laquelle aborde donc la question des prix sous l'angle de la demande. Son approche consiste à identifier le pack le moins cher répondant aux besoins minimaux qu'un consommateur désire satisfaire. Le tableau ci-dessous résume, pour 100 profils, l'évolution entre Q1 2018 et Q2 2022 du montant le moins cher qu'un client doit déboursier **en Flandre** pour obtenir un pack répondant à ses besoins<sup>21</sup>.

2022 Q2		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :											
		Besoins minimaux		10			50			100			200
		Vitesse (Mbps)	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
Besoins convergents	2P BB Mob		-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-26%	
	3P BB TV Mobile	50 chaînes TV	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	
		30 chaînes TV	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	
	4P	50 chaînes TV	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-20%	
		30 chaînes TV	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-20%	
	Besoins non-convergents	1P BB		0%	13%	-9%	-9%	13%	-9%	-37%	-37%	-16%	-22%
2P BB TV		50 chaînes TV	10%	10%	0%	10%	10%	0%	0%	0%	0%	-7%	
		30 chaînes TV	3%	3%	3%	3%	3%	3%	0%	0%	0%	-7%	
3P BB TV FT		50 chaînes TV	5%	5%	6%	5%	5%	6%	6%	6%	6%	11%	
		30 chaînes TV	3%	3%	3%	3%	3%	3%	6%	6%	6%	11%	

Figure 16 : Evolution en Flandre du montant le moins élevé à payer pour un pack répondant aux besoins indiqués. Pour les besoins mobiles des packs convergents, ceux-ci sont fixés à 90 minutes d'appel et 5 GB data.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> Ainsi, à titre d'exemple, le tableau indique que, pour un consommateur qui désire une connexion haut débit à 100 Mbps avec volume illimité et un service mobile avec 5 GB de data, le pack le moins cher qu'il peut trouver en Q2 2022 coûte 30% de moins que le pack le meilleur marché qu'il pouvait trouver en Q1 2018.

<sup>22</sup> La méthodologie complète utilisée pour cette analyse est décrite à l'Annexe 1.

73. Comme il ressort de ce tableau, une différence nette apparaît selon que les besoins concernés requièrent ou non une composante mobile, les montants à déboursier pour satisfaire des besoins convergents identiques étant systématiquement moins élevés en Q2 2022 qu'en Q1 2018 (parfois jusqu'à -30%), alors que ceux à déboursier pour satisfaire des besoins non-convergents identiques sont quasi tous plus élevés qu'il y a quatre ans. Comme il sera montré infra, la raison de cette situation tient au fait que la composante mobile des packs a connu une forte amélioration de son contenu, alors que, dans le même temps, leur composante fixe a généralement peu évolué.
74. Le tableau ci-après montre, pour la Flandre, quel opérateur parmi ceux pris en compte dans cette analyse propose le pack le moins cher répondant à chaque besoin considéré. La partie supérieure du tableau représente la situation en Q2 2022, la partie inférieure celle en Q1 2018. Comme on le constate, Orange propose en Q2 2022 le pack le moins cher pour 75 des 100 profils étudiés, contre 30 en Q1 2018. Ce résultat est le fruit d'une part de l'expansion depuis quatre ans du portefeuille de packs commercialisés par cet opérateur<sup>23</sup>, et d'autre part du positionnement tarifaire qu'il a choisi pour se démarquer de ses concurrents et qui lui a permis de passer de [0-5%] de parts de marché en 2018 à [5-10%] en 2021.

Besoins minimaux 2022 Q2		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Besoins convergents	2P BB Mob	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	3P BB TV Mobile	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	4P	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
30 chaînes TV		Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	
Besoins non-convergents	1P BB	Scarlet	Telenet	Scarlet	Proximus	Telenet	Scarlet	Telenet	Telenet	M. Vikings	Orange	
	2P BB TV	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange
	3P BB TV FT	50 chaînes TV	Proximus	Proximus	Orange	Proximus	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
30 chaînes TV		Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange	
Besoins minimaux 2018 Q1		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Besoins convergents	2P BB Mob	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	3P BB TV Mobile	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	4P	50 chaînes TV	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
30 chaînes TV		Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet	
Besoins non-convergents	1P BB	Scarlet	Telenet	Scarlet	Proximus	Telenet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet	
	2P BB TV	50 chaînes TV	Telenet	Telenet	Proximus	Telenet	Telenet	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
		30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
	3P BB TV FT	50 chaînes TV	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
30 chaînes TV		Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet	

Figure 17 : Opérateurs fournissant en Flandre le pack le moins cher répondant aux besoins des profils considérés.

75. Si, en Flandre, Proximus et Telenet ont quasi disparu du panorama des packs les moins chers répondant aux besoins des profils considérés, tel n'est pas le cas de Scarlet qui, comme en 2018, continue de fournir la solution la moins chère pour 15 profils. Comme il sera montré

<sup>23</sup> En Q1 2018, Orange ne commercialisait pas encore de services de téléphonie fixe, ni de services non-convergen

infra, cette marque secondaire de Proximus demeure sans rivale tarifaire pour une série de besoins télécoms réduits, notamment en termes de chaînes de télévision et/ou de débit.

76. Les deux tableaux suivants procèdent à la même analyse pour ce qui est de **la Wallonie**.

Besoins minimaux 2022 Q2		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Besoins convergents	2P BB Mob	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-37%
	3P BB TV Mobile	50 chaînes TV	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%
		30 chaînes TV	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%
	4P	50 chaînes TV	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-7%
		30 chaînes TV	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-7%
Besoins non-convergents	1P BB	0%	-9%	-9%	-7%	-9%	-9%	-17%	-17%	-17%	-49%	
	2P BB TV	50 chaînes TV	20%	20%	5%	20%	20%	5%	5%	5%	5%	-4%
		30 chaînes TV	3%	3%	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	-4%
	3P BB TV FT	50 chaînes TV	11%	11%	8%	11%	11%	8%	8%	8%	8%	1%
		30 chaînes TV	3%	3%	3%	3%	3%	3%	8%	8%	8%	1%

Figure 18 : Evolution en Wallonie, du montant le moins élevé à payer pour un pack répondant aux besoins indiqués. Concernant les besoins mobiles des packs convergents, ceux-ci sont de 90 minutes d'appel et de 5 GB.

Besoins minimaux 2022 Q2		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Besoins convergents	2P BB Mob	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Zuny
	3P BB TV Mobile	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	4P	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
Besoins non-convergents	1P BB	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Scarlet	Scarlet	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	Zuny	
	2P BB TV	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange
	3P BB TV FT	50 chaînes TV	Proximus	Proximus	Orange	Proximus	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Besoins minimaux 2018 Q1		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Besoins convergents	2P BB Mob	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	
	3P BB TV Mobile	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	4P	50 chaînes TV	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	VOO
		30 chaînes TV	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	VOO
Besoins non-convergents	1P BB	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO	
	2P BB TV	50 chaînes TV	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO
		30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO
	3P BB TV FT	50 chaînes TV	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO
		30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO

Figure 19 : Opérateurs fournissant, en Wallonie, le pack le moins cher répondant aux besoins des profil considérés.

77. Comme on le constate, les tendances en Wallonie sont, *mutatis mutandis*, les mêmes que celles observées pour la Flandre, à deux exceptions près :

77.1. La disparition complète de la marque principale de VOO dans le panorama des offres les moins chères et l'apparition à deux occasions de Zuny, sa marque secondaire.

77.2. La hausse beaucoup plus forte du montant à déboursier pour certains besoins non-convergenents (encadrés en bleu dans la Figure 18), laquelle s'explique par la disparition d'offres bon marché que VOO proposait encore début 2018 et qui répondaient bien aux besoins concernés (débit limité à 50 Mbps et au moins 50 chaînes télé).

78. En **conclusion**, l'analyse des profils montre (tant en Wallonie qu'en Flandre) une différence d'évolution en ce qui concerne les montants à payer selon qu'un consommateur a besoin d'un pack convergent ou d'un pack non-convergent. Elle montre également la place prédominante qu'occupe désormais Orange pour ce qui est de la fourniture des packs les moins chers du marché. La section suivante va détailler, pack par pack, les raisons de ces dynamiques.

### 4.3. Packs et besoins convergenents<sup>24</sup>

#### 4.3.1. 3P BB TV Mobile

##### (a) Analyse des profils de consommateurs

79. L'analyse des profils de consommateurs montre que, tant en Wallonie qu'en Flandre, le montant à déboursier pour un pack répondant aux besoins 3P BB TV Mobile de tous les profils considérés a baissé de 7% par rapport à Q1 2018. Cette analyse montre aussi qu'Orange continue de fournir en Q2 2022 la solution la moins chère pour ces besoins.

Besoins minimaux		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV	50 chaînes TV	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%
Mobile	30 chaînes TV	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%

Figure 20 : Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins élevé à payer pour un pack répondant aux profils indiqués

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
Mobile	30 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
Mobile	30 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Figure 21 : Opérateurs fournissant le pack le moins cher répondant aux besoins des profil considérés

<sup>24</sup> Sauf indication contraire, les besoins mobiles minimaux à satisfaire dans le cas de services convergenents sont toujours de 90 minutes d'appel et 5 GB de data mobiles.

80. Pour illustrer ces tendances, le cas du profil requérant au minimum 100 Mbps de débit, un volume internet fixe illimité, 50 chaînes de télévision, 90 minutes d'appel mobile et 5 GB de data mobiles est montré dans le graphique ci-après. Comme on le constate, alors que le montant minimum à déboursé variait fortement en Q1 2018 selon l'opérateur considéré, un resserrement s'est opéré lors des quatre dernières années vers le montant le moins élevé possible, à savoir celui pratiqué par Orange. Cette tendance est le fruit de l'action exercée sur ce créneau par cet opérateur<sup>25</sup>, dont le succès a incité ses concurrents à revoir leurs offres, principalement en en augmentant le volume data mobile (cf. sous-section suivante).

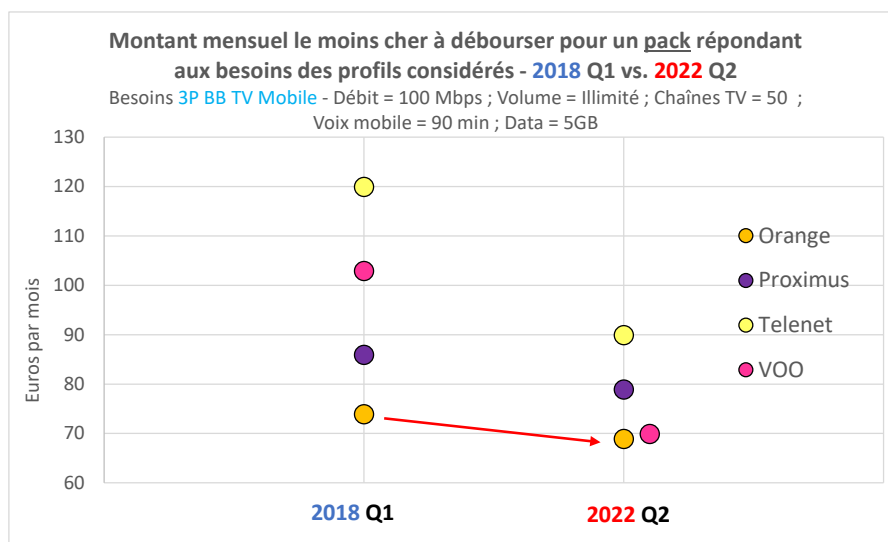


Figure 22 : Evolution, par opérateur, du montant le moins élevé à déboursé pour un pack répondant aux besoins du profil considéré

### (b) Analyse des packs commercialisés

81. Des paragraphes et du graphique précédents, il est tentant de conclure que « le prix des packs 3P BB TV Mobile a baissé ». Une telle affirmation constituerait cependant un abus de langage : en effet, le prix des packs commercialisés par les opérateurs ne baisse que rarement et a, au contraire, plutôt tendance à augmenter. Les baisses de montants minimums à déboursé sont en réalité avant tout le fruit de modifications du contenu des packs, et principalement de leur composante mobile. C'est ce que va mettre en évidence le deuxième type d'analyse de prix utilisé dans ce rapport, à savoir l'analyse des packs commercialisés.
82. Comme le montre le tableau ci-après, seuls Orange et Proximus commercialisaient en Q1 2018 des packs 3P BB TV Mobile spécifiques. En Q2 2022, VOO, Zuny et Scarlet en proposent également au moins un. De son côté, Telenet a proposé un tel pack (« Yugo ») de 2019 à 2021, mais celui-ci a disparu lors de la refonte du portefeuille de services que cet opérateur a effectuée en 2021 (cf. infra)<sup>26</sup>.

<sup>25</sup> Orange est passé entre fin 2017 et fin 2021 de 110 000 lignes haut débit câble vendues à près de 400 000, dont la majorité provenant des packs 3P BB TV Mobile (cf. [rapports financiers publiés par Orange](#)).

<sup>26</sup> Un consommateur voulant être client chez Telenet et disposer d'une combinaison 3P BB TV Mobile doit, en Q2 2022, prendre un pack 4P « One » dans lequel la composante téléphonie fixe est incluse par défaut, qu'elle soit utilisée ou non. C'est ce pack qui est pris en compte pour Q2 2022 pour Telenet dans la Figure 22, puisqu'il est le pack le moins cher disponible chez cet opérateur répondant aux besoins du profil étudié (cf. Annexe 1.).

3P BB TV Mobile	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2018 Q1	2017	Non	Non	2016	Non	Non	Non	Non
2022 Q2	2017	Non	2019	2016	2020*	2022*	Non	Non

\* L'offre TV de Zuny est limitée à 16 chaînes (et se fait par application), celle de Scarlet à 33

Figure 23 : Opérateurs commercialisant un pack 3P BB TV Mobile spécifique (les années renseignées dans le tableau indique le moment où un tel pack est devenu disponible chez l'opérateur concerné)

83. **Orange et Proximus** sont donc les seuls opérateurs pour lesquels un suivi de l'évolution des packs 3P BB TV Mobile peut être fait depuis Q1 2018. Le tableau ci-dessous décrit cette évolution en ce qui concerne les prix des packs de base<sup>27</sup> et leurs caractéristiques mobiles.

3P BB TV Mob	2018 Q2	2020 Q2	2022 Q2	Delta Prix 2022 vs. 2018
<b>Orange 1</b>	Colibri	Light	Light	
Prix mensuel	57	59	63	10,5%
# min mobile	90	90	150	
# GB mobile	0,2	0,5	2	
<b>Orange 2a</b>	Dauphin			
Prix mensuel	64			7,8%
# min mobile	150			
# GB mobile	3			
		Plus	Plus	
		69	69	
<b>Orange 2b</b>	Koala	Illimité	Illimité	-6,8%
Prix mensuel	74	5	11	
# min mobile	300			
# GB mobile	6			
<b>Orange 3</b>	Panthère	Intense	Intense	-0,5%
Prix mensuel	75,4	70	75	
# min mobile	Illimité	Illimité	Illimité	
# GB mobile	10	15	17	
<b>Orange 4</b>	Aigle	Unlimited	Extreme	9,0%
Prix mensuel	78	80	85	
# min mobile	Illimité	Illimité	Illimité	
# GB mobile	20	30	70	
<b>Proximus 1</b>	Minimus S	Minimus S	Flex 1	5,3%
Prix mensuel	75	76	79	
# min mobile	120	120	Illimité	
# GB mobile	1,5	5	5	
<b>Proximus 2</b>	Minimus M	Minimus M	Flex 2	4,7%
Prix mensuel	86	87	90	
# min mobile	Illimité	Illimité	Illimité	
# GB mobile	5	15	20	
<b>Proximus 3</b>	Minimus L	Minimus L	Flex 3	-3,0%
Prix mensuel	100	97	97	
# min mobile	Illimité	Illimité	Illimité	
# GB mobile	10	30	50	

Figure 24 : Evolution des caractéristiques mobiles des packs 3P BB TV Mobile d'Orange et Proximus. Le nombre de GB mobile correspond au volume disponible avant FUP lorsque ce volume est annoncé comme étant illimité<sup>28</sup>.

<sup>27</sup> Packs « de base » = les offres principalement commercialisées et mises en avant par les opérateurs, avant toute option supplémentaire (cartes SIM additionnelles à prix réduits, débits internet « boostés », etc.).

<sup>28</sup> FUP = Fair Use Policy = le niveau de consommation data au-delà duquel l'opérateur bride la vitesse du service.

84. Comme le montre ce tableau, le prix de cinq des huit packs de base d'Orange et de Proximus pour le 3P BB TV Mobile a augmenté de 5% à 10% en quatre ans. Cette hausse de prix s'est accompagnée d'une augmentation notable (au minimum un triplement) des volumes data inclus dans les packs concernés. Dans les cas où le prix d'un pack a baissé par rapport à 2018, le volume de data qu'il contient a progressé de manière beaucoup moins accentuée (il a moins que doublé), la seule exception à ce constat étant le pack le plus généreux en data de Proximus, lequel, pour un montant 3% moins cher qu'en 2018, fournit 50 GB contre 10 GB.
85. Quid de la composante fixe de ces packs ? Comme le montre le tableau ci-après, celle-ci n'a pas changé en ce qui concerne le volume internet maximal autorisé (il était déjà illimité dans tous les cas à cette époque) et le nombre de chaînes de télévision (entre 70 et 80). Quant au débit descendant, si celui d'Orange a progressé (il est passé de 100 à 150 Mbps), celui de Proximus est resté inchangé (100 Mbps)<sup>29</sup>.

3P BB TV Mob	2018 Q2	2020 Q2	2022 Q2
<i>Débit Internet fixe Mbps (valable pour tous les packs)</i>			
Orange	100	100	150
Proximus	100	100	100
<i>Volume internet fixe GB (valable pour tous les packs)</i>			
Orange	Illimité	Illimité	Illimité
Proximus	Illimité	Illimité	Illimité
<i>Nombre de chaînes de télé (valable pour tous les packs)</i>			
Orange	+/- 70	+/- 70	+/- 70
Proximus	+/- 80	+/- 80	+/- 80

Figure 25 : Evolution des caractéristiques fixes des packs 3P BB TV Mobile d'Orange et Proximus.

86. De son côté, **VOO** a lancé fin 2019 les séries « Relax » et « Max », parmi lesquelles des packs 3P BB TV Mobile. Ces packs ont été revus en Q2 2022 et offrent désormais soit des prix à la baisse mais avec moins de data mobiles, soit des prix à la hausse mais avec plus de data mobiles, les minutes d'appel (illimitées) et les caractéristiques fixes restant quant à elles inchangées. La figure ci-après illustre ces évolutions pour la série Relax (dont le débit est de 125 Mbps). Les tendances sont similaires pour la série Max (dont le débit est de 400 Mbps).

		2019 Q4	2022 Q2	Delta 2022 vs. 2019	
VOO	Relax		Relax 1		
		Prix mensuel	73	70	-4,1%
	# GB mobile	10	5		
	Relax 2			Relax 2	
		Prix mensuel		81	11,0%
				20	
Relax 3			Relax 3		
	Prix mensuel		85	16,4%	
			30		

Figure 26 : Evolution des caractéristiques data mobiles des packs 3P BB TV Mobile « Relax » de VOO

<sup>29</sup> La technologie VDSL employée par Proximus ne permet généralement pas d'aller au-delà de 100 Mbps.

87. Lancée en Q4 2020, **Zuny**, la marque secondaire de VOO propose une solution 3P BB TV Mobile à 64 euros avec 16 GB de data, 300 minutes d'appel et internet fixe illimité. Initialement de 100 Mbps, son débit descendant a rapidement été relevé à 200 Mbps. Il s'agit du seul changement que ce pack ait connu depuis son lancement. Concernant ses caractéristiques « télé », ce pack diffère de ceux commercialisés par les marques Orange, Proximus et VOO puisque, comme mentionné supra, il s'adresse à un segment de niche, à savoir celui des moins de 20 chaînes de télévision accessibles via application seulement (pas de décodeur).
88. **Scarlet**, la marque secondaire de Proximus, a tout récemment (Q2 2022) lancé un pack 3P BB TV Mobile. Son prix s'élève à 50 euros pour 3GB de data, 300 minutes d'appel, 33 chaînes de télévision et un débit descendant de 50 Mbps. Comme les autres packs de Scarlet, celui-ci s'adresse donc avant tout aux segments du marché dont les besoins sont restreints.
89. Le cas de **Telenet** a déjà été évoqué au paragraphe 82. A titre exhaustif, signalons que ses filiales **Tadaam** et **BASE** offrent une ristourne aux consommateurs combinant les services 2P BB TV (via Fixed Wireless Access) de Tadaam avec ceux 1P Mobile de BASE.

### (c) Conclusions

90. Les évolutions décrites aux paragraphes précédents sont-elles positives pour le consommateur ? L'analyse des profils a montré que, pour l'utilisateur dont les besoins 3P BB TV Mobile incluent 5 GB de data mobile, cette évolution est favorable puisque le montant le moins élevé qu'il peut déboursier en Q2 2022 pour satisfaire ses besoins est 7% moins élevé qu'en Q1 2018. Une **analyse de sensibilité** (qui consiste à faire varier le volume de données mobiles) montre qu'une telle tendance se retrouve dans une vaste majorité de cas<sup>30</sup>.

Montant le moins cher à payer pour un pack 3P BB TV Mob si :			
Besoins data	Q1 2018	Q2 2022	Delta
<i>Besoins &lt; à ceux utilisés dans l'analyse de profils</i>			
1 GB	64 €	63 €	-2%
2 GB	64 €	63 €	-2%
3 GB	64 €	69 €	8%
4 GB	74 €	69 €	-7%
<i>Besoins = à ceux utilisés dans l'analyse de profils</i>			
5 GB	74 €	69 €	-7%
<i>Besoins &gt; à ceux utilisés dans l'analyse de profils</i>			
10 GB	75 €	69 €	-8%
20 GB	78 €	85 €	9%
30 GB	195 €	85 €	-56%
50 GB	n/a	85 €	n/a

Figure 27 : Evolution du montant le moins élevé à déboursier pour un pack 3P BB TV Mobile en fonction du volume data requis (autres besoins minimaux : débit = 100 Mbps ; volume internet illimité ; chaînes de télé = 50)

91. En **conclusion**, malgré l'augmentation majoritaire du niveau du prix des packs, les besoins 3P BB TV Mobile peuvent souvent être satisfaits en Q2 2022 pour un montant moins élevé qu'en Q1 2018. Cette situation s'explique avant tout par la hausse substantielle des volumes data mobile inclus dans les packs, de sorte que, *in fine* (et pour autant qu'il fasse usage de ces data supplémentaires), « le consommateur en a plus pour son argent qu'il y a quatre

<sup>30</sup> En 2021, la consommation mensuelle moyenne de data mobile du consommateur résidentiel était de 5,1 GB (cf. [Rapport statistique annuel 2021 de l'IBPT](#)). Ce chiffre est une moyenne, le profil des comportements allant des utilisateurs consommant des quantités élevées de data à d'autres n'en consommant quasi pas.

ans ». Cette évolution n'est en revanche pas liée à l'évolution des caractéristiques fixes des packs, lesquelles sont restées quasi inchangées.

#### 4.3.2. 2P BB Mobile

##### (a) Analyse des profils de consommateurs

92. L'analyse des profils de consommateurs montre que, tant en Wallonie qu'en Flandre, le montant à déboursier pour un pack répondant aux besoins 2P BB Mobile de tous les profils considérés a baissé de 30% par rapport à Q1 2018. Cette analyse montre aussi qu'Orange continue de fournir en Q2 2022 la solution la moins chère pour ces besoins.

Besoins minimaux		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
	2P BB Mob	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-26%

Figure 28 : Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins élevé à payer pour un pack répondant aux besoins indiqués

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
	2P BB Mob	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
	2P BB Mob	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Figure 29 : Opérateurs fournissant le pack le moins cher répondant aux besoins des profil considérés

93. Le graphique ci-après illustre ces évolutions dans le cas du profil requérant au minimum une connexion de 100 Mbps à volume illimité, 90 minutes d'appel mobile et 5 GB de data mobiles.

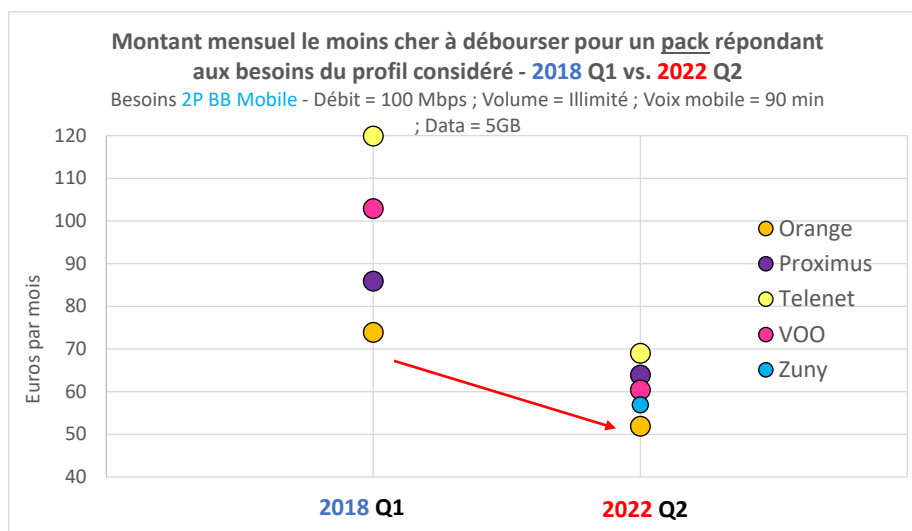


Figure 30 : Evolution par opérateur du montant le moins élevé à déboursier pour un pack répondant aux besoins considérés

94. Comme le montre ce graphique, l'évolution depuis Q1 2018 est spectaculaire pour ce profil. La raison principale tient au fait qu'il n'existait alors pas de pack répondant précisément au besoin « Haut débit fixe + Mobile », les consommateurs qui en auraient eu l'usage devant alors se rabattre sur des packs 3P<sup>31</sup>. Orange a été le premier opérateur à proposer un pack 2P BB Mobile spécifique (2019), suite à la possibilité de bénéficier d'une offre de gros « Broadband-only » chez les câblo-opérateurs. Le succès de cette offre a ensuite conduit les autres opérateurs à proposer également ce type de solution : Telenet et Zuny (2020), VOO (2021) et Proximus (2022). Les consommateurs dont les besoins correspondent à ceux considérés ici ont donc désormais la possibilité de payer moins qu'en 2018 et disposent en outre d'un choix plus large.

#### (b) Analyse des packs commercialisés

2P BB Mobile	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2018 Q1	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
2022 Q2	2022	2020	2021	2019	2020	Non	Non	Non

Figure 31 : Opérateurs commercialisant un pack 2P BB Mobile (les années renseignées dans le tableau indiquent le moment où un tel pack est devenu disponible chez l'opérateur concerné)

95. Depuis leur lancement en 2019, les caractéristiques des packs 2P BB Mobile chez **Orange** ont connu une évolution similaire à celle des packs 3P BB TV Mobile de cet opérateur, à savoir une hausse des prix couplée à une hausse des data mobiles, le seul changement pour la composante fixe étant l'augmentation du débit de 100 à 150 Mbps. Exception faite de ce dernier point, la tendance observée chez Orange est identique chez **Telenet** et **VOO**, tandis que, chez **Proximus**, le pack concerné n'est disponible que depuis trop peu de temps que pour avoir déjà connu des changements.

#### (c) Conclusions

96. En **conclusion**, les besoins 2P BB Mobile peuvent désormais être satisfaits via des packs spécifiques pour des montants moins élevés que ceux qu'un consommateur devait déboursier en 2018. L'évolution du contenu de ces packs depuis leur lancement est similaire à celle décrite pour le 3P BB TV Mobile, à savoir une hausse des data mobiles incluses dans le pack et une stabilité des caractéristiques fixes.

### 4.3.3. 4P

#### (a) Analyse des profils de consommateurs

97. L'analyse des profils de consommateurs montre que le montant à déboursier pour un pack répondant aux besoins 4P de quasi tous les types de profils considérés a baissé de 14% par rapport à Q1 2018. Elle montre aussi qu'Orange (qui ne commercialisait pas encore de pack 4P en Q1 2018) a supplanté Proximus et Telenet (en Flandre) et VOO (en Wallonie) en tant que fournisseur du pack le moins cher répondant aux besoins considérés.

<sup>31</sup> Ou alors combiner lui-même des services 1P BB et 1P Mobile vendus séparément.

Besoins minimaux		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
4P	50 chaînes TV	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-20%
	30 chaînes TV	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-20%

Figure 32 : Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins élevé à payer pour un pack répondant aux besoins indiqués

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
4P	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
4P	50 chaînes TV	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
	30 chaînes TV	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

Figure 33 : Opérateurs fournissant, en Flandre, le pack le moins cher répondant aux besoins des profil considérés (Q2 2022 vs. Q1 2018)

98. Le graphique ci-après illustre ces évolutions par opérateur dans le cas du profil de besoins 4P requérant au minimum une connexion de 100 Mbps à volume illimité, 50 chaînes de télévision, 90 minutes d'appel mobile et 5 GB de data mobiles. Comme on le constate, la tendance observée est similaire à celle déjà exposée dans le cas des besoins 3P BB TV Mobile.

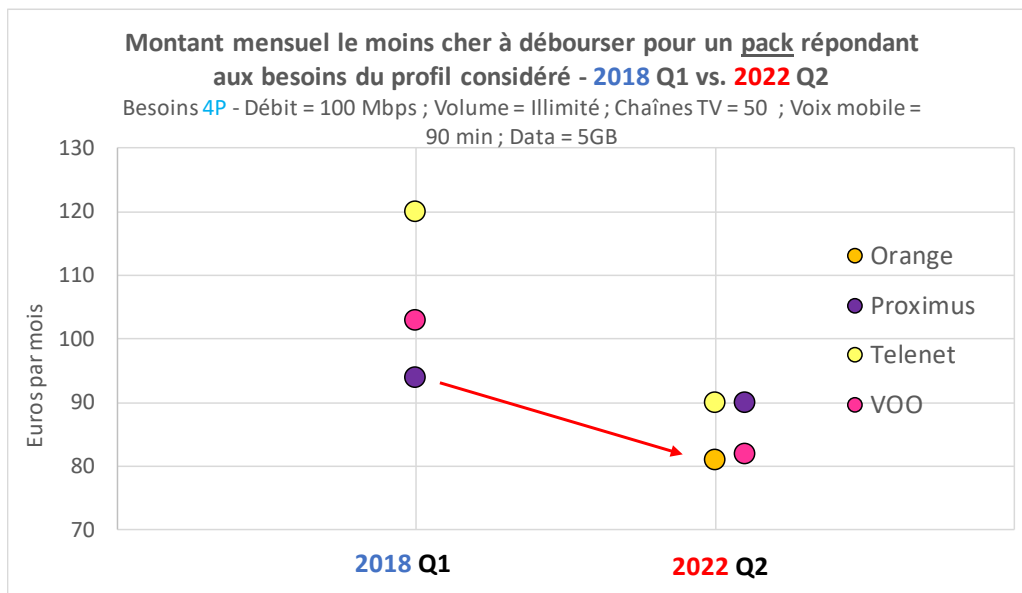


Figure 34 : Evolution, par opérateur, du montant le moins élevé à déboursé pour un pack répondant aux besoins considérés

### (b) Analyse des packs commercialisés

99. Proximus, Telenet et VOO commercialisaient déjà des packs 4P en Q1 2018. Orange a ajouté les siens en mai 2018. Aucune autre marque n'a développé de packs 4P depuis.

4P	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings
2018 Q1	2016	2016	2017	Non	Non	Non	Non
2022 Q2	2016	2016	2017	2018	Non	Non	Non

Figure 35 : Opérateurs commercialisant un pack 4P (les années renseignées dans le tableau indiquent le moment où un tel pack est devenu disponible chez l'opérateur concerné)

100. En ce qui concerne **Orange** et **Proximus**, les tendances en termes de prix et de contenu des packs 4P sont similaires (quoique de manière plus accentuée en ce qui concerne la hausse des prix) à celles décrites pour leurs packs 3P BB TV Mobile (à savoir : hausse des prix ; hausse des volumes data mobiles ; contenu fixe quasi inchangé). Le tableau ci-après résume l'évolution du prix des packs concernés.

4P	2018 Q2	2020 Q2	2022 Q2	Delta Prix 2022 vs. 2018
Orange 1	Colibri	Light	Light	
Prix mensuel	67	69	75	11,9%
Orange 2a	Dauphin	Plus	Plus	9,5%
Prix mensuel	74			
Orange 2b	Koala			2,5%
Prix mensuel	79			
Orange 3	Guépard	Intense	Intense	
Prix mensuel	89	80	87	-2,2%
Orange 4	Aigle	Unlimited	Extreme	
Prix mensuel	78	80	85	9,0%
Proximus 1	Tuttimus S	Tuttimus S	Flex 1	
Prix mensuel	83	86,5	90	8,4%
Proximus 2	Tuttimus M	Tuttimus M	Flex 2	
Prix mensuel	94	97,5	101	7,4%
Proximus 3	Tuttimus L	Tuttimus L	Flex 3	
Prix mensuel	108	107,5	108	0,0%

Figure 36 : Evolution du prix des packs 4P d'Orange et de Proximus.

101. Chez **VOO**, le pack ONE à 200 Mbps commercialisé en Q1 2018 a fait place fin 2019 aux séries Relax et Max. Par rapport à il y a quatre ans, Relax et Max proposent en Q2 2022, pour la plupart de leurs déclinaisons, davantage de data mobile pour des prix plus ou moins élevés selon les cas (cf. tableau infra), mais aussi pour des débits fixes différents (200 Mbps pour les packs ONE vs. 125 Mbps pour les Relax et 400 Mbps pour les Max). Si, du fait de ces multiples changements, l'évolution « prix/contenu » des packs 4P de VOO est plus difficile à apprécier que pour Orange et Proximus, il n'en apparaît pas moins que l'offre de cet opérateur pour ce type de packs est globalement plus diversifiée qu'en Q1 2018. Cette évolution peut s'expliquer par le fait que les packs 4P de VOO étaient en Q1 2018 plus chers que leurs équivalents chez Proximus et (quand cet opérateur a rendu en mai 2018 son pack 4P disponible) Orange<sup>32</sup>.

<sup>32</sup> Les consommateurs se satisfaisant d'un débit de 100 Mbps pouvaient avoir un 4P avec au moins 2 GB de data pour €74 chez Orange et €83 chez Proximus, alors que le pack ONE de VOO était à €95.

Q1 2018		ONE (200 Mbps)					
		Relax (125 Mbps)			Max (400 Mbps)		
Prix		95			103		
GB data		2			10		
Q2 2022		Relax (125 Mbps)			Max (400 Mbps)		
		Prix	82	87	97	96	101
GB data		5	15	30	5	15	30

Figure 37 : Evolution du prix et des volumes data mobiles des packs 4P de VOO

102. L'offre 4P de **Telenet** disponible en Q1 2018 (Wigo) se distinguait de celles des autres opérateurs par son approche « datapot », c.-à-d. la mise à disposition pour ses utilisateurs d'un volume de data mobiles à partager (si désiré) entre plusieurs cartes SIM. Ce format a disparu en 2021 avec la refonte du portefeuille de services du câblo-opérateur, désormais articulés autour d'un produit au format plus classique du nom de « One ». La comparaison entre les caractéristiques mobiles des séries Wigo et One est donnée dans le tableau suivant :

			Pack One équivalent en Q2 2022 si le nombre de SIM requis est de :				
			1	2	3	4	5
Wigo 3GB	Prix mensuel	100 €	90 €	110 €			
	# SIM vendues	2	1	2			
	Data total (GB)	3	40	80			
Wigo 10GB	Prix mensuel	120 €	90 €	110 €	130 €	150 €	170 €
	# SIM vendues	5	1	2	3	4	5
	Data total (GB)	10	40	80	120	160	200
Wigo 15GB	Prix mensuel	140 €	90 €	110 €	130 €	150 €	170 €
	# SIM vendues	5	1	2	3	4	5
	Data total (GB)	15	40	80	120	160	200
Wigo 40GB	Prix mensuel	195 €	90 €	110 €	130 €	150 €	170 €
	# SIM vendues	5	1	2	3	4	5
	Data total (GB)	40	40	80	120	160	200

Figure 38 : Comparaison des caractéristiques mobiles des packs 4P de Telenet

103. Comme il ressort de ce tableau, les packs 4P de Telenet proposent désormais des volumes data beaucoup plus élevés pour des prix souvent (mais pas systématiquement) moins chers qu'en 2018. Comme dans le cas de VOO, cette évolution s'explique notamment par le fait que les packs 4P de Telenet étaient en Q1 2018 nettement plus chers que leurs équivalents chez Proximus et chez (quand cet opérateur a rendu en mai 2018 son pack 4P disponible) Orange<sup>33</sup>.
104. Quid de la composante fixe de ces packs 4P de base ? Le volume internet et le nombre de chaînes de télévision sont inchangés par rapport à 2018 : le volume internet inclus dans les offres concernées était déjà illimité et le nombre de chaînes de télévision est resté stable entre 70 et 80. Quant au débit descendant officiellement disponible, il a évolué de façon contrastée : en hausse chez Orange (passant de 100 Mbps à 150 Mbps), stable chez Proximus (100 Mbps) et en baisse chez Telenet (de 200 Mbps à 150 Mbps), VOO présentant un cas particulier étant donné que l'ancienne offre One a été remplacée par deux nouvelles offres.

<sup>33</sup> Les consommateurs se satisfaisants d'un débit de 100 Mbps pouvait avoir un 4P avec au moins 2 GB de data pour €74 chez Orange et €83 chez Proximus, alors que le pack Wigo le moins cher de Telenet était à €100.

	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2
<b>Proximus</b>	Tuttimus	Tuttimus	Flex
Vitesse (Mbps)	100	100	100
<b>Telenet</b>	Wigo	Wigo	One
Vitesse (Mbps)	200	300	150
<b>Orange</b>	Trio (Q2 2018)	Trio	Trio
Vitesse (Mbps)	100	100	150
<b>VOO</b>	One	Relax	Relax
Vitesse (Mbps)	200	125	125
		Max	Relax
		400	400

Figure 39 : Evolution du débit descendant des packs 4P

105. Concernant la composante fixe des packs 4P « boostés » (c.-à-d. dont le débit descendant est sensiblement plus élevé que celui inclus dans l'offre de base), les évolutions sont contrastées :
- 105.1. Elle est positive dans le cas d'Orange qui, pour un montant identique (15 euros) à celui demandé il y a quatre ans permet de passer de 150 Mbps (offre de base) à 400 Mbps (offre boostée) au lieu de passer de 100 Mbps à 200 Mbps en 2018.
  - 105.2. Elle est mitigée dans le cas de Telenet puisque, s'il est possible d'obtenir chez cet opérateur un débit à très haute vitesse bien plus élevé qu'il y a quatre ans (1 Gbps au lieu de 400 Mbps), le montant à déboursier pour y parvenir est plus élevé (21 euros en plus au lieu de 15 euros) et, comme mentionné supra, le débit du pack 4P de base a diminué (150 Mbps au lieu de 200 Mbps).
  - 105.3. Concernant VOO, cet opérateur permet aujourd'hui, de faire passer la vitesse d'un abonnement Max 400 Mbps à 1 Gbps pour un supplément de 5 euros. Ce service (appelé « Gigaboost ») a été rendu disponible à Liège en avril 2021 et est en phase d'extension à l'ensemble du territoire couvert par VOO<sup>34</sup>.
  - 105.4. Proximus ne propose pas d'option « boost » pour ce qui est du débit descendant dans ses offres DSL actuelles. Seuls les consommateurs déjà reliés à la fibre optique de cet opérateur (14% des bâtiments en Belgique à la fin 2021) peuvent à l'heure actuelle souscrire à des offres de cet opérateur proposant des vitesses supérieures à 100 Mbps.
  - 105.5. L'ensemble des packs (4P et autres) « boostés » représente fin 2021 une part limitée de la clientèle haut débit (moins de 5% du marché haut débit total).

### (c) Conclusions

106. Toutes ces évolutions sont-elles positives pour le consommateur ? L'analyse des profils a montré que, pour l'utilisateur dont les besoins 4P incluent 5 GB de data mobile, cette évolution est favorable puisque le montant le moins élevé qu'il peut déboursier en 2022 pour satisfaire ses besoins est 14% moins élevé qu'en Q1 2018. Une **analyse de sensibilité** (qui consiste

<sup>34</sup> Au mois de juin 2022, l'option Gigaboost de VOO était disponible dans une trentaine de villes et communes, dont les communes bruxelloises servies par cet opérateur, Liège, Charleroi, Wavre, etc.

à faire varier le volume de données mobiles) montre qu'une telle tendance se retrouve dans tous les cas étudiés.

Prix mensuel du pack 4P le moins cher si :			
Besoins data	Q1 2018	Q2 2022	Delta
<i>Besoins &lt; à ceux utilisés dans l'analyse de profils</i>			
1 GB	83 €	75 €	-10%
2 GB	83 €	75 €	-10%
3 GB	83 €	81 €	-2%
4 GB	94 €	81 €	-14%
<i>Besoins = à ceux utilisés dans l'analyse de profils</i>			
5 GB	94 €	81 €	-14%
<i>Besoins &gt; à ceux utilisés dans l'analyse de profils</i>			
10 GB	94 €	81 €	-14%
20 GB	108 €	90 €	-17%
50 GB	n/a	97 €	n/a

Figure 40 : Evolution du montant le moins élevé à déboursier pour un pack 4P en fonction du volume data requis (autres besoins à satisfaire : débit = 100 Mbps ; volume internet illimité ; nombre de chaînes de télé = 50)

107. En **conclusion**, les observations réalisées à propos de l'évolution des packs 4P de base rejoignent pour l'essentiel celles tirées de l'évolution des packs 3P BB TV Mobile, à savoir que :
- 107.1. Le consommateur en a généralement plus pour son argent qu'en Q1 2018
  - 107.2. Cette hausse de valeur des packs 4P provient quasi exclusivement de l'évolution de leur composante mobile, la composante fixe étant le plus souvent inchangée, voire, pour le débit descendant, dans certains cas, plus basse qu'elle ne l'était il y a quatre ans.
108. Concernant le prix proprement dit des packs 4P de base commercialisés par les opérateurs, ceux-ci sont, par rapport à 2018 :
- 108.1. généralement en hausse de 8% à 12% chez Orange et Proximus
  - 108.2. généralement en forte baisse (mais dans des proportions difficiles à quantifier du fait des changements profonds ayant entouré ces offres) chez VOO et Telenet afin de se rapprocher des prix souvent meilleur marché pratiqués par Orange et Proximus.

#### 4.3.4. Packs et besoins convergents – Conclusions

109. De l'ensemble des observations réalisées à propos des packs convergents, il ressort que leur évolution a été **globalement positive** pour le consommateur. Celui-ci dispose d'un choix plus large qu'il y a quatre ans, et il en a, généralement, « plus pour son argent ». Cette évolution est liée principalement, d'une part, au développement de l'offre d'Orange et, d'autre part, à la hausse du contenu mobile des packs. Exception faite des débits descendants des services à très haute vitesse (qui peuvent désormais atteindre jusqu'à 1 Gbps, mais qui pèsent moins de 5% du marché haut débit), les caractéristiques de la composante fixe de ces packs sont en revanche demeurées quasi inchangées par rapport à 2018.

## 4.4. Packs et besoins non-convergen

### 4.4.1. 3P BB TV FT

#### (a) Analyse des profils de consommateurs

110. L'analyse des tendances générales a montré que, tant en Wallonie qu'en Flandre, le montant à déboursier pour un pack répondant aux besoins 3P BB TV FT de tous les profils considérés a augmenté de 3% à 11% par rapport à Q1 2018. Ces évolutions ne sont pas uniformes en Flandre et en Wallonie, cette dernière ayant connu des hausses plus fortes pour certains types de besoins limités en termes de vitesse de connexion et de volume internet. Comme mentionné supra, cette situation dans le sud du pays s'explique par la disparition d'offres bon marché que VOO proposait encore début 2018 et qui répondaient particulièrement bien aux besoins concernés.

Besoins minimaux		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV	50 chaînes TV	5%	5%	6%	5%	5%	6%	6%	6%	6%	11%
FT	30 chaînes TV	3%	3%	3%	3%	3%	3%	6%	6%	6%	11%
3P BB TV	50 chaînes TV	11%	11%	8%	11%	11%	8%	8%	8%	8%	1%
FT	30 chaînes TV	3%	3%	3%	3%	3%	3%	8%	8%	8%	1%

Figure 41 : Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins élevé à payer pour un pack répondant aux besoins indiqués

111. En ce qui concerne l'opérateur fournissant le pack le moins cher répondant aux besoins 3P BB TV FT, Orange réalise, tant en Flandre qu'en Wallonie, une percée notable, quoique moins absolue que pour les besoins convergen, Proximus et Scarlet étant généralement meilleur marché pour les besoins plus limités (< 100 Mbps et/ou au minimum 30 chaînes de télé).

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV	50 chaînes TV	Proximus	Proximus	Orange	Proximus	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
FT	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV	50 chaînes TV	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
FT	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

Figure 42 : Opérateurs fournissant en Flandre le pack le moins cher répondant aux besoins des profils considérés

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV	50 chaînes TV	Proximus	Proximus	Orange	Proximus	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
FT	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV	50 chaînes TV	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO
FT	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO

Figure 43 : Opérateurs fournissant en Wallonie le pack le moins cher répondant aux besoins des profils considérés

112. Le graphique ci-après illustre ces évolutions par opérateur en distinguant d'une part le cas d'un profil à besoins élevés (100 Mbps et au moins 50 chaînes de télé) et d'autre part celui d'un profil avec des besoins plus restreints (au moins 50 Mbps et 30 chaînes de télé). Comme le montre ce graphique, contrairement à ce qui est observé avec les packs convergents, Orange ne se différencie pas de manière agressive par rapport à ses concurrents et, pour les deux profils considérés, le prix des packs les moins chers de chaque opérateur répondant aux besoins étudiés s'établit à un niveau plus élevé qu'il y a quatre ans, quoique de manière modérée dans le cas de Scarlet (+1 euro). On constate par ailleurs que, pour le profil aux besoins restreints, Scarlet demeure de loin la solution la plus économique satisfaisant à ces besoins, aucun autre acteur ne se positionnant au niveau de prix que cette marque pratique.

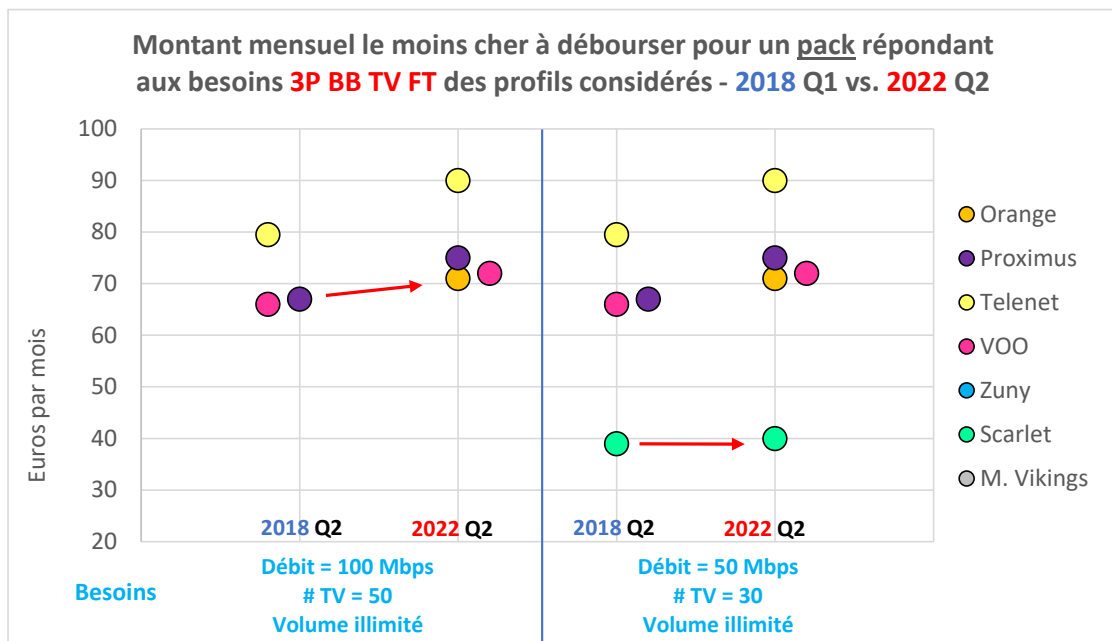


Figure 44 : Evolution, par opérateur, du montant le moins élevé à déboursé pour un pack répondant aux besoins du profil considéré

(b) Analyse des packs commercialisés

113. Proximus, VOO et Scarlet commercialisent depuis avant 2016 des packs 3P BB TV FT spécifiques. Telenet a cessé de le faire en 2021 (fin des offres Wigo de ce type, les nouveaux packs One incluant d'office une composante mobile). Orange en revanche en commercialise un depuis 2020.

3P BB TV FT	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	MVK
2018 Q1	< 2016	< 2016	< 2016	Non	Non	< 2016	Non
2022 Q2	< 2016	Non	< 2016	2020	Non	< 2016	Non

Figure 45 : Opérateurs commercialisant un pack 3P BB TV FT spécifique (les années renseignées dans le tableau indique le moment où un tel pack est devenu disponible chez l'opérateur concerné)

114. Le tableau ci-après décrit l'évolution des caractéristiques des packs de base 3P BB TV FT depuis 2018.

3P BB TV FT	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2	Delta 2022 vs. 2018
<b>Proximus 1</b>	Start	Start	Start	
Prix mensuel	60	62	63	5,0%
Vitesse (Mbps)	60	60	60	
Volume (GB)	150	150	150	
<b>Proximus 2</b>	Familus	Familus	Flex	
Prix mensuel	67	70,5	75	11,9%
Vitesse (Mbps)	100	100	100	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Illimité	
<b>Scarlet</b>	Trio	Trio	Trio	
Prix mensuel	39	40	40	2,6%
Vitesse (Mbps)	50	50	50	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Illimité	
<b>Telenet 1</b>	Whop	Whop		
Prix mensuel	69	71,8		30,4%
Vitesse (Mbps)	100	150	! Pack 4P !	
Volume (GB)	200	200	"One"	
			90	
<b>Telenet 2</b>	Whoppa	Whoppa		
Prix mensuel	80	84,5		12,5%
Vitesse (Mbps)	200	300	Illimité	
Volume (GB)	Illimité	Illimité		
<b>VOO 1</b>	Toudoo	-	-	n/a
Prix mensuel	57	-	-	
Vitesse (Mbps)	75	-	-	
Volume (GB)	200	-	-	
<b>VOO 2</b>	Wahoo	Relax	Relax	
Prix mensuel	66	68,5	72	9,1%
Vitesse (Mbps)	125	125	125	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Illimité	
<b>VOO 3</b>	Tatoo	Max	Max	
Prix mensuel	87	90	92	5,7%
Vitesse (Mbps)	200	400	400	
Volume (GB)	Unl	Illimité	Illimité	
<b>Orange</b>	-	-	Home	
Prix mensuel	-	-	71	n/a
Vitesse (Mbps)	-	-	150	
Volume (GB)	-	-	Illimité	

Figure 46 : Evolution des caractéristiques internet fixe des packs 3P BB TV FT de base depuis 2018

115. Ce tableau appelle plusieurs observations, parmi lesquelles :

- 115.1. Le prix de tous les packs de base 3P BB TV FT est plus élevé qu'en Q1 2018. Ces hausses se situent généralement entre 5% et 12%.
- 115.2. Telenet ne commercialise plus spécifiquement de pack 3P BB TV FT. La seule possibilité pour un consommateur désirant (pour quelque raison que ce soit) disposer d'une telle combinaison chez cet opérateur est de prendre un pack 4P.
- 115.3. VOO ne commercialise plus d'équivalent à son offre la meilleur marché de 2018.
- 115.4. Les caractéristiques fixes des packs (débit descendant ; volume internet ; nombre de chaînes de télé) ont peu ou évolué par rapport à 2018 : elles sont inchangées chez Proximus et Scarlet, tandis que, chez VOO, si le débit de l'offre Max a doublé (de 200 à 400 Mbps), celui de l'offre Relax (125 Mbps) n'a pas changé.

### (c) Conclusions

116. Le constat effectué pour les packs convergents et qui établit que le consommateur de Q2 2022 « en a plus pour son argent » qu'en Q1 2018 ne se retrouve pas dans le cas des packs non-convergents 3P BB TV FT. Exception faite de la solution d'entrée de gamme de Scarlet, le prix de ces packs a systématiquement augmenté de l'ordre de 5% à 12% par rapport à il y a quatre ans, cela alors que leurs caractéristiques télécoms ont généralement peu évolué.

#### 4.4.2. 2P BB TV

##### (a) Analyse des profils de consommateurs

117. L'analyse des profils de consommateurs montre que le montant à déboursier pour un pack répondant aux besoins 2P BB TV a augmenté pour quasi tous les profils considérés. Cette évolution est plus forte en Wallonie, notamment pour certains types de besoins limités en termes de vitesse de connexion et de volume internet. Cette situation s'explique ici aussi notamment par la disparition d'offres bon marché que VOO proposait encore début 2018 et qui répondaient particulièrement bien aux besoins concernés.

Besoins minimaux		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :									
Flandre	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 chaînes TV	10%	10%	0%	10%	10%	0%	0%	0%	0%	-7%
	30 chaînes TV	3%	3%	3%	3%	3%	3%	0%	0%	0%	-7%

Besoins minimaux		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :									
Wallonie	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 chaînes TV	20%	20%	5%	20%	20%	5%	5%	5%	5%	-4%
	30 chaînes TV	3%	3%	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	-4%

Figure 47 : Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins élevé à payer pour un pack répondant aux besoins indiqués

118. En ce qui concerne l'opérateur fournissant le pack le moins cher répondant à des besoins 2P BB TV, Orange réalise tant en Flandre qu'en Wallonie une percée notable, quoique moins absolue que pour les besoins convergents, Scarlet étant meilleur marché pour les besoins plus limités (minimums de 50 Mbps et 30 chaînes de télé).

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 chaînes TV	Telenet	Telenet	Proximus	Telenet	Telenet	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

Figure 48 : Opérateurs fournissant en Flandre le pack le moins cher répondant aux besoins des profils considérés

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 chaînes TV	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO
	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO

Figure 49 : Opérateurs fournissant en Wallonie le pack le moins cher répondant aux besoins des profils considérés

119. Le graphique ci-après illustre ces évolutions par opérateur en distinguant d'une part le cas d'un profil à besoins élevés (100 Mbps et au moins 50 chaînes de télé) et d'autre part celui d'un profil avec des besoins plus restreints (au moins 50 Mbps et 30 chaînes de télé). Les observations qui en sont tirées sont quasi identiques à celles prévalant pour les besoins 3P BB TV FT : des montants à déboursier en hausse chez tous les opérateurs ; Orange qui, sur le plan tarifaire, ne se différencie pas de ses concurrents directs ; Scarlet qui est sans rival tarifaire sur le segment des besoins limités.

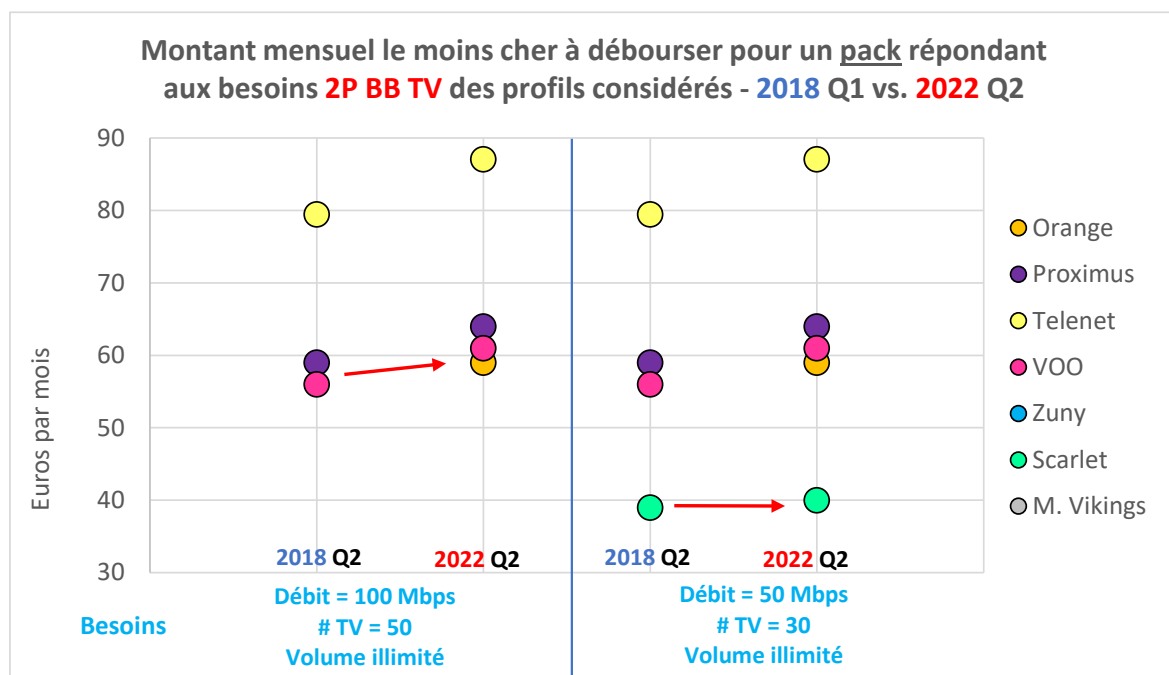


Figure 50 : Evolution, par opérateur, du montant le moins élevé à déboursier pour un pack répondant aux besoins considérés

(b) Analyse des packs commercialisés

120. Proximus, VOO et Telenet proposaient déjà des packs 2P BB TV en Q1 2018. Orange a lancé le sien en 2020. Les nouvelles marques secondaires de VOO et Telenet que sont Zuny (2020) et Tadaam (2019) visent quant à elles une niche du marché : celle des clients désirant soit moins de 20 chaînes de télévision (Zuny), soit utilisant du Fixed Wireless Access (Tadaam).

2P BB TV	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	MVK	Tadaam
2018 Q1	< 2016	< 2016	< 2016	Non	Non	Non	Non	Non
2022 Q2	< 2016	< 2016	< 2016	2020	2020	Non	Non	2019

Figure 51 : Opérateurs commercialisant un pack 2P BB TV (les années renseignées dans le tableau indique le moment où un tel pack est devenu disponible chez l'opérateur concerné)

121. L'évolution des prix et caractéristiques télécoms des packs 2P BB TV de base de Proximus, Telenet, VOO et Orange est décrite à la figure ci-après. Les observations qui en sont tirées sont ici aussi quasi identiques à celles retirées de l'étude des packs 3P BB TV FT, à savoir :

- 121.1. Le prix de tous les packs de base 2P BB TV est plus élevé qu'en Q1 2018.
- 121.2. VOO ne commercialise plus d'équivalent à son offre la meilleur marché de 2018.
- 121.3. Les caractéristiques des packs ont évolué de manière contrastée selon les opérateurs : inchangée chez Proximus, en hausse chez Telenet et variable chez VOO.

2P BB TV	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2	Delta 2022 vs. 2018
<b>Proximus 1</b>	BB + TV	BB + TV	Flex	
Prix mensuel	59	60	64	8,5%
Vitesse (Mbps)	100	100	100	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Illimité	
<b>Telenet 1</b>	Basic	Basic	Easy	
Prix mensuel	53,7	55,9	60,9	13,4%
Vitesse (Mbps)	50	100	100	
Volume (GB)	150	150	150	
<b>Telenet 2</b>	Fibernet 100	All	All	
Prix mensuel	76,9	81,6	87,1	13,3%
Vitesse (Mbps)	100	300	300	
Volume (GB)	200	Illimité	Illimité	
<b>VOO 1</b>	Touooo	-	-	
Prix mensuel	49	-	-	n/a
Vitesse (Mbps)	75	-	-	
Volume (GB)	200	-	-	
<b>VOO 2</b>	Wahoo	Relax	Relax	
Prix mensuel	56	58	61	8,9%
Vitesse (Mbps)	125	125	125	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Illimité	
<b>VOO 3</b>	Tatoo	Max	Max	
Prix mensuel	77	80	82	6,5%
Vitesse (Mbps)	200	400	400	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Unl	
<b>Orange</b>	-	-	Home + TV	
Prix mensuel	-	-	59	n/a
Vitesse (Mbps)	-	-	150	
Volume (GB)	-	-	Illimité	

Figure 52 : Evolution des caractéristiques internet fixe des packs 2P BB TV de base depuis 2018

#### 4.4.3. Packs et besoins non-convergeants – Conclusions

122. L'analyse présentée ici montre que le prix des packs non-convergeants a globalement évolué de manière négative pour le consommateur depuis 2018. De manière générale, on observe ainsi que :

- 122.1. Le prix des packs commercialisés pour des services non-convergenents a augmenté par rapport à 2018 alors que leur contenu télécom a peu évolué
- 122.2. Orange ne s'est pas différencié de manière agressive du point de vue tarifaire sur ces services, contrairement à ce qui est observé pour les offres convergentes.
- 122.3. Scarlet reste sans rival tarifaire sur le segment de l'entrée de gamme à volume illimité.
- 122.4. La Wallonie a vu disparaître des offres bon marché particulièrement adaptées à des consommateurs aux besoins limités.

#### 4.5. Offres Internet seul (1P BB)

##### (a) Analyse des profils de consommateurs

123. L'analyse des profils montre que le montant à déboursier pour une solution 1P BB a, à l'une ou l'autre exception près, évolué de manière positive pour les consommateurs.

Besoins minimaux		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :									
Flandre	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
	1P BB	0%	13%	-9%	-9%	13%	-9%	-37%	-37%	-16%	-22%

Besoins minimaux		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :									
Wallonie	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
	1P BB	0%	-9%	-9%	-7%	-9%	-9%	-17%	-17%	-17%	-49%

Figure 53 : Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins élevé à payer pour un pack répondant aux besoins considérés

124. Contrairement aux autres besoins étudiés dans ce rapport, Orange n'apparaît qu'une fois en Flandre comme fournissant la solution la moins chère, et pas du tout en Wallonie. Zuny et Mobile Vikings font en revanche leur apparition dans ces tableaux.

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
	1P BB	Scarlet	Telenet	Scarlet	Proximus	Telenet	Scarlet	Telenet	Telenet	M. Vikings	Orange

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
	1P BB	Scarlet	Telenet	Scarlet	Proximus	Telenet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

Figure 54 : Opérateurs fournissant en Flandre le pack le moins cher pour les profils considérés

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
	1P BB	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Scarlet	Scarlet	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	Zuny

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
	1P BB	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO

Figure 55 : Opérateurs fournissant en Wallonie le pack le moins cher pour les profils considérés

125. Le graphique ci-après illustre ces évolutions par opérateur en distinguant d'une part le cas d'un profil à besoins élevés (100 Mbps et volume illimité) et d'autre part celui d'un profil avec des besoins plus restreints (au moins 50 Mbps et volume illimité). Comme on le constate, pour le profil à besoins élevés, Proximus et VOO n'ont pas réagi à l'arrivée d'Orange via leurs marques principales, mais au moyen de leurs marques secondaires (Zuny dès 2020 pour VOO et Mobile Vikings en 2022 pour Orange), le prix des solutions proposées par ces marques principales augmentant même. Concernant le profil aux besoins restreints, Scarlet reste la solution la plus économique, et ce pour un montant moins élevé qu'en 2018<sup>35</sup>.

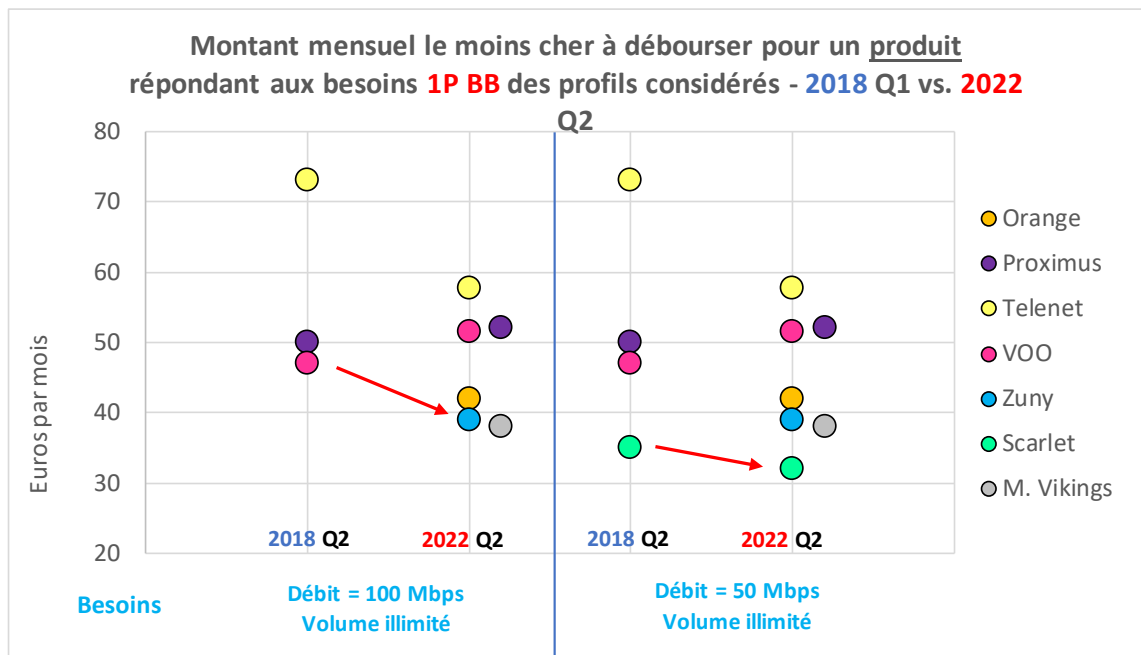


Figure 56 : Evolution, par opérateur, du montant le moins élevé à déboursé pour un produit répondant aux besoins du profil considéré

(b) Analyse des offres commercialisées

126. Proximus, Telenet, VOO et Scarlet commercialisaient déjà une offre 1P BB en Q1 2018. Orange, Zuny et Mobile Vikings ont depuis lors également développé une telle solution.

1P BB	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	MVK	Tadaam
2018 Q1	< 2016	< 2016	< 2016	Non*	Non	< 2016	Non	Non
2022 Q2	< 2016	< 2016	< 2016	2020	2020	< 2016	2022	Non

\* Existence chez Orange depuis 2015 d'une solution 1P BB via FWA : "Flybox"

Figure 57 : Opérateurs commercialisant une offre 1P BB (les années renseignées dans le tableau indique le moment où un tel pack est devenu disponible chez l'opérateur concerné)

127. Le prix des offres **d'entrée de gamme** (vitesse < 100 Mbps et/ou volume limité) a évolué de manière contrastée selon les opérateurs : en forte baisse (près de 10%) chez Proximus et Scarlet, en hausse modérée chez VOO, et en forte hausse chez Telenet, le produit entrée de gamme de cet opérateur évoluant vers un produit milieu de gamme (son débit est passé de

<sup>35</sup> Précisons que, contrairement à ce que le graphique, pourrait laisser penser, la diminution observée chez Scarlet n'est pas liée à l'apparition des offres 1P BB d'Orange et Zuny, mais est antérieure de deux ans à leur apparition.

50 à 100 Mbps, quoique toujours avec un volume limité à 150 GB). Concernant les caractéristiques de ces offres, elles sont quasi inchangées par rapport à 2018. On remarquera par ailleurs qu'aucun des nouveaux entrants Orange, Zuny et Mobile Vikings ne s'est positionné sur ce segment.

1P BB - Entrée de gamme	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2	Delta 2022 vs. 2018
<b>Proximus 1</b>	Start	Start	Essential	
Prix mensuel	27,5	27,5	25	-9,1%
Vitesse (Mbps)	50	50	50	
Volume (GB)	100	100	100	
<b>Scarlet 1</b>	Poco	Poco	Poco	
Prix mensuel	23	23	23	0,0%
Vitesse (Mbps)	30	30	30	
Volume (GB)	50	50	50	
<b>Scarlet 2</b>	Loco	Loco	Loco	
Prix mensuel	35	32	32	-8,6%
Vitesse (Mbps)	50	50	50	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Illimité	
<b>Telenet 1</b>	Basic	Basic	Easy	
Prix mensuel	27,8	27,8	31,4	12,9%
Vitesse (Mbps)	50	100	100	
Volume (GB)	150	150	150	
<b>VOO 1</b>	Toodoo	Light	Light	
Prix mensuel	27	28	28	3,7%
Vitesse (Mbps)	75	75	75	
Volume (GB)	200	200	200	

Figure 58 : Evolution des caractéristiques des offres 1P BB entrée de gamme depuis 2018

128. Du côté des offres **milieu et haut de gamme** (vitesse  $\geq$  100 Mbps), le marché s'est caractérisé par l'apparition d'offres compétitives de la part d'Orange, de Zuny et de Mobile Vikings. Si cette tendance est positive pour le consommateur, il convient cependant de remarquer que, dans le cas des deux derniers cité, cette arrivée est une réaction (ou une anticipation dans le cas de Zuny) de VOO et de Proximus via des marques secondaires au développement d'Orange sur ce segment, les marques principales de ces opérateurs (et de Telenet aussi) augmentant *a contrario* leurs tarifs. L'arrivée de ces nouvelles offres est en outre encore récente (octobre 2020 pour Zuny, novembre 2020 pour Orange et juin 2022 pour Mobile Vikings), de sorte que leur impact ne peut encore être pleinement apprécié. Concernant les caractéristiques débit et volume des produits 1P BB milieu de gamme, à l'exception notable de l'offre All de Telenet, elles ont généralement peu évolué depuis 2018.

1P BB - Milieu de gamme	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2	Delta 2022 vs. 2018
<b>Proximus 2</b>	Maxi	Maxi	Maxi	
Prix mensuel	50	50	52	4,0%
Vitesse (Mbps)	100	100	100	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Illimité	
<b>Telenet 2a</b>	Fiber 100			
Prix mensuel	51			13,1%
Vitesse (Mbps)	100			
Volume (GB)	200	All	All	
		54	57,7	
		300	300	
		Illimité	Illimité	-21,0%
<b>Telenet 2b</b>	Fiber 200			
Prix mensuel	73			
Vitesse (Mbps)	200			
Volume (GB)	Illimité			
<b>VOO 2</b>	Wahoo	Relax	Relax	
Prix mensuel	47	50	51,5	9,6%
Vitesse (Mbps)	125	125	125	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Illimité	
<b>VOO 3</b>	-	Max	Max	
Prix mensuel	-	58	61	n/a
Vitesse (Mbps)	-	400	400	
Volume (GB)	-	Illimité	Illimité	
<b>Orange</b>	-	-	Home	
Prix mensuel	-	-	42	n/a
Vitesse (Mbps)	-	-	150	
Volume (GB)	-	-	Illimité	
<b>Zuny</b>	-	-	Zuny	
Prix mensuel	-	-	39	n/a
Vitesse (Mbps)	-	-	100	
Volume (GB)	-	-	Illimité	
<b>Mobile Vikings</b>	-	-	MVK	
Prix mensuel	-	-	38	n/a
Vitesse (Mbps)	-	-	100	
Volume (GB)	-	-	Illimité	

Figure 59 : Evolution des caractéristiques des offres 1P BB milieu et haut de gamme depuis 2018

### (c) Conclusions

129. L'évolution depuis Q1 2018 des offres 1P BB est globalement favorable pour le consommateur en ce qui concerne l'entrée de gamme, où les prix ont soit baissé de près de 10% sans contrepartie (Proximus et Scarlet), soit augmenté de 13% en contrepartie d'un débit doublé (Telenet). L'évolution est plus mitigée pour le milieu de gamme, où, contrairement aux packs convergents, l'arrivée d'Orange n'a pas entraîné de réaction des marques principales de Proximus, VOO et Telenet. L'apparition d'Orange et des marques secondaires de VOO (Zuny)

et Proximus (Mobile Vikings) sur ce segment est cependant un phénomène encore récent, dont l'impact véritable devra s'apprécier sur une plus longue période de temps.

## 4.6. Comparaison internationale

130. Si les évolutions décrites aux sections précédentes sont relativement positives en matière d'évolution de prix pour les services convergents (mais nettement moins pour ce qui est des services non-convergents), le fait n'en demeure pas moins que la Belgique reste chère en matière de services télécoms comparativement à ses voisins et à l'ensemble des pays de l'Union européenne. Ainsi :

130.1. Par rapport à l'ensemble de l'Union européenne, la Commission classe la Belgique 26<sup>e</sup> et 25<sup>e</sup> (sur 27) en ce qui concerne le prix des services télécoms fixes et convergents<sup>36</sup>.

130.2. Par rapport à ses voisins (France, Allemagne, Luxembourg, Pays-Bas, Royaume-Uni), l'IBPT montre que, si la Belgique peut, pour certains profils précis, être peu chère ou proche de ses voisins, elle n'en est pas moins de manière générale notablement plus chère que ceux-ci dès lors que les besoins de l'utilisateur s'accroissent. Comme le montre le graphique ci-dessous, si les prix minimums à payer en Belgique pour une offre Internet seul (1P BB) apparaissent comme n'étant pas sensiblement éloignés de ceux en vigueur dans les pays voisins, la Belgique devient en revanche rapidement plus chère à mesure que davantage de services sont requis<sup>37</sup>.

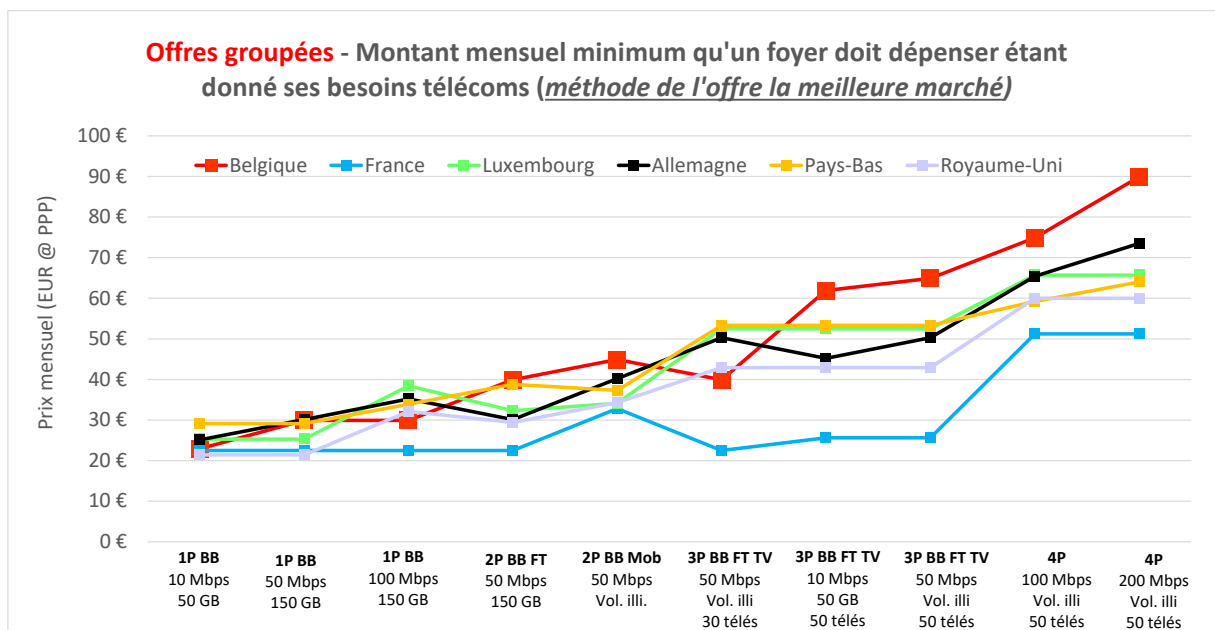


Figure 60 : Comparaison par pays du prix de l'offre la moins chère possible répondant aux besoins minimaux en offres groupées indiqués en bas du graphique

<sup>36</sup> Voir : [« Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020 »](#), en particulier les pages 13 et 16.

<sup>37</sup> Ce graphique montre le niveau des prix les moins chers disponibles par pays pour une série d'offres Internet seul (« 1P BB ») et groupées (« 2P BB FT » = Interne et Téléphonie fixe ; « 2P BB Mob » = Internet et Mobile ; « 3P BB FT TV » = Internet, Téléphonie fixe et Télévision ; « 4P » = Internet, Téléphonie fixe, Télévision et Mobile). Cette comparaison est effectuée en utilisant la méthodologie de l'analyse des profils des consommateurs à laquelle il a déjà été recouru dans la section 4.2 du présent chapitre.

131. En résumé, les améliorations observées en matière de prix depuis 2018 n'ont pas modifié fondamentalement la situation par rapport à nos pays voisins : la Belgique reste un pays onéreux en termes de services télécoms, et ce de plus en plus à mesure que les besoins grandissent. Nous renvoyons à la [communication de l'IBPT du 20 décembre 2021 concernant l'étude comparative des prix des services télécoms en Belgique et dans les pays voisins en 2021](#) pour une étude approfondie de la comparaison tarifaire entre la Belgique et ses voisins.

#### 4.7. Conclusions

132. Des analyses présentées dans ce chapitre, il ressort que l'évolution été **globalement positive** pour le consommateur en ce qui concerne les **packs convergents** (c.-à-d. les offres groupées combinant des services fixes et mobiles). Le consommateur dispose en effet d'un choix plus large qu'en 2018 et en a, le plus souvent, « davantage pour son argent qu'il y a quatre ans ». Cette évolution est liée principalement, d'une part, au développement d'Orange et, d'autre part, à la hausse du contenu mobile des packs. Exception faite des débits ascendants des services à très haute vitesse (qui peuvent désormais atteindre jusqu'à 1 Gbps, mais qui pèsent moins de 5% du marché haut débit), les caractéristiques de la composante fixe de ces packs sont en revanche demeurées relativement stables par rapport à 2018.
133. Concernant les **packs non-convergents** (c.-à-d. les offres groupées composées uniquement de services fixes : haut débit, télévision, téléphonie fixe), l'évolution est généralement **négative** pour le consommateur, avec un prix des packs qui a le plus souvent augmenté par rapport à 2018 pour un contenu télécom quasi inchangé. A la différence des packs convergents, Orange ne se différencie pas de façon agressive du point de vue des prix sur ces offres. Concernant les packs d'entrée de gamme, Scarlet demeure sans rival tarifaire.
134. Concernant le **1P BB** (Internet seul), l'évolution est **contrastée** : positive pour les services d'entrée de gamme (< 100 Mbps), aux effets encore incertains pour les autres services.
135. Que ce soit pour les services convergents (malgré l'évolution positive mentionnée supra) ou non-convergents, **la Belgique demeure chère par rapport à ses voisins** en matière de prix des services télécoms.

## 5. Impact de la regulation

136. Les chapitres précédents ont décrit les grandes tendances des marchés du haut débit et de la radiodiffusion en Belgique depuis 2018. Ce chapitre analyse le rôle que la régulation a joué dans le développement de ces tendances, en particulier celui joué par les quatre décisions que la Conférence des régulateurs des communications électroniques (« CRC ») a adoptées le 29 juin 2018<sup>38</sup> et dans lesquelles elle a conclu que Proximus et les câblo-opérateurs Telenet, Brutélé et VOO détenaient des positions de puissance significatives sur différents marchés de gros.

### 5.1. Les raisons de la régulation de 2018

137. Les décisions adoptées le 29 juin 2018 par la CRC concernant les marchés de l'Internet haut débit et de la radiodiffusion<sup>39</sup> ont notamment été élaborées sur la base des constats suivants :

137.1. L'existence de **barrières à l'entrée élevées**, dues notamment à la nécessité de disposer d'infrastructures coûteuses et difficiles à dupliquer, de la politique d'offres couplées qui a pour effet de fidéliser les clients ou encore de la difficulté d'acquérir des droits sur le contenu TV.

137.2. Une **concentration forte et durable** des parts de marché. Quels que soient le marché de produits et la zone câblée considérés, le premier opérateur ne détenait jamais moins de 50 % des parts de marché et les deux premiers opérateurs ne détenaient jamais ensemble moins de 80 % des parts de marché.

137.3. Des **niveaux d'attrition (« churn ») particulièrement bas**, en particulier pour les offres groupées. La forte pénétration des offres groupées va de pair avec une baisse du churn. Plus une offre commerciale groupe de services, plus le churn diminue, ce qui entrave l'entrée sur le marché et le développement des concurrents.

137.4. Les **prix** des services de communications fixes augmentaient de manière régulière et se situaient généralement à un niveau plus élevé qu'à l'étranger. De manière générale, les grands opérateurs n'étaient pas incités à se faire concurrence par les prix.

137.5. Le fait que **l'existence d'offres de gros commerciales n'était pas garantie** en l'absence de régulation et, même en cas d'existence de telles offres de gros commerciales, il était douteux qu'elles pourraient permettre aux opérateurs alternatifs d'exercer une contrainte concurrentielle efficace à l'horizon de l'analyse.

138. Sur la base de ces constats, la CRC (« Conférence des régulateurs des communications électroniques »<sup>40</sup>) a décidé de maintenir l'obligation d'accès aux réseaux de Proximus, Telenet, Brutélé et VOO au bénéfice des opérateurs ne disposant pas d'un réseau fixe. De cette manière, la CRC entendait stimuler le développement d'une concurrence effective pour

---

<sup>38</sup> Une de ces décisions porte sur le haut débit dans l'ensemble de la Belgique, tandis qu'en matière de télévision, chacune de ces décisions est spécifique à une région précise du Royaume, à savoir la région de langue néerlandaise, celle de langue française, celle de langue allemande et celle de Bruxelles-Capitale. En pratique, ces décisions en matière de télévision sont quasi identiques.

<sup>39</sup> <https://ibpt.be/operateurs/dossier/decision-du-29-juin-2018-analyse-du-marche-du-haut-debit-et-de-la-radiodiffusion-televisuelle-2018>

<sup>40</sup> Laquelle, comme rappelé précédemment, réunit l'IBPT et les régulateurs compétents en matière de média, à savoir le CSA, le VRM et le Medienrat.

l'internet haut débit, la télévision et les « packs » et créer une dynamique positive : que les utilisateurs puissent choisir entre davantage de fournisseurs et que les opérateurs soient incités à se faire concurrence en diminuant les prix, en augmentant la qualité de leurs services et/ou en lançant de nouveaux services<sup>41</sup>.

## 5.2. Les mesures instaurées en 2018

139. Parmi les mesures incluses dans les décisions du 29 juin 2018 figuraient les éléments suivants :

139.1. Le maintien, pour l'essentiel, des obligations découlant de l'analyse de marché précédente (2011)<sup>42</sup>.

139.2. Une diminution des tarifs « de gros » (c.-à-d. les prix payés par les opérateurs alternatifs à Proximus ou aux câblo-opérateurs). Dès le mois d'août 2018, les tarifs de gros de Telenet étaient réduits au niveau de ceux de VOO, ce qui pouvait, dans certains cas, constituer une baisse allant jusqu'à 20%<sup>43</sup>. En 2020, une révision générale des tarifs « de gros » des câblo-opérateurs<sup>44</sup> a conduit à une diminution des prix pour une série de débits tant chez Telenet que chez VOO.

139.3. Les tarifs de gros pour le câble et la fibre ont en outre été définis à partir d'une approche de tarifs « équitables » visant à assurer un équilibre entre stimulation de la concurrence et incitation à investir.

139.4. L'amélioration pour les opérateurs alternatifs des conditions d'accès aux réseaux :

- Les câblo-opérateurs Telenet, Brutélé et VOO étaient désormais tenus de donner accès à un service haut débit « standalone », et ceci indépendamment de leur service de télévision. Auparavant, il n'était pas possible pour un opérateur alternatif d'acheter aux câblo-opérateurs de l'internet à large bande sans lui acheter en même temps la télévision ;
- Le nouveau réseau de fibre optique de Proximus (qui remplace graduellement le réseau cuivre) était également ouvert aux opérateurs concurrents ;
- Sur les marchés « de gros », Proximus et les câblo-opérateurs devaient offrir des garanties de qualité (SLA) permettant aux opérateurs alternatifs d'offrir des services spécifiquement orientés vers les besoins des PME ;
- La mise en place d'une procédure de « Single Installer » chez les câblo-opérateurs permettant à un opérateur alternatif d'effectuer lui-même l'ensemble du processus d'installation et de réparation d'un client final.

---

<sup>41</sup>[https://www.ibpt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/962a5cd63605600a6b490663baeb59ac853510c3/CP\\_broadband\\_FR\\_COM\\_290618.pdf](https://www.ibpt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/962a5cd63605600a6b490663baeb59ac853510c3/CP_broadband_FR_COM_290618.pdf)

<sup>42</sup> C.-à-d. principalement des obligations d'accès, de transparence, de non-discrimination, de contrôle des prix et l'imposition d'une comptabilité analytique, tant pour Proximus que pour les câblo-opérateurs.

<sup>43</sup>[https://www.ibpt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/962a5cd63605600a6b490663baeb59ac853510c3/CP\\_broadband\\_FR\\_COM\\_290618.pdf](https://www.ibpt.be/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/962a5cd63605600a6b490663baeb59ac853510c3/CP_broadband_FR_COM_290618.pdf)

<sup>44</sup> <https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/decision-de-la-crc-du-26-mai-2020-concernant-les-tarifs-mensuels-pour-lacces-de-gros-aux-reseaux-des-cablo-operateurs-pour-la-radiodiffusion-televisuelle-sur-le-territoire-de-la-region-bilingue-de-bruxelles-capitale-et-la-large-bande>

### 5.3. Impact de la régulation de 2018

140. Les mesures instaurées par la régulation de 2018 ouvraient donc de nouvelles possibilités de développement au marché et aux opérateurs alternatifs, parmi lesquelles les principales étaient :

140.1. **La diversification de l'offre** : via les offres de gros « Internet standalone », les opérateurs alternatifs ont obtenu la possibilité de développer de nouvelles offres spécifiques articulées autour de ce service et qui n'existaient pas encore sur le marché.

140.2. **La pression tarifaire** : via la baisse des prix de gros, les opérateurs alternatifs ont obtenu la possibilité de disposer de davantage de marge pour mener une concurrence plus agressive sur les prix de détail.

140.3. **L'autonomisation des opérations** : via le processus « Single Installer », les opérateurs alternatifs ont acquis la possibilité de gérer entièrement la relation avec leurs clients tout en supportant moins de coûts vis-à-vis des opérateurs puissants.

141. Ces possibilités offertes par la régulation de 2018 ont été largement mises à profit en particulier par Orange, dont la croissance<sup>45</sup> s'est effectuée en développant la quasi-intégralité de ses services haut débit sur la base de l'offre régulée que les câblo-opérateurs ont dû mettre en place (cf. infra paragraphe 143). En effet, comme l'ont montré les chapitres précédents :

141.1. Le portefeuille de services d'Orange s'est considérablement étoffé depuis début 2018, passant d'un seul type de pack commercialisé (le 3P BB TV Mobile<sup>46</sup>) à au moins sept, dont certains (comme le 2P BB Mobile) ont constitué des innovations sur le marché.

Solution x-P	Disponibilité en :	
	2018 Q1	2022 Q2
1P BB	-*	2020
2P BB TV	-	2020
2P BB FT	-	2020
2P BB Mobile	-	2019
3P BB TV Mobile	2016	2016
3P BB TV Fixed	-	2020
4P	-	2018

\* Existence d'un produit FWA "Flybox"

Figure 61 : Evolution du portefeuille de produits commercialisés par Orange (les années renseignées dans le tableau indiquent celle où le pack concerné est devenu disponible)

141.2. Le développement du portefeuille de services d'Orange a incité les autres acteurs du marché à réagir et à développer également leur propre portefeuille de packs, le cas échéant via des marques secondaires, offrant ainsi aux consommateurs un éventail de choix plus large et plus diversifié en termes de contenu pour répondre à ses besoins.

<sup>45</sup> Cf. la section 3.2.4 du présent rapport.

<sup>46</sup> Ce pack avait déjà lui-même été développé à partir de la régulation précédemment en vigueur depuis 2011.

2018 Q1	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2P BB Mobile	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
3P BB TV Mobile	2017	Non	Non	2016	Non	Non	Non	Non
4P	2016	2016	2017	Non	Non	Non	Non	Non
1P BB	< 2016	< 2016	< 2016	Non*	Non	< 2016	Non	Non
2P BB TV	< 2016	< 2016	< 2016	Non	Non	Non	Non	Non
3P BB TV FT	< 2016	< 2016	< 2016	Non	Non	< 2016	Non	Non

2022 Q2	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2P BB Mobile	2022	2020	2021	2019	2020	Non	Non	Non
3P BB TV Mobile	2017	Non	2019	2016	2020	2022	Non	Non
4P	2016	2016	2017	2018	Non	Non	Non	Non
1P BB	< 2016	< 2016	< 2016	2020	2020	< 2016	2022	Non
2P BB TV	< 2016	< 2016	< 2016	2020	2020	Non	Non	2019
3P BB TV FT	< 2016	Non	< 2016	2020	Non	< 2016	Non	Non

Figure 62 : Evolution des packs télécoms disponibles des principaux opérateurs en Belgique (les années renseignées dans le tableau indiquent celle où le pack concerné est devenu disponible)

- 141.3. Comme l'a montré le chapitre 4 du présent document, pour ce qui est des packs convergents, Orange s'est démarqué au point de vue tarifaire par rapport à ses concurrents, ce qui a contribué à sa croissance sur le marché et a incité les autres opérateurs à revoir le contenu de leurs offres, essentiellement via la hausse de data mobile incluses dans ce type de pack.
142. Les autres opérateurs alternatifs sont principalement actifs sur base des offres régulées d'accès central via le cuivre (essentiellement) et la fibre (de manière encore limitée) de Proximus. Le poids global de ces autres opérateurs alternatifs demeure marginal (2% de parts de marché fin 2021)<sup>47</sup>, même si leur croissance n'en a pas moins été réelle, avec un quasi doublement du nombre de lignes vendues pour les plus dynamiques d'entre eux et l'apparition de nouveaux acteurs (de taille très modeste jusqu'ici) recourant aux offres régulées de Proximus pour se positionner sur le segment de marché qu'ils ciblent.
143. Au bout du compte, comme il a été montré à la Figure 8 du chapitre 3 rappelée pour mémoire ci-dessous, pas moins de 96% des lignes haut débit commercialisées par les opérateurs alternatifs sont basées sur des offres régulées.

<sup>47</sup> Cf section 3.2.4.

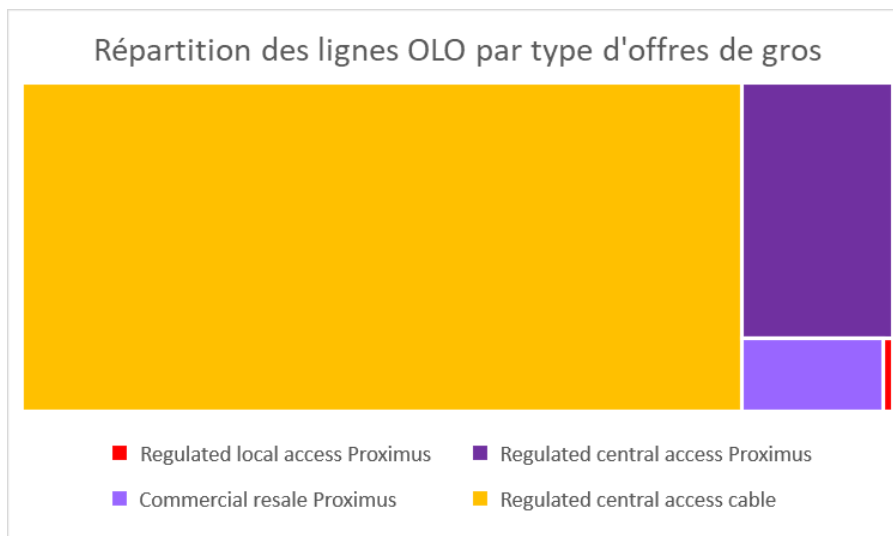


Figure 63 : Répartition des lignes haut débit vendues par les opérateurs alternatifs (Orange, edpnet, etc.) en fonction du type d'offres de gros utilisées

144. En conclusion, les décisions de la CRC de 2018 ont contribué aux développements observés sur le marché depuis quatre ans via la mise en place d'un cadre réglementaire que les opérateurs alternatifs (Orange principalement) ont mis à profit pour étendre leur portefeuille de services et faire en sorte que le consommateur dispose d'un choix élargi parmi davantage de fournisseurs. Cette situation a également contribué à ce que (comme montré au chapitre 4) le consommateur en ait « davantage pour son argent » en ce qui concerne les services convergents, même si la Belgique se classe encore défavorablement dans les comparaisons internationales. On constatera enfin que ce cadre réglementaire n'a aucunement nui aux investissements dans les infrastructures à très haut débit, comme en témoignent notamment l'accélération depuis 2020 par Proximus du déploiement d'un réseau d'accès FTTH<sup>48</sup> et les projets de partenariat de Telenet et Fluvius pour déployer un réseau de fibre optique en Flandre<sup>49</sup>. En 2021, 24,3 % du chiffre d'affaires des communications électroniques ont été réinvestis dans des actifs, soit une nette augmentation de 3,8 pp par rapport aux 20,5 % en 2020<sup>50</sup>. Le ratio capex/chiffre d'affaires moyen en Belgique est ainsi supérieur à celui des opérateurs historiques européens (18 %) <sup>51</sup>.

#### 5.4. Autres mesures réglementaires favorisant la dynamique de marché

145. Si les décisions du 29 juin 2018 de la CRC a été un jalon essentiel dans le développement des marchés du haut débit et de la radiodiffusion au cours des quatre dernières années, d'autres

<sup>48</sup> Que ce soit directement ou via les joint-ventures formées avec Eurofiber (Unifiber) et Delta Fiber (Fiberklaar).

<sup>49</sup> Cf. notamment : <https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/niveau-record-des-investissements-sur-le-marche-des-telecoms>, ainsi que l'étude qualitative des réseaux belges publiée par l'IBPT en décembre 2021, de laquelle il ressort que « la couverture des réseaux tant fixes que mobiles en Belgique est bonne à très bonne, notre pays n'étant encore à la traîne que pour la 5G » : <https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/etude-qualitative-de-libpt-du-23-decembre-2021-concernant-les-reseaux-a-haut-debit-fixes-et-mobiles-en-belgique>

<sup>50</sup> [Communication du Conseil de l'IBPT du 3 juin 2022 concernant la situation du marché des communications électroniques et de la télévision \(2021\)](#).

<sup>51</sup> HSBC 13/01/2022 : Belgian telco's.

mesures adoptées ou proposées par l'IBPT ont également contribué à stimuler la concurrence entre opérateurs, à inciter ceux-ci à développer davantage encore leur panel de services ou à encore mieux informer et protéger les consommateurs.

146. Parmi les mesures et actions ayant contribué à développer l'encadrement du marché, à améliorer son fonctionnement et à informer davantage les consommateurs quant aux possibilités, l'on citera notamment :
- 146.1. Le [développement d'Easy Switch](#), une procédure qui réduit les démarches qu'un consommateur doit effectuer lorsqu'il désire changer d'opérateur.
  - 146.2. Le simulateur tarifaire [www.meilleurtarif.be](http://www.meilleurtarif.be), qui permet désormais de traiter les données réelles de consommation d'un utilisateur.
  - 146.3. La publication annuelle d'études ([voir ici celle pour 2021](#) et [son communiqué de presse](#)) exposant les possibilités qu'offre le marché (notamment en termes de prix) afin que les consommateurs en soient informés et puissent, le cas échéant, avoir connaissance des solutions pouvant répondre au mieux à leurs besoins. Ces enquêtes montrent qu'un consommateur peut économiser jusqu'à 215 euros par an en optant pour la meilleure offre disponible.
  - 146.4. La mise à disposition d'outils tels qu'un [baromètre de qualité](#) et des [cartes de couverture fixe et mobile](#). En complément du simulateur tarifaire, ces outils aident le consommateur à comparer les opérateurs et incitent les opérateurs à améliorer leurs performances.
147. Une autre mesure structurante a été l'adoption à l'automne 2021 des arrêtés royaux prévoyant la possibilité pour un quatrième opérateur de réseau mobile d'entrer sur le marché belge. L'organisation par l'IBPT en juin 2022 des enchères prévues par ces arrêtés royaux a vu l'opérateur Citymesh Mobile procéder à l'acquisition du spectre nécessaire pour le déploiement d'un quatrième réseau mobile national en Belgique<sup>52</sup>. Cet opérateur pourrait également apporter de la concurrence dans le segment des offres convergentes. Sa stratégie commerciale reste toutefois inconnue à l'heure actuelle.

## 5.5. Conclusions

148. En conclusion, l'IBPT constate que la régulation de 2018 a produit des effets positifs sur le marché, principalement en termes de diversité des offres proposées et, pour ce qui des services convergents, de valeur que le consommateur reçoit pour son argent. L'IBPT constate cependant également que, d'une part, la dynamique positive observée pour les services convergents ne s'observe pas pour ce qui est des services non-convergents (cf. section 4.4 du présent rapport) et que, d'autre part, le niveau de prix des services haut débit en Belgique (qu'ils soient convergents ou pas) demeure sensiblement supérieur à celui observé dans les pays voisins ainsi que dans la quasi-totalité de l'Union européenne en général (cf. section 4.6 du présent rapport). Des réseaux ouverts et des utilisateurs bien informés restent donc plus que jamais les clés complémentaires pour le développement d'un marché concurrentiel.

---

<sup>52</sup> <https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/la-mise-aux-encheres-du-spectre-radioelectrique-rapporte-12-milliard-deuros>

Axel Desmedt  
Membre du Conseil

Bernardo Herman  
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren  
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen  
Président du Conseil

## Annexe 1. Analyse des profils de consommateurs – Méthodologie

149. L'analyse des profils de consommateurs utilisée dans ce document reprend la méthodologie déjà appliquée et détaillée par l'IBPT dans [la comparaison internationale de prix](#) publiée en décembre 2021 et [la comparaison nationale](#) présentée en février 2022.
150. L'analyse des profils de consommateurs part de la demande des consommateurs et des besoins télécoms que ceux-ci veulent satisfaire. Ces besoins sont chaque fois considérés comme étant un minimum à satisfaire, c.-à-d. que toute offre répondant à ces besoins (y compris lorsqu'elle inclut davantage de services ou de volumes que nécessaire) est identifiée comme acceptable pour le consommateur. Celui-ci, dans cette étude, portera ensuite son choix sur l'offre dont le prix est le moins élevé parmi toutes celles possibles.
151. A titre d'exemple, on prendra le cas d'un consommateur dont les besoins sont de disposer d'une connexion haut débit d'au moins 50 Mbps avec volume illimité et d'un service de télévision avec au moins 30 chaînes accessibles via décodeur. En Q2 2022, les packs les moins chers répondant à ces besoins sont, par opérateur pris en compte de cette analyse :

Opérateur	Prix mensuel du pack le moins cher disponible	Caractéristiques du pack le moins cher disponible
Proximus	64 €	Pack 2P BB TV Flex , 100 Mbps, 80 chaînes
Scarlet	40 €	Pack 3P BB TV FT Trio, 50 Mbps, 33 chaînes
M. Vikings	Pas de service TV disponible	
Telenet	87,1 €	Pack 2P BB TV All + TV Iconic, 300 Mbps, 80 chaînes
Tadaam	Pas de solution avec décodeur (TV par app seulement)	
VOO	61 €	Pack 2P BB TV Duo Relax, 125 Mbps, 80 chaînes
Zuny	Pas de solution avec décodeur (TV par app seulement)	
Orange	59 €	Pack 2P BB TV, 150 Mbps BB + TV, 70 chaînes

Comme le montre ce tableau, le pack le moins onéreux pour le profil de consommateur retenu dans cet exemple est celui 3P BB TV FT Trio de Scarlet à 40 euros par mois.

152. La même approche est répétée pour cent profils en fonction de 4 paramètres essentiels :
  - 152.1. Le nombre de services télécom (« x-P ») voulus : internet fixe haut débit (« BB »), télévision (« TV »), téléphonie fixe (« FT ») et/ou téléphonie mobile (« Mob »).
  - 152.2. La vitesse minimale internet fixe requise (10 Mbps, 50 Mbps, 100 Mbps ou 200 Mbps)
  - 152.3. Le volume internet minimal requis (50 GB, 150 GB, Illimité)
  - 152.4. Le nombre minimal de chaînes de télévision requis (30 ou 50).
  - 152.5. Les valeurs-pivots retenues pour chaque paramètre ont été établies à partir des observations de marché présentées au chapitre 3 de la présente communication.
  
153. Pour les besoins convergents (c.-à-d. incluant une composante mobile), le besoin en data a été systématiquement fixé à 5 GB par mois. Ce volume correspond à la consommation moyenne des utilisateurs belges en 2021 (cf. [Rapport statistique annuel 2021 de l'IBPT](#)). Des analyses de sensibilité ont en outre fait varier ce paramètre de manière à observer quels résultats seraient obtenus si le volume data mobile requis était plus ou moins élevé que cette valeur (cf. paragraphes 90 et 106). Le besoin d'un certain nombre de minutes d'appel (fixé ici à 90 minutes) a également été intégré de manière à ce que ce paramètre ne soit pas négligé.
  
154. Afin que les résultats obtenus soient représentatifs du marché et ne soient pas influencés par des offres de niche ne représentant au cours de la période étudiée qu'une petite fraction des consommateurs dans leur ensemble, une série d'autres conditions ont été prises en compte. Ces conditions ont été présentées au paragraphe 71 et sont rappelées ici :
  - 154.1. Les opérateurs retenus pour cette analyse sont ceux ayant au moins 5% de parts de marché fin 2021 : Proximus (marques Proximus, Scarlet et Mobile Vikings), Telenet (marques Telenet et Tadaam), VOO (marques VOO et Zuny) et Orange (marque Orange).
  - 154.2. Ne sont repris dans cette étude ni les packs basés sur des technologies d'accès FWA et Fibre (qui représentent ensemble moins de 5% des lignes haut débit commercialisées fin 2021), ni ceux pour lesquels le service TV n'est accessible que par application et non par décodeur (1% du marché). Ces dispositions ne valent que dans le cadre de la présente analyse rétrospective et ne présument en rien des développements futurs que ces services pourraient connaître auprès des consommateurs.
  
155. A partir des paramètres et de ces conditions, une analyse identique à celle présentée au paragraphe 151 est menée pour l'ensemble des profils considérés. Dans le cas de besoins 2P BB TV, le résultat de cette analyse est résumé pour la Flandre dans le tableau ci-après, lequel montre l'évolution entre Q1 2018 et Q2 2022 du montant le moins cher qu'un consommateur doit payer pour un pack satisfaisant à ses besoins. A titre illustratif, on observe ainsi que :
  - 155.1. Un consommateur dont les besoins sont de l'Internet à 50 Mbps, un volume illimité et 30 chaînes de télévision (profil présenté au paragraphe 151 et encadré en bleu dans

le tableau) doit déboursier en Q2 2022 3% de plus que ce qu'il ne devait faire en Q1 2018 pour le pack le moins cher répondant à ses besoins que lui propose le marché.

- 155.2. Un consommateur dont les besoins sont de l'Internet à 200 Mbps, un volume illimité et 50 chaînes de télévision (profil encadré en rouge dans le tableau) peut déboursier en Q2 2022 un montant 7% inférieur à celui du pack le moins cher qui était disponible en Q1 2018 pour satisfaire les mêmes besoins.

Besoins minimaux		Evolution depuis Q1 2018 du montant le moins cher à payer pour un pack répondant aux besoins correspondants :									
Flandre	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 chaînes TV	10%	10%	0%	10%	10%	0%	0%	0%	0%	-7%
	30 chaînes TV	3%	3%	3%	3%	3%	3%	0%	0%	0%	-7%

156. En termes d'opérateurs fournissant le pack le moins cher répondant aux besoins considérés, on observe que, dans le cas du premier exemple pris en compte (encadré en bleu), Scarlet était et demeure le fournisseur le moins cher disponible sur le marché, alors que, dans le cas du second exemple pris en compte (encadré en rouge), Orange est devenu le fournisseur le meilleur marché alors que Telenet l'était en Q1 2018.

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q2 2022									
2022 Q2	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 chaînes TV	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Besoins minimaux		Opérateur offrant le pack le moins cher répondant aux besoins correspondants en Q1 2018									
2018 Q1	Vitesse (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 chaînes TV	Telenet	Telenet	Proximus	Telenet	Telenet	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
	30 chaînes TV	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

157. Précisons pour conclure que :

- 157.1. Comme dans les études portant sur la comparaison internationale et sur la comparaison nationale, le prix des offres télécoms pris en compte est le prix récurrent, c.-à-d. hors promotion.
- 157.2. A la différence des études portant sur la comparaison internationale et sur la comparaison nationale qui intègrent dans leur analyse la possibilité de combiner des services télécoms vendus séparément (par exemple un 2P BB TV avec 1P Mobile pour satisfaire des besoins 3P BB TV Mobile), l'analyse effectuée dans cette communication ne prend en compte que les offres groupées (« packs ») spécifiquement commercialisées par les opérateurs. La raison de cette différence d'approche tient au fait que l'objectif des comparaisons internationale et nationale est avant tout à montrer au consommateur l'ensemble des solutions que lui offre le marché dans sa globalité (services fixes et mobiles), tandis que celui de la présente analyse est d'illustrer l'évolution des prix et caractéristiques des packs télécoms dans le cadre des marchés spécifiques du haut débit et de la télévision.

## Annexe 2. Analyse des packs commercialisés

158. Alors que l'analyse des profils de consommateurs prend comme point de départ la demande pour des services télécoms, l'analyse des packs commercialisés se place du côté de l'offre et décrit la manière dont les opérateurs ont fait évoluer leur gamme de produits, tant d'un point de vue du prix que des caractéristiques techniques.
159. Pour procéder à ce type d'analyse, l'IBPT procède au suivi trimestriel des portefeuilles de services commercialisés par les opérateurs et collecte une série d'informations à leur propos, dont :
- 159.1. Leur prix mensuel hors promotion
  - 159.2. Le nombre et le type de « x-P » inclus dans le service
  - 159.3. Le débit internet descendant
  - 159.4. Le volume internet autorisé
  - 159.5. La technologie d'accès utilisée
  - 159.6. Le nombre de chaînes de télévision incluses dans les packs concernés
  - 159.7. La manière dont le service de télévision est accessible (via décodeur ou par application)
  - 159.8. Le nombre de minutes d'appel mobile incluses dans le pack
  - 159.9. Le volume de data mobile inclus dans le pack
  - 159.10. Etc.
160. L'analyse des packs commercialisés porte principalement sur les packs « de base » vendus par les opérateurs, c.-à-d. les offres que ceux-ci mettent principalement en avant, avant la prise en compte de toute option supplémentaire telle qu'un débit internet ultra-rapide<sup>53</sup>, souvent qualifié de « boosté ».
161. Comme il apparaît dans les analyses effectuées au chapitre 4 du présent document, les portefeuilles de services des opérateurs peuvent évoluer de manière très différente, avec, d'un côté, des portefeuilles de services très stables pour lesquels, malgré d'éventuels changements marketing, une continuité forte peut être établie au fil du temps pour la plupart des produits, et, inversement, des portefeuilles de produits ayant connu de profonds chamboulements au cours de la période écoulée. Dans les deux cas, les analyses effectuées au chapitre 4 indiqueront clairement comment les produits considérés ont évolué et de quelle manière les résultats obtenus doivent être interprétés.

---

<sup>53</sup> Ces services internet ultra-rapide, souvent qualifiés de « boostés », concernent des vitesses pouvant aller en Q2 2022 jusqu'à 1 Gbps. Leur évolution depuis Q1 2018 est analysé au paragraphe 105, dans le cadre de l'étude des packs 4P, mais vaut pour l'ensemble des x-P. Fin 2021, ces packs « boostés » représentaient moins de 5% du marché.