

ENQUÊTE

EMOUELE

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

Données récoltées de fin mars à mi-juin 2014
Rapport réalisé pour :



Préambule

Cette étude présente une photographie du marché des télécommunications en Belgique vu par ses utilisateurs en 2014. L'utilisation des télécommunications, la perception des opérateurs et l'attitude des consommateurs y sont analysées.

Ce rapport est basé sur des données récoltées auprès d'un échantillon représentatif de 1217 utilisateurs provenant des trois Régions du pays afin d'obtenir une image fiable de l'ensemble de la Belgique.

Les résultats montrent un marché dominé par les opérateurs historiques dans lequel les quatre services les plus utilisés sont le téléphone mobile, la télévision, l'Internet à domicile et le téléphone fixe. Le taux d'utilisation des services varie principalement en fonction de l'âge des utilisateurs.

Ces utilisateurs de service de télécommunication sont avant tout sensibles aux critères économiques mais ne font pas pleinement jouer la concurrence ; ainsi, moins de la moitié comparent réellement les offres.

Les utilisateurs se montrent par contre actifs lorsqu'ils rencontrent un problème tel qu'une interruption du service : dans la majorité des cas, ils entament alors des démarches concrètes pour résoudre le problème.

Enfin, on observe également que les utilisateurs sont parfois gênés par la complexité du monde des télécommunications et ont le sentiment d'être mal informés sur leurs droits.

Le tableau du monde des télécommunications brossé en quelques lignes ici est détaillé et nuancé dans ce rapport.

Une enquête similaire a été réalisée en 2012 et 2013. Les résultats généraux sont donc comparés à ceux des années précédentes.

Cette étude s'articule autour de 6 grandes thématiques d'analyse : l'utilisation des services de télécommunication ; la satisfaction des utilisateurs et les éventuels problèmes rencontrés par ceux-ci ; la comparaison entre les offres ; le changement d'opérateur ; l'information et la responsabilisation des consommateurs ; et enfin, les services qui relèvent du service universel.

Table des matières

Préambule	1
Table des matières	3
Liste des graphiques	7
Liste des tables	11
1. Introduction.....	13
1.1. Objectifs.....	13
1.2. Intervenants	14
1.3. Organisation de l'enquête.....	14
1.4. Structure du questionnaire	15
1.5. Processus de récolte des données	16
1.6. Nettoyage et validation des données.....	16
1.7. Taux de réponse	17
1.8. Représentativité de l'échantillon	18
1.9. Note méthodologique	19
2. Utilisation des télécommunications.....	27
2.1. Équipements et services de télécommunications utilisés.....	27
2.2. Utilisation de services dans une offre groupée ou bundle	37
2.3. Équipements et services de télécommunications utilisés dans un pack ou bundle	40
2.4. Opérateurs de télécommunications concernés	44
2.5. Le consommateur utilise-t-il un abonnement ou une carte prépayée pour la téléphonie mobile ?	50
2.6. Utilisation de la téléphonie par Internet pour des appels nationaux	52
2.7. Fréquence d'utilisation de la téléphonie par Internet pour des appels nationaux.....	53
2.8. Le consommateur utilise-t-il l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur Internet à domicile?	55
2.9. Conclusions sur l'utilisation des télécommunications	57
3. Satisfaction, confiance et problèmes rencontrés.....	58
3.1. Les consommateurs pensent-ils bénéficier de l'offre la moins chère du marché?.....	58
3.2. Confiance quant au respect des droits, à l'information et à la fiabilité de la facturation.....	60
3.3. Degré de satisfaction par rapport aux services et aux prix	64
3.4. Vitesse de connexion correspondant à la vitesse annoncée	68
3.5. Les consommateurs ont-ils eu des problèmes avec leur(s) opérateur(s) au cours des trois dernières années?	70

3.6.	Services avec lesquels il y a eu des problèmes	72
3.7.	Types de problèmes rencontrés auprès des opérateurs.....	77
3.8.	Les consommateurs qui ont eu des problèmes avec leur opérateur au cours des trois dernières années ont-ils entrepris des démarches?	83
3.9.	Types de démarches entreprises suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs .	85
3.10.	Raisons pour lesquelles aucune démarche n'a été entreprise suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs	87
3.11.	Le consommateur est-il au courant de la possibilité de recevoir une indemnité après une coupure ?.....	89
3.12.	Conclusions sur la satisfaction, la confiance et les problèmes rencontrés	91
4.	Comparaison des offres et des opérateurs	92
4.1.	Compare-t-on les offres avant de choisir un opérateur?	92
4.2.	Facilité de comparaison des services et des prix	94
4.3.	Sources d'information pour la comparaison des opérateurs.....	97
4.4.	Critères de choix d'un opérateur.....	101
4.5.	Comment le consommateur a-t-il déterminé la vitesse de connexion dont il a besoin? ...	107
4.6.	Consultation des sites de comparaison des coûts et des services	111
4.7.	Utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT.....	113
4.8.	Dernière utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT	115
4.9.	Facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT.....	117
4.10.	Les consommateurs qui ont utilisé le comparateur tarifaire de l'IBPT ont-ils ensuite changé de plan tarifaire ou d'opérateur?	118
4.11.	Conclusions sur la comparaison des offres et des opérateurs.....	120
5.	Changement d'opérateur	121
5.1.	Les consommateurs ont-ils changé d'opérateur au cours des trois dernières années?	121
5.2.	Facilité de changer d'opérateur	127
5.3.	Raisons pour n'avoir pas changé d'opérateur depuis 3 ans.....	132
5.4.	Raisons pour lesquelles les consommateurs ont changé d'opérateur au cours des trois dernières années.	136
5.5.	Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur	138
5.6.	Conclusions sur les changements d'opérateur.....	140
6.	Information et responsabilisation du consommateur	142
6.1.	Sentiment d'être bien informé en ce qui concerne ses droits	142
6.2.	Le consommateur est-il au courant de l'obligation de l'opérateur de proposer annuellement un tarif adapté au profil moyen de consommation?	144

6.3.	L'opérateur a-t-il proposé un tarif adapté au profil moyen de consommation?	146
6.4.	Le consommateur a-t-il déjà changé de plan tarifaire suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation?	147
6.5.	Raisons pour lesquelles le consommateur n'a pas changé de plan tarifaire suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation.....	149
6.6.	Le consommateur est-il au courant de la date de fin de ses contrats à durée déterminée? 151	
6.7.	Le consommateur sait-il identifier des numéros surtaxés?	153
6.8.	Le consommateur est-il au courant de la possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe quand on change d'opérateur?	156
6.9.	Le consommateur est-il au courant de la possibilité de conserver son numéro de GSM quand on change d'opérateur?.....	158
6.10.	Le consommateur sait-il qu'il peut conserver l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur Internet à domicile lorsqu'il change d'opérateur?	160
6.11.	Le consommateur sait-il à quelles conditions il peut résilier son abonnement GSM sans frais? 162	
6.12.	Le consommateur sait-il quand il peut résilier son abonnement GSM sans frais?	164
6.13.	Le consommateur sait-il quelle est la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter ses e-mails à domicile?	166
6.14.	Conclusions sur l'information du consommateur	169
7.	Le Service universel	171
7.1.	Que consulte-t-on lorsque l'on cherche un numéro de téléphone?.....	171
7.2.	Fréquence de consultation des pages d'information des annuaires papier	177
7.3.	Fréquence d'utilisation des services de renseignements.....	178
7.4.	Connaissance des conditions d'accès au tarif social	180
7.5.	Personnes bénéficiaires du tarif social.....	182
7.6.	Conclusions sur le Service universel.....	184
8.	Annexe : Tableau comparatif des questionnaires et des chiffres 2012, 2013 et 2014	184
	Tableau comparatif des questionnaires et des chiffres 2012, 2013 et 2014	185

Liste des graphiques

Figure 1 : Equipements ou services de télécommunications utilisés en 2012, 2013 et 2014.....	28
Figure 2 : Différences partiellement dues à la traduction de "en déplacement" par "mobiel" (2012-2013) et "onderweg" (2014) par langue du questionnaire et par année	30
Figure 3 : Équipements ou services de télécommunications utilisés par âge.....	31
Figure 4 : Équipements ou services de télécommunications utilisés par Région	33
Figure 5 : Principales combinaisons d'équipements ou services utilisés	34
Figure 6 : Principales combinaisons d'équipements ou services utilisés par âge	36
Figure 7 : Services dans une offre groupée en 2013 et 2014.....	37
Figure 8 : Services dans une offre groupée selon la définition IBPT en 2013 et 2014.....	39
Figure 9 : Services dans une offre groupée selon la définition IBPT par âge	40
Figure 10 : Équipements ou services de télécommunications déclarés dans un pack en 2014	42
Figure 11 : Équipements ou services de télécommunications déclarés dans un pack (adapté à la définition IBPT des bundles) en 2014.....	43
Figure 12 : Proportions d'inclusion des équipements ou services de télécommunications dans un bundle en 2014.....	44
Figure 13 : Opérateurs de télécommunications en 2014.....	45
Figure 14 : Opérateurs de télécommunications par Région	47
Figure 15 : Principales combinaisons d'opérateurs de télécommunications.....	49
Figure 16 : Formule de téléphonie mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile en 2012, 2013 et 2014.....	51
Figure 17 : Formule de téléphonie mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile par âge.....	52
Figure 18 : Destination des appels via la téléphonie par Internet (VoIP) en 2014.....	53
Figure 19 : Fréquence d'utilisation de la téléphonie par Internet pour des appels nationaux en 2014.....	54
Figure 20 : Utilisation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile en 2012, 2013 et 2014	55
Figure 21 : Utilisation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile	56
Figure 22 : Bénéficie de l'offre la moins chère du marché en 2012, 2013 et 2014.....	59
Figure 23 : Bénéficie de l'offre la moins chère du marché par âge.....	60
Figure 24 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits.....	61
Figure 25 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par âge.....	63
Figure 26 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par Région.....	64
Figure 27 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs.....	65
Figure 28 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs par âge.....	67
Figure 29 : Degré de satisfaction par rapport aux services et degré de satisfaction par rapport aux tarifs chez votre opérateur et degré de satisfaction par rapport aux tarifs sur le marché par Région	68
Figure 30 : Correspondance entre vitesses de connexion réelle et annoncée en 2012, 2013 et 2014	69
Figure 31 : Problème au cours des trois dernières années en 2012, 2013 et 2014	70
Figure 32 : Problème au cours des trois dernières années par âge	71

Figure 33 : Problème au cours des trois dernières années par Région.....	72
Figure 34 : Service(s) qui ont posé problème parmi ceux qui ont déclaré un/des problème(s) en 2013 et 2014.....	73
Figure 35 : Proportions d'utilisateurs d'équipement ou de service ayant rencontré un/des problème(s)	74
Figure 36 : Principales combinaisons de services pour le(s)quel(s) un problème a été déclaré (% parmi ceux qui ont rencontré des problèmes)	76
Figure 37 : Nature des problème(s) rencontré(s) parmi ceux qui ont eu un/des problème(s).....	78
Figure 38 : Nature des problème(s) rencontré(s) parmi ceux qui ont eu un/des problème(s) en 2014 par âge.....	80
Figure 39 : Principales combinaisons de types de problèmes rencontrés auprès des opérateurs.....	82
Figure 40 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation en fonction du fait d'avoir déjà	83
Figure 41 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) parmi ceux qui ont eu un/des	84
Figure 42 : Démarches entreprises suite à un problème parmi ceux qui ont eu un/des problème(s) et	86
Figure 43 : Raison(s) de l'absence de démarche parmi ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et n'ont pas entrepris de démarche en 2012, 2013 et 2014	88
Figure 44 : Indemnités en cas de problème de coupure en 2013 et 2014.....	90
Figure 45 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs en 2012, 2013 et 2014	93
Figure 46 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs par âge	94
Figure 47 : Facilité de comparaison des prix et des services en 2012, 2013 et 2014	95
Figure 48 : Facilité de comparaison des prix et facilité de comparaison des services par âge	96
Figure 49 : Facilité de comparaison des prix et des services en fonction de l'expérience de comparaison entre les offres des différents opérateurs.....	97
Figure 50 : Sources d'information pour la comparaison des opérateurs parmi ceux qui comparent ..	98
Figure 51 : Sources d'information pour la comparaison des opérateurs par âge.....	100
Figure 52 : Critères de choix d'un opérateur en 2012, 2013 et 2014.....	102
Figure 53 : Critères de choix d'un opérateur par âge.....	104
Figure 54 : Principales combinaisons de critères de choix d'un opérateur.....	105
Figure 55 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs en fonction du/des critère(s) de choix de l'opérateur	106
Figure 56 : Critères de détermination de la vitesse de connexion requise parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile en 2012, 2013 et 2014	108
Figure 57 : Critères de détermination de la vitesse de connexion requise parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge	110
Figure 58 : Fréquence de comparaison des coûts en 2012, 2013 et 2014.....	112
Figure 59 : Connaissance et usage du comparateur tarifaire de l'IBPT en 2012, 2013 et 2014.....	113
Figure 60 : Connaissance et usage du comparateur tarifaire de l'IBPT par âge.....	114
Figure 61 : Connaissance et usage du comparateur tarifaire de l'IBPT par Région	115
Figure 62 : Dernier usage du comparateur tarifaire de l'IBPT en 2013 et 2014	116
Figure 63 : Pertinence des résultats et facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT	117

Figure 64 : Changement de plan tarifaire et/ou d'opérateur suite à l'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT parmi ceux qui ont utilisé le simulateur en 2012, 2013 et 2014	119
Figure 65 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en 2012, 2013 et 2014	122
Figure 66 : Changement d'opérateur de téléphonie fixe ces trois dernières années en 2014	123
Figure 67 : Changement d'opérateur de téléphonie mobile ces trois dernières années en 2014.....	124
Figure 68 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années par âge	125
Figure 69 : Changement d'opérateur de téléphonie fixe ces trois dernières années par âge	126
Figure 70 : Changement d'opérateur de téléphonie mobile ces trois dernières années par âge.....	127
Figure 71 : Facilité de changer d'opérateur en 2012, 2013 et 2014	128
Figure 72 : Facilité de changer d'opérateur (sans précision du service) en fonction de l'expérience du changement d'opérateur	130
Figure 73 : Facilité de changer d'opérateur de téléphonie fixe en fonction de l'expérience du changement d'opérateur de téléphonie fixe	131
Figure 74 : Facilité de changer d'opérateur de téléphonie mobile en fonction de l'expérience du changement d'opérateur de téléphonie mobile	132
Figure 75 : Raisons pour n'avoir pas changé d'opérateur parmi ceux qui n'ont pas changé depuis 3 ans	134
Figure 76 : Raisons pour avoir changé d'opérateur parmi ceux qui ont changé depuis 3 ans.....	137
Figure 77 : Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur en 2012, 2013 et 2014	139
Figure 78 : Sentiment d'être bien informé sur ses droits en 2012, 2013 et 2014.....	143
Figure 79 : L'opérateur est tenu de proposer un plan tarifaire adapté au profil moyen de consommation.....	144
Figure 80 : L'opérateur est tenu de proposer un plan tarifaire adapté au profil moyen de consommation.....	145
Figure 81 : L'opérateur a déjà proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation	146
Figure 82 : L'opérateur a déjà proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation par Région	147
Figure 83 : Changement de plan tarifaire suite à une proposition basée sur le profil moyen de consommation parmi ceux qui ont reçu cette proposition en 2012, 2013 et 2014	148
Figure 84 : Raisons pour ne pas avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition adaptée au profil moyen de consommation en 2012, 2013 et 2014	150
Figure 85 : Date de fin de contrat en 2012, 2013 et 2014	152
Figure 86 : Numéros surtaxés en 2012, 2013 et 2014	154
Figure 87 : Principales combinaisons de numéros surtaxés.....	155
Figure 88 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe en 2012, 2013 et 2014	157
Figure 89 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile en 2012, 2013 et 2014	158
Figure 90 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile par âge	159
Figure 91 : Conservation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile en 2012, 2013 et 2014	161
Figure 92 : Résiliation d'un abonnement mobile sans frais parmi les utilisateurs de téléphone mobile	163

Figure 93 : Durée minimum avant de pouvoir résilier son contrat GSM en 2013 et 2014	165
Figure 94 : Durée minimum avant de pouvoir résilier son contrat GSM par âge	166
Figure 95 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et consulter des e-mails parmi les utilisateurs d'Internet à domicile en 2012, 2013 et 2014	167
Figure 96 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et consulter des e-mails parmi les utilisateurs d'Internet à domicile par âge	168
Figure 97 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et consulter des e-mails parmi les utilisateurs d'Internet à domicile par sexe	169
Figure 98 : Solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone en 2012, 2013 et 2014.....	172
Figure 99 : Principales combinaisons de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone	174
Figure 100 : solutions pour chercher un numéro en 2012, 2013 et 2014.....	175
Figure 101 : Analyse par âge des combinaisons de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone par âge	176
Figure 102 : Consultation des pages d'information des annuaires papier en 2012, 2013 et 2014.....	177
Figure 103 : Consultation des pages d'information des annuaires papier par âge.....	178
Figure 104 : Appel au service de renseignements ces 3 dernières années en 2012, 2013 et 2014....	179
Figure 105 : Appel au service de renseignements ces 3 dernières années par âge.....	180
Figure 106 : Conditions qui permettent de bénéficier du tarif social en 2012, 2013 et 2014	181
Figure 107 : Bénéficie d'un tarif social en 2012, 2013 et 2014	183

Liste des tables

Table 1 : Nombre d'équipements ou services de télécommunications utilisés.....	33
Table 2 : Nombre d'équipements ou services de télécommunications déclarés dans un pack	41
Table 3 : Nombre d'opérateurs utilisés	48
Table 4 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits en 2014	61
Table 5 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs en 2014	65
Table 6 : Correspondance entre vitesses de connexion réelle et annoncée en 2014.....	69
Table 7 : Nombre d'équipements ou services de télécommunications qui ont posé problème	75
Table 8 : Nombre de problèmes rencontrés au cours des 3 dernières années	81
Table 9 : Nombre de démarches entreprises pour résoudre les problèmes	87
Table 10 : Nombre de raisons pour lesquelles aucune démarche n'a été entreprise	89
Table 11 : Facilité de comparaison des prix et des services en 2014	95
Table 12 : Nombre de sources d'information pour la comparaison des offres des opérateurs	101
Table 13 : Nombre de critères de choix de l'opérateur	105
Table 14 : Nombre de paramètres qui ont déterminé le choix de la vitesse de connexion	111
Table 15 : Pertinence des résultats et facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT en 2014	117
Table 16 : Facilité de changer d'opérateur (question générale) en 2014	128
Table 17 : Facilité de changer d'opérateur de téléphonie fixe en 2014.....	128
Table 18 : Facilité de changer d'opérateur de téléphonie mobile en 2014	129
Table 19 : Nombre de raisons pour lesquelles il n'y a pas eu changement d'opérateur	135
Table 20 : Nombre de raisons pour lesquelles il y a eu changement d'opérateur	138
Table 21 : Nombre de solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur.....	140
Table 22 : Sentiment d'être bien informé sur ses droits en 2014	143
Table 23 : Nombre de raisons pour lesquelles il n'y a pas eu de changement de plan tarifaire sur base du profil moyen de consommation	151
Table 24 : Nombre de possibilités de trouver la date de fin de contrat	153
Table 25 : Nombre numéros surtaxés dans la liste (à l'exclusion de la réponse Ne sait pas)	155
Table 26 : Nombre de possibilités de résilier son abonnement mobile sans frais (hors Ne sait pas) .	164
Table 27 : Nombre de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone	173
Table 28 : Nombre de conditions qui permettent de bénéficier du tarif social.....	182

1. Introduction

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

En matière de promotion des intérêts des utilisateurs, les objectifs visés par le plan stratégique de l'IBPT pour la période 2014-2016 sont : la transparence des tarifs, leur comparaison aisée, des conditions contractuelles lisibles qui sont les éléments clés de la protection à laquelle le consommateur aspire dans ses rapports avec son fournisseur. Ceci s'inscrit dans la continuité du plan stratégique 2011-2013 qui avait pour objectifs principaux de :

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

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

Parvenir à comprendre les comportements des utilisateurs sur le marché belge des communications électroniques constitue donc une étape importante pour mettre en œuvre et adapter l'action de l'IBPT. Dans ce but, suite à l'appel d'offre G&N\YDL\2011\01, l'IBPT a désigné l'Université catholique de Louvain (UCL) pour la réalisation pendant trois ans (2012, 2013, 2014) d'une enquête concernant la situation du marché belge des communications électroniques du point de vue des utilisateurs.

1.1. Objectifs

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

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

- Comment se comportent les utilisateurs sur le marché belge des télécommunications et en

particulier concernant notamment le degré de participation des utilisateurs sur le marché, le changement d'opérateur, la comparaison des offres, le degré de satisfaction ?

- L'utilisateur belge a-t-il les outils nécessaires pour faire des choix informés en ce qui concerne les services de communications électroniques ?
- Les utilisateurs sont-ils suffisamment informés quant aux possibilités offertes par le marché et quant à leurs droits?
- Quelles sont les variables sur lesquelles l'action de l'IBPT doit se concentrer en vue de rendre le marché plus « fluide » et de permettre aux utilisateurs d'avoir un marché qui fonctionne correctement en termes de prix, de choix et d'innovation ?
- Quel regard portent les utilisateurs belges sur l'action du régulateur en matière de protection du consommateur ?

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

1.2. **Intervenants**

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

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

1.3. **Organisation de l'enquête**

L'enquête a été menée à trois reprises, successivement en mars 2012, mars 2013 et mars 2014. Les données présentées dans ce rapport sont les résultats de la troisième vague de questionnaires envoyés en mars 2014.

Les questionnaires de la troisième vague ont été envoyés à 4905 personnes à la suite d'un tirage aléatoire au sein du Registre National des Personnes Physiques. Le questionnaire (voir annexe 1) était mis en forme pour une lecture optique. Il a été envoyé, accompagné d'une enveloppe « port payé par le destinataire » pour permettre un retour gratuit du questionnaire complété. Cet envoi fut réceptionné par le Registre National afin de répondre aux exigences de confidentialité.

Afin d'améliorer le taux de réponse, un incitant (chèque Cadeau Pass Sodexo©) a été attribué par tirage au sort à un répondant sur 10. Pour participer à ce tirage au sort, les répondants qui le souhaitaient ont indiqué leurs coordonnées sur une feuille jointe « Participation au tirage » et l'ont glissée dans l'enveloppe avec leur questionnaire complété. Cette feuille a été séparée du questionnaire dès l'ouverture des enveloppes sous le contrôle d'un fonctionnaire du Registre National. De la sorte, l'identité des participants ne pourra en aucun cas être reliée aux réponses.

1.4. Structure du questionnaire

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

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

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

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

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

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

Le questionnaire est repris en Annexe 1. Pour plus de lisibilité, le rapport d'analyse a été structuré autour de 6 grandes thématiques : L'utilisation des services de télécommunication ; la satisfaction et les éventuels problèmes rencontrés ; la comparaison entre les offres ; le changement d'opérateur ; l'information et la responsabilisation ; et, enfin, les services qui relèvent du service universel. Le numéro original de la question est toujours précisé au début de chaque analyse.

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

Le questionnaire 2014 est une version revue et améliorée des questionnaires des années précédentes. Lorsqu'une nouvelle question est ajoutée, cela a été indiqué clairement dans l'analyse, sous la description de la question. De même, lorsque certains items de réponse ont été modifiés ou ajoutés, ceci est détaillé en note de bas de page dans l'analyse générale de la question.

1.5. Processus de récolte des données

Sur la base du plan de sondage décrit ci-après, 4905 questionnaires ont été envoyés entre le 10 mars et le 14 mars 2014. Une lettre de rappel a été envoyée le 31 avril 2014. Après réception de cette lettre, 53 personnes ont pris contact avec nous pour obtenir une nouvelle copie du questionnaire car elles avaient égaré l'original. Les derniers questionnaires remplis ont été réceptionnés début juin 2014.

Les questionnaires remplis étaient à renvoyer dans une enveloppe préaffranchie au Registre National afin de garantir l'anonymat des participants au tirage de l'incitant. Environ **69%** des répondants ont joint le bon de participation au tirage au sort du Cadeau Pass Sodexo®. Les services du Registre National ont sélectionné aléatoirement 1 participant sur 10 à la fin de la récolte des données. **86** répondants ont ainsi reçu un chèque cadeau Sodexo d'une valeur de 20€.

1.6. Nettoyage et validation des données

1251 questionnaires ont été réceptionnés par le Registre National et scannés par lecture optique. Ensuite, un processus de nettoyage et validation des données a permis de valider 1217 questionnaires. Lors du nettoyage des données, 34 questionnaires ont été complètement enlevés de la base de données car ils présentaient trop d'incohérences et/ou n'étaient pas suffisamment, voire pas du tout complétés.

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

1. Cohérence des questions filtres. Par exemple, une question X, crée un filtre pour une question Y : il faut vérifier si le répondant qui a coché « non » en X ne donne aucune réponse en Y par exemple.
2. Validité des réponses exclusives (du type « Ne sait pas », « Pas d'application », etc.).
3. Validité des réponses « Autre » : Si le répondant a coché « Autre », nous avons vérifié que la réponse donnée n'était pas déjà présente dans la liste des propositions de réponse.
4. Vérification de questions-clés. Par exemple, 24 personnes n'ont pas répondu du tout à la question 1.1 : « *Quels équipements ou services de télécommunication utilisez-vous parmi les suivants ?* » Les autres questions du questionnaire ne permettant pas de déduire avec certitude l'utilisation ou non de chaque équipement, ces répondants ont été exclus.
5. Exclusion des questionnaires pour lesquels le répondant a coché presque toutes les réponses des questions avec plusieurs réponses possibles.
6. Exclusion des questionnaires pour lesquels le répondant n'a pas répondu à assez de questions.
7. Analyse longitudinale de chaque répondant : les questionnaires comportant trop d'incohérences ont été exclus.

Un rapport de validation détaillé est disponible sur demande.

1.7. Taux de réponse

Afin de garantir une marge d'erreur maximale de 5% dans chacune des trois Régions du pays, nous avons envoyé 1635 questionnaires par Région (soit 4905 questionnaires au total dans toutes les communes de Belgique) en stratifiant par sexe et par classe d'âge. En retour, nous avons réceptionné et validé 1217 questionnaires, soit un taux de retour de 25%. Ils étaient répartis de la façon suivante par Région :

- Flandre : 459 questionnaires soit un taux de retour de 28%.
- Bruxelles : 334 questionnaires soit un taux de retour de 20%.
- Wallonie : 398 questionnaires soit un taux de retour de 24%.

Le taux de réponse global est de 25% pour un taux de retour attendu de 24%. Le taux de retour obtenu peut donc être considéré comme satisfaisant vu qu'il est légèrement supérieur aux attentes pour l'ensemble du pays ainsi que pour deux des trois Régions du pays. Seule la Région bruxelloise présente un taux de retour légèrement inférieur aux attentes qui se traduira par une marge d'erreur maximale de 5.36% à Bruxelles contre 4.57% en Flandre, 4.91% en Wallonie et 2.81% pour les analyses sur l'ensemble du territoire belge. La marge d'erreur maximale attendue était de 5%.

1.8. Représentativité de l'échantillon

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

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

La représentativité de l'échantillon au niveau des sexes est correcte (Test d'ajustement, $Q=1.91$, $ddl=1$, $p\text{-valeur}=0.167$). Par contre, la représentativité de l'échantillon au niveau des âges pose problème (Test d'ajustement, $Q=59.55$, $ddl=6$, $p\text{-valeur}<0.001$) en raison d'un taux de retour plus important dans certaines tranches d'âge par rapport à d'autres.

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

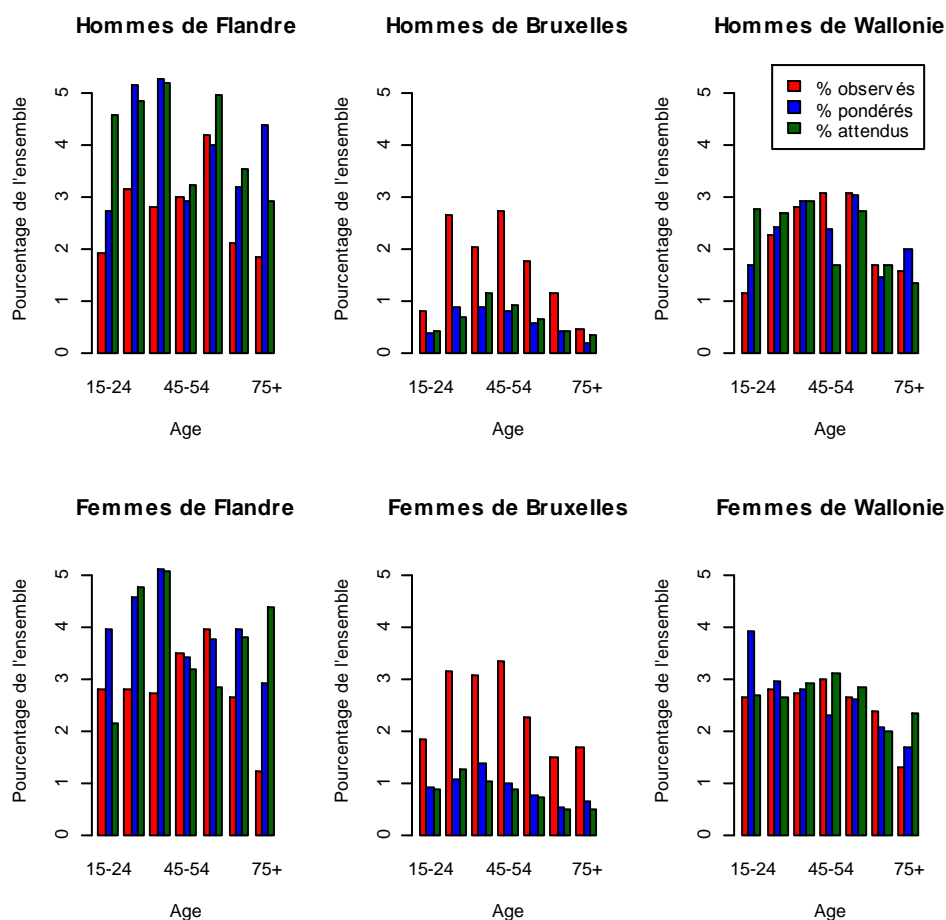


Illustration des pondérations mises en œuvre en 2014

1.9. Note méthodologique

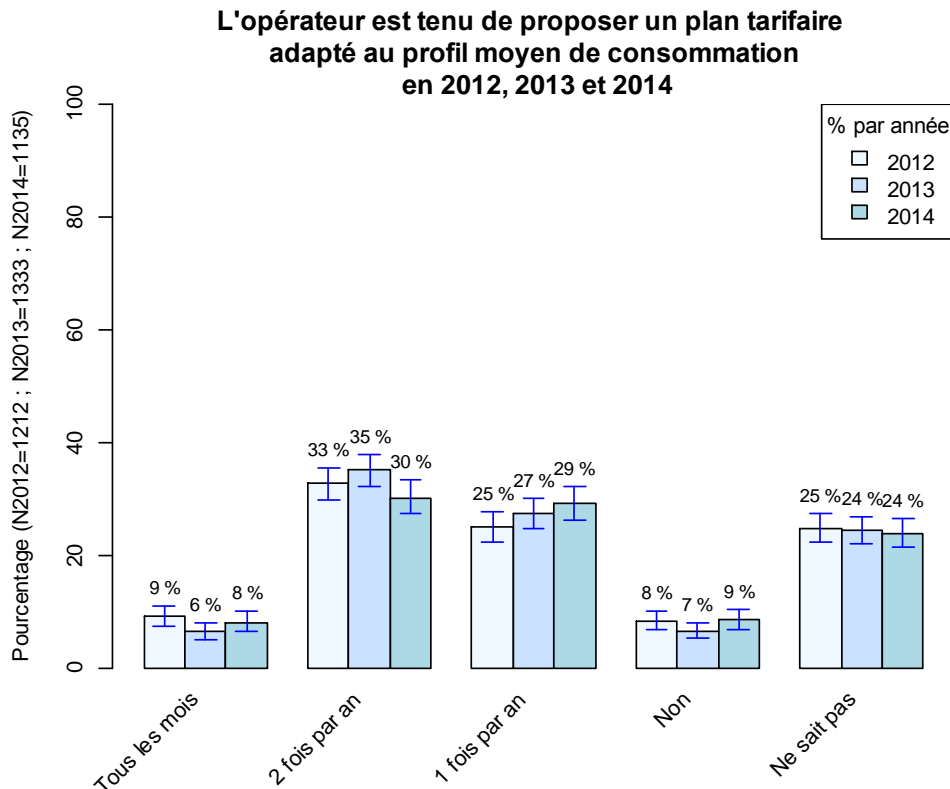
Le questionnaire a été traité question par question et, pour chacune d'elles, plusieurs outils statistiques ont été mobilisés.

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

- Pour les questions avec réponse unique (questions pour lesquelles un seul des items de réponse proposés pouvait être sélectionné par répondant), un diagramme en barres verticales est présenté. La hauteur des barres est proportionnelle au pourcentage indiqué en vis-à-vis.

Les marges d'erreurs sont également indiquées sur les graphes comparatifs d'années. Elles indiquent la zone de confiance dans laquelle se trouve le vrai pourcentage dans la population belge de plus de 15 ans inscrite au Registre National. Ces intervalles sont associés à un niveau de confiance de 95%.

Étant donné qu'une seule réponse est possible par répondant sur ce type de question, la somme de toutes les catégories vaut 100%. Dans le graphe ci-dessous donné à titre d'exemple, la somme des pourcentages par année (par couleur) vaut bien 100%.



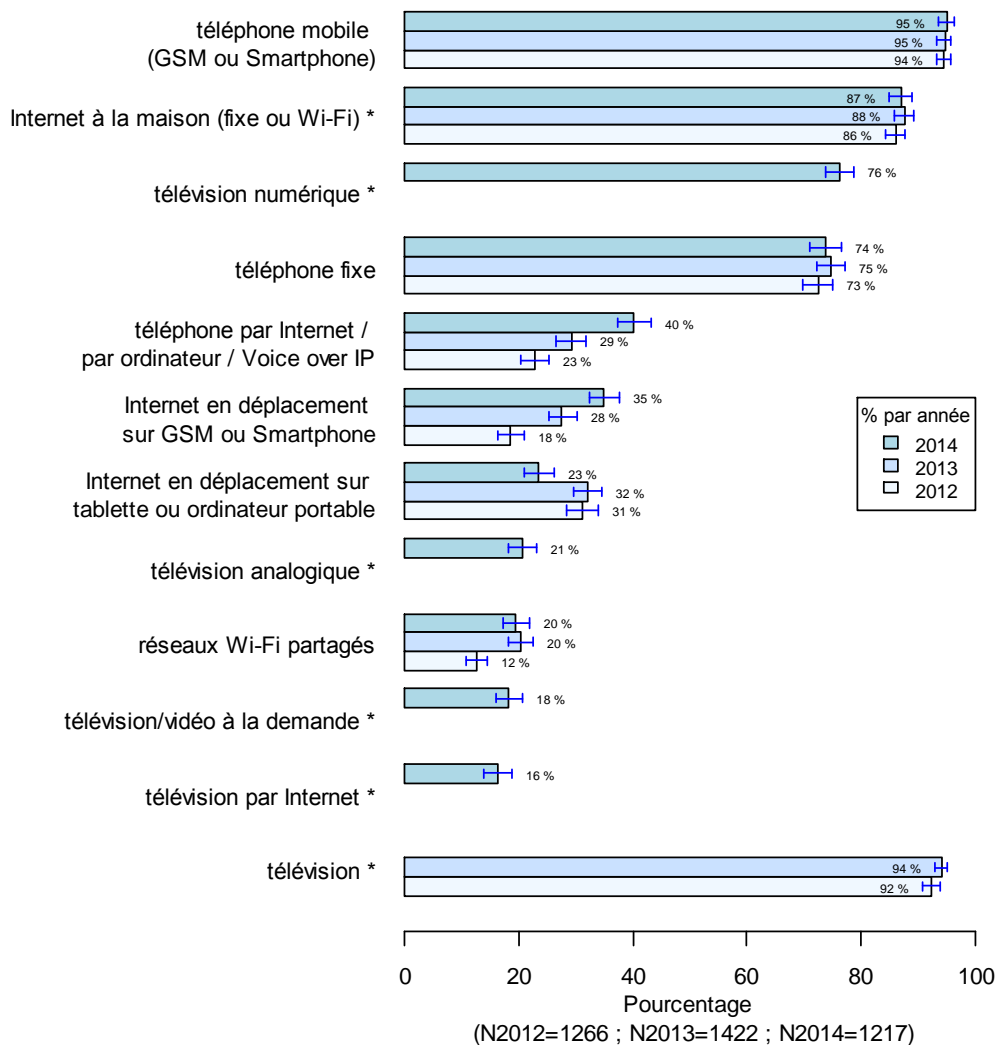
- Pour les questions avec des réponses multiples (questions pour lesquelles un ou plusieurs items de réponse pouvait être sélectionné(s) par répondant), un diagramme en barre avec les pourcentages associés est présenté avec des barres horizontales.

À nouveau, lorsqu'il y a une comparaison entre les années, des marges d'erreur seront indiquées sur les graphes. Elles s'interprètent de la même manière que précédemment.

Étant donné que chaque répondant peut choisir plusieurs réponses, la somme de toutes les catégories est, dans la majorité des cas, supérieure à 100%. Un tableau sous le graphe reprend des statistiques descriptives sur le nombre de réponses choisies par chaque répondant. Les statistiques descriptives comprennent : le minimum, le maximum et les percentiles¹.

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

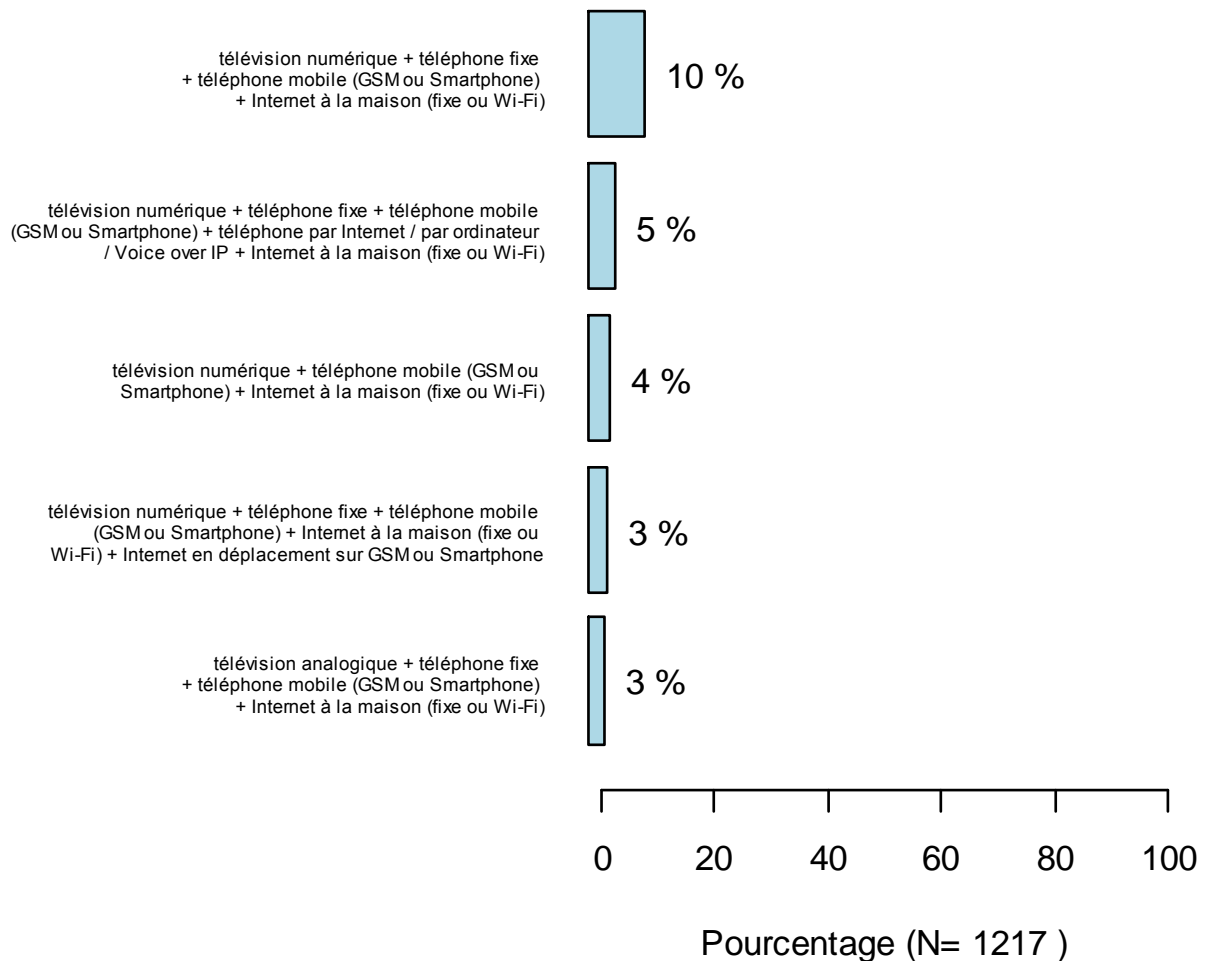
Equipements ou services de télécommunications utilisés en 2012, 2013 et 2014



- Lorsque cela a du sens, les combinaisons de réponses les plus fréquentes sont également listées dans un diagramme en barre à présentation horizontale.

Bien qu'il soit présenté à l'horizontale pour marquer le fait que la question est à réponses multiples, ce second graphique portant sur les combinaisons présente bien des pourcentages indépendants. Autrement dit, un répondant ayant sélectionné l'item A et l'item D se retrouvera comptabilisé dans la barre de la combinaison « A+D » alors que dans le premier graphe, item par item, le répondant était comptabilisé dans les pourcentages des barres A et D. Par exemple, dans le graphe précédent, quelqu'un ayant répondu « GSM ou Smartphone » mais aussi « télévision », « Internet à la maison » et « téléphone fixe » est comptabilisé dans les 95% ayant répondu « téléphone mobile (GSM ou Smartphone) » et dans les 94% ayant répondu « télévision », dans les 88% ayant répondu « Internet à la maison » et dans les 75% ayant répondu « téléphone fixe ». Par contre, dans le graphe ci-dessous, cette même personne sera comptée uniquement dans les 21% de la barre « télévision + téléphone fixe + téléphone mobile (GSM ou Smartphone) + Internet à la maison ».

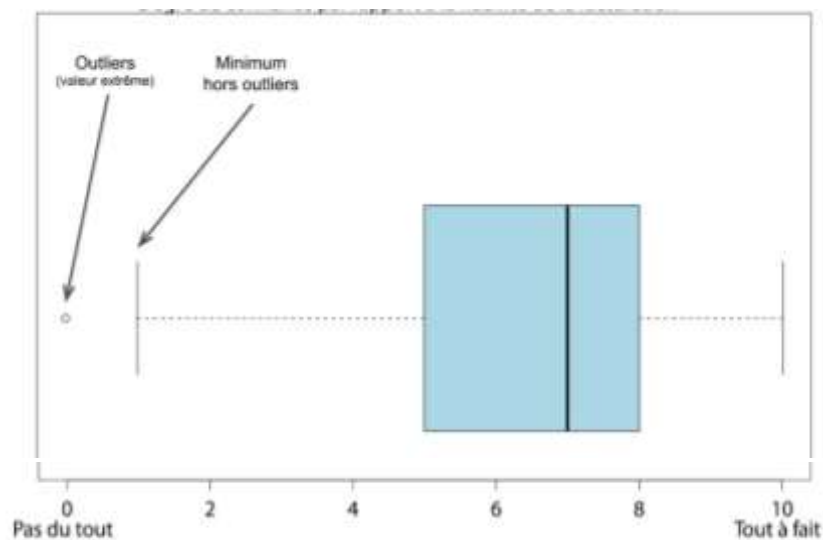
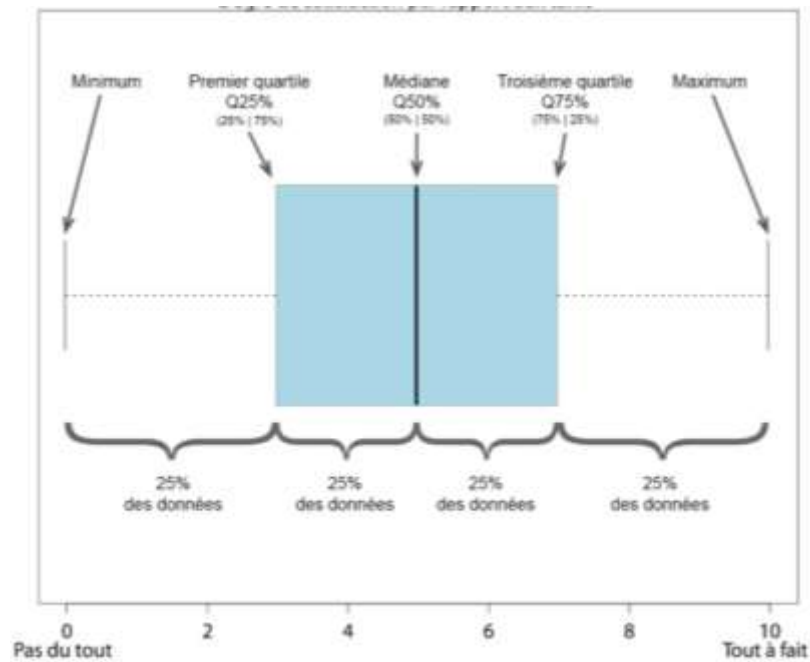
Principales combinaisons d'équipements ou services utilisés



- Certaines questions avaient pour possibilité de réponse une échelle de Likert². Dans ces cas de figure, les données sont présentées sous forme de boxplots. En outre, un tableau sous ce graphique reprend des statistiques descriptives sur la réponse.

Les statistiques descriptives se limitent au nombre de répondants, au nombre de valeurs manquantes, au nombre de « Sans avis », à la moyenne, au minimum, maximum et aux percentiles. Les 2 graphiques ci-dessous expliquent les éléments pouvant se retrouver sur les boxplots. Notons que quartiles et percentiles sont des synonymes dans ce cas.

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



- Lorsque plusieurs réponses présentées sous forme d'échelle de Likert peuvent être liées, une analyse de la corrélation entre les réponses permet de pointer les liens significatifs entre items pris deux à deux. La mesure choisie ici est le coefficient de corrélation linéaire de Pearson. Le coefficient de corrélation de Pearson évolue entre -1 et 1 ; plus il est élevé en valeur absolue, plus les items concernés semblent corrélés. Si le coefficient est positif, cela signifie que la corrélation l'est aussi et qu'une réponse augmentant sur une des variables est souvent associée à une augmentation sur l'autre variable. Si le coefficient est négatif, une augmentation sur l'une est souvent associée à une diminution sur l'autre variable.
- Lorsqu'une comparaison entre deux années est effectuée, les différences significatives ou conséquentes ont été recensées dans le texte. *Significatif* s'entend au sens statistique du

terme. Il y a donc un test statistique effectué en amont avec un niveau de confiance de 95%. *Conséquent* signifie que la différence entre deux années semble importante mais n'est pas significative. Les critères utilisés pour identifier un changement conséquent entre deux pourcentages sont les suivants : la différence relative à l'année de départ doit être égale ou supérieure à 10% et le niveau de l'année de référence (2014 pour ce rapport) doit lui aussi être supérieur à 10%. Par exemple, un passage de 30 à 34% est conséquent vu que la différence absolue de 4% représente une hausse relative de 13% = $(34\% - 30\%) / 30\%$. Par contre, un passage de 80% à 84% n'est pas considéré comme conséquent car il ne représente qu'une hausse relative de 5%.

Au niveau des graphes, cette comparaison est présentée avec, dans le titre, une expression du type *en 2012, 2013 et 2014*. Cette expression ne doit pas être comprise comme une indication que l'événement mesuré s'est déroulé précisément cette année-là, mais plutôt qu'il a été rapporté dans le questionnaire récolté l'année mentionnée.

Enfin, lorsque les chiffres de 2014 sont mis en vis-à-vis de ceux de 2012 et 2013, le lecteur pourra en tirer certaines conclusions mais gardera à l'esprit que les divergences peuvent être expliquées par des variations aléatoires ou des événements historiques tels qu'une panne ponctuelle. Lorsque les intervalles de confiance se superposent d'année en année sur les graphes, cela indique que les différences sont non-significatives d'un point de vue statistique.

2. Utilisation des télécommunications

Une série de questions, principalement situées au début du questionnaire, portaient sur l'utilisation des télécommunications. Les services utilisés ont été identifiés, de même que leur éventuelle inclusion dans des offres groupées, dites bundles ou packs. L'information sur les opérateurs utilisés a également été récoltée. Des questions plus spécifiques portant également sur l'usage des télécommunications ont aussi été regroupées dans cette section d'analyse. Il s'agit des questions se rapportant aux formules tarifaires choisies pour la téléphonie mobile et à l'usage de la téléphonie par Internet et de l'adresse e-mail fournie par l'opérateur.

Parmi les 1217 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 1115 répondants après pondération (92% de l'ensemble) ont répondu aux 3 questions non filtrées de cette section.

2.1. Équipements et services de télécommunications utilisés

La première question (Q1.1) du questionnaire portait sur les équipements et services de télécommunications utilisés par le répondant. La question était formulée comme suit : *Quels équipements ou services de télécommunications utilisez-vous parmi les suivants? Veuillez considérer uniquement les équipements ou services que vous utilisez à titre privé et en dehors de votre lieu de travail. Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Télévision analogique ; Télévision numérique ; Télévision/vidéo à la demande ; Télévision par Internet ; Téléphone fixe ; Téléphone mobile (GSM ou Smartphone) ; Téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP (exemple : Skype) ; Internet à la maison (fixe ou Wi-Fi) ; Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone ; Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable ; Réseaux Wi-Fi partagé (exemple : Hotspots).*

Equipements ou services de télécommunications utilisés en 2012, 2013 et 2014

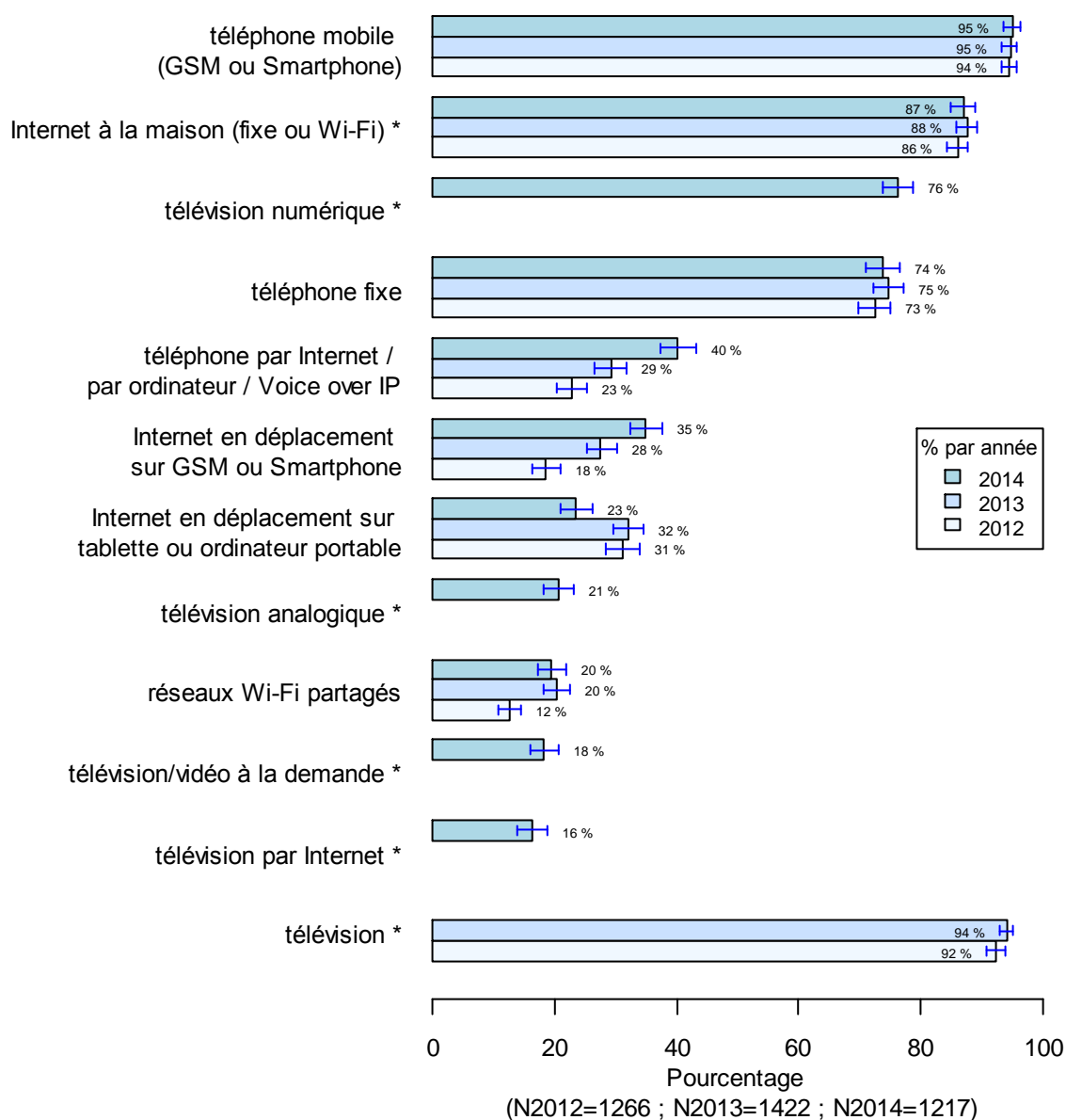


Figure 1 : Equipements ou services de télécommunications utilisés en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus³ nous montre que 95% des répondants ont sélectionné la réponse téléphone mobile (GSM ou Smartphone), 87% ont sélectionné Internet à la maison (fixe ou Wi-Fi), 76% ont

³ Par rapport au questionnaire des années précédentes, les items marqués d'un * sur le graphe ont été modifiés. L'item télévision a été remplacé cette année par les quatre items suivants : télévision analogique, télévision numérique, télévision/vidéo à la demande et télévision par Internet. La précision (fixe ou Wi-Fi) a été ajoutée à l'item Internet à la maison cette année. Enfin, dans la version néerlandaise, les items contenant la formule Internet en déplacement ont été reformulés (voir encadré ci-après).

sélectionné télévision numérique, 74% ont sélectionné téléphone fixe, 40% ont sélectionné téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP, 35% ont sélectionné Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone, 23% ont sélectionné Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable, 21% ont sélectionné télévision analogique, 20% ont sélectionné réseaux Wi-Fi partagés, 18% ont sélectionné télévision/vidéo à la demande, 16% ont sélectionné télévision par Internet.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP qui passe de 23% en 2012 à 29% en 2013 pour atteindre 40% en 2014 (différence significative : augmentation proportionnelle de 38% par rapport à 2013 ; différence significative : augmentation proportionnelle de 76% par rapport à 2012). La réponse Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable passe de 31% en 2012 à 32% en 2013 pour atteindre 23% en 2014 (différence significative : diminution proportionnelle de 27% par rapport à 2013 ; différence significative : diminution proportionnelle de 24% par rapport à 2012). La réponse Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone passe de 18% en 2012 à 28% en 2013 pour atteindre 35% en 2014 (différence significative : augmentation proportionnelle de 27% par rapport à 2013 ; différence significative : augmentation proportionnelle de 90% par rapport à 2012). La réponse réseaux Wi-Fi partagés passe de 12% en 2012 à 20% en 2013 pour atteindre 20% en 2014 (diminution proportionnelle de 4% par rapport à 2013 ; différence significative : augmentation proportionnelle de 56% par rapport à 2012).

Comme les précédentes années, presque tous les répondants possèdent un téléphone mobile et la télévision (94% des répondants déclarent au moins un des quatre services de télévision proposés, il s'agit majoritairement de la télévision numérique). La connexion Internet à la maison suit de très près alors que le téléphone fixe est un peu moins utilisé, avec un taux de pénétration de trois personnes sur quatre. On constate par ailleurs une augmentation significative et constante d'année en année de la téléphonie par Internet et de l'Internet en déplacement sur téléphone ou Smartphone. Les réseaux Wi-Fi partagés qui avaient connu une hausse significative entre 2012 et 2013 se stabilisent à ce dernier niveau.

En 2012 et 2013, nous signalions des chiffres étonnamment élevés concernant l'Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable alors étiqueté *mobile* au lieu de *en déplacement*. Ce terme avait été corrigé dès 2013 dans le questionnaire francophone mais pas dans la version néerlandophone. En effet, lors de la traduction du questionnaire, *en déplacement* a été traduit par *mobiël* en 2013 et validé ainsi lors des relectures. Ce n'est qu'en 2014 que la traduction correcte, *onderweg*, a été utilisée dans le questionnaire néerlandophone. Suite à ce changement, on constate une baisse significative au niveau de l'Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable. Ce chiffre de 2014 est donc probablement plus proche de la réalité que ceux des années précédentes pour cet item. Le taux d'utilisation de l'Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone continue lui sa progression malgré le changement de terme dans le questionnaire néerlandophone. Ceci confirme donc l'intuition avancée dans la note méthodologique en page 25 du rapport 2013 quant à la mauvaise compréhension du terme uniquement pour ce qui est des tablettes et ordinateurs portables. Le graphe ci-dessous illustre ces différences par année et par langue sur les deux items concernés.

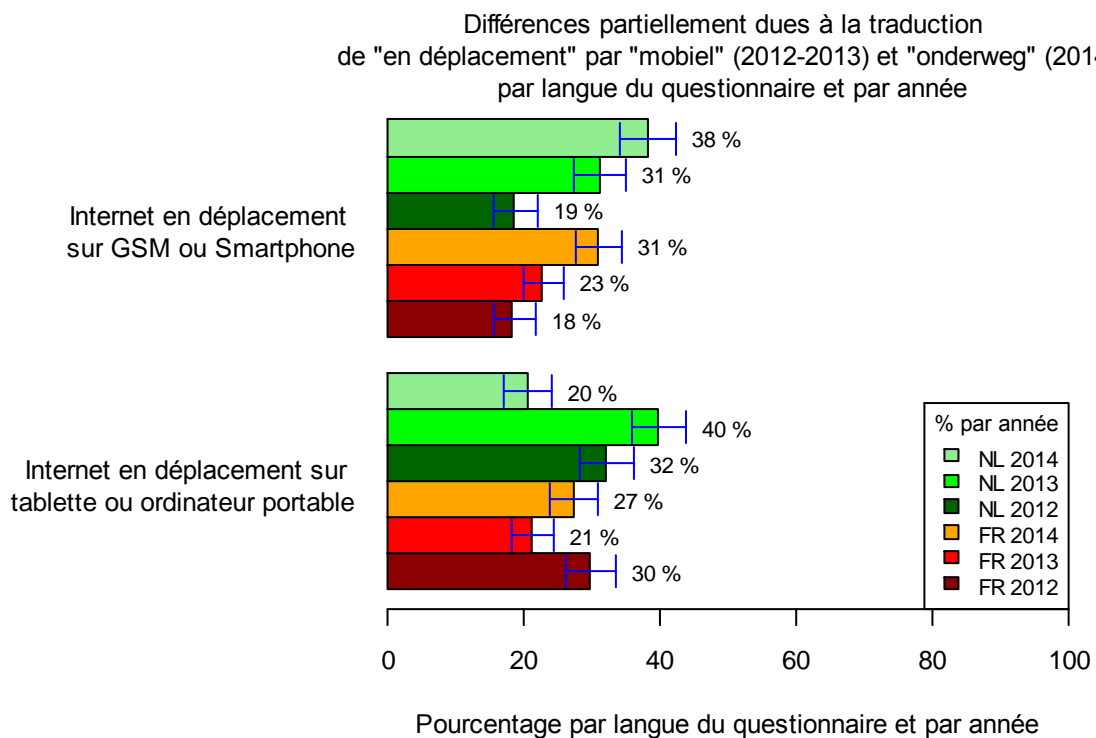


Figure 2 : Différences partiellement dues à la traduction de "en déplacement" par "mobiel" (2012-2013) et "onderweg" (2014) par langue du questionnaire et par année

Après l'aperçu général, les usages des services de télécommunications par âge et par Région sont détaillés ci-dessous.

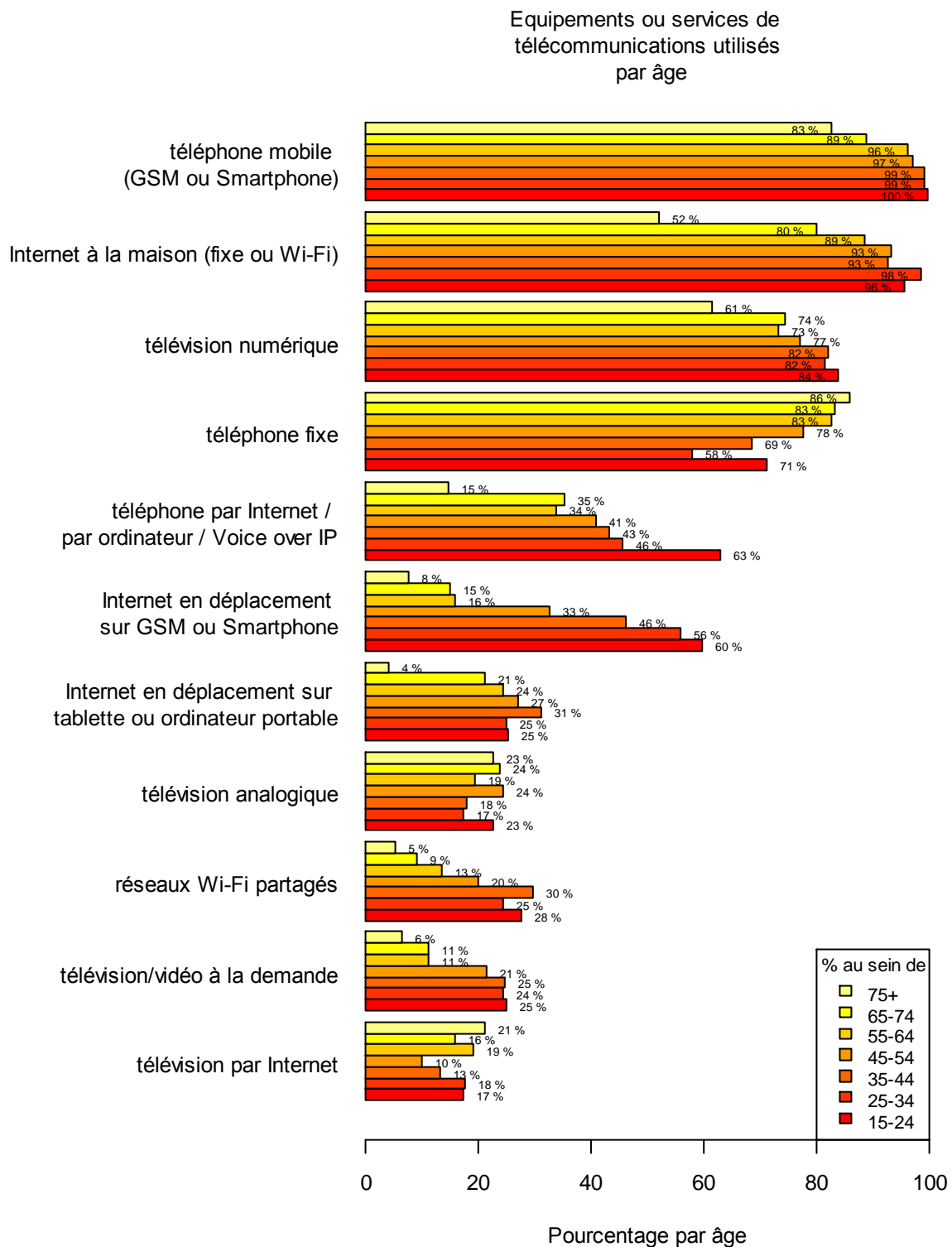


Figure 3 : Équipements ou services de télécommunications utilisés par âge

Le graphe ci-dessus illustre les différents usages des services de télécommunications en fonction de l'âge des répondants. Presque toutes les personnes entre 15 et 64 ans déclarent utiliser un GSM ou Smartphone. Au-delà de 64 ans, le taux de pénétration du GSM descend progressivement pour atteindre les 83% chez les 75 ans et plus. Notons que les années précédentes, la décroissance

commençait plutôt à 54 ans, soit dans la classe d'âge précédente. On observe le même effet d'âge encore un peu plus accentué en ce qui concerne l'Internet à domicile pour lequel le taux de pénétration passe de 98% chez les 25-34 ans à 52% chez les 75 ans et plus. Sans surprise, les autres nouvelles technologies (Internet en déplacement, VoIP, Wi-Fi partagé) suivent la même tendance au niveau de la pyramide des âges. Le seul service à prendre le contre-pied est le téléphone fixe, nettement plus présent chez les personnes plus âgées. Le téléphone fixe est plus utilisé chez les 15-24 ans que chez les 25-34 ans, probablement parce qu'un pourcentage non négligeable des 15-24 ans habitent encore chez leurs parents. L'utilisation de la télévision reste quant à elle relativement constante quelle que soit la tranche d'âge si ce n'est pour la télévision à la demande dont l'usage décroît avec l'âge. En résumé, à l'exception du téléphone fixe et de la télévision, le taux de pénétration de tous les équipements et services diminue avec l'âge.

Equipements ou services de télécommunications utilisés par Région

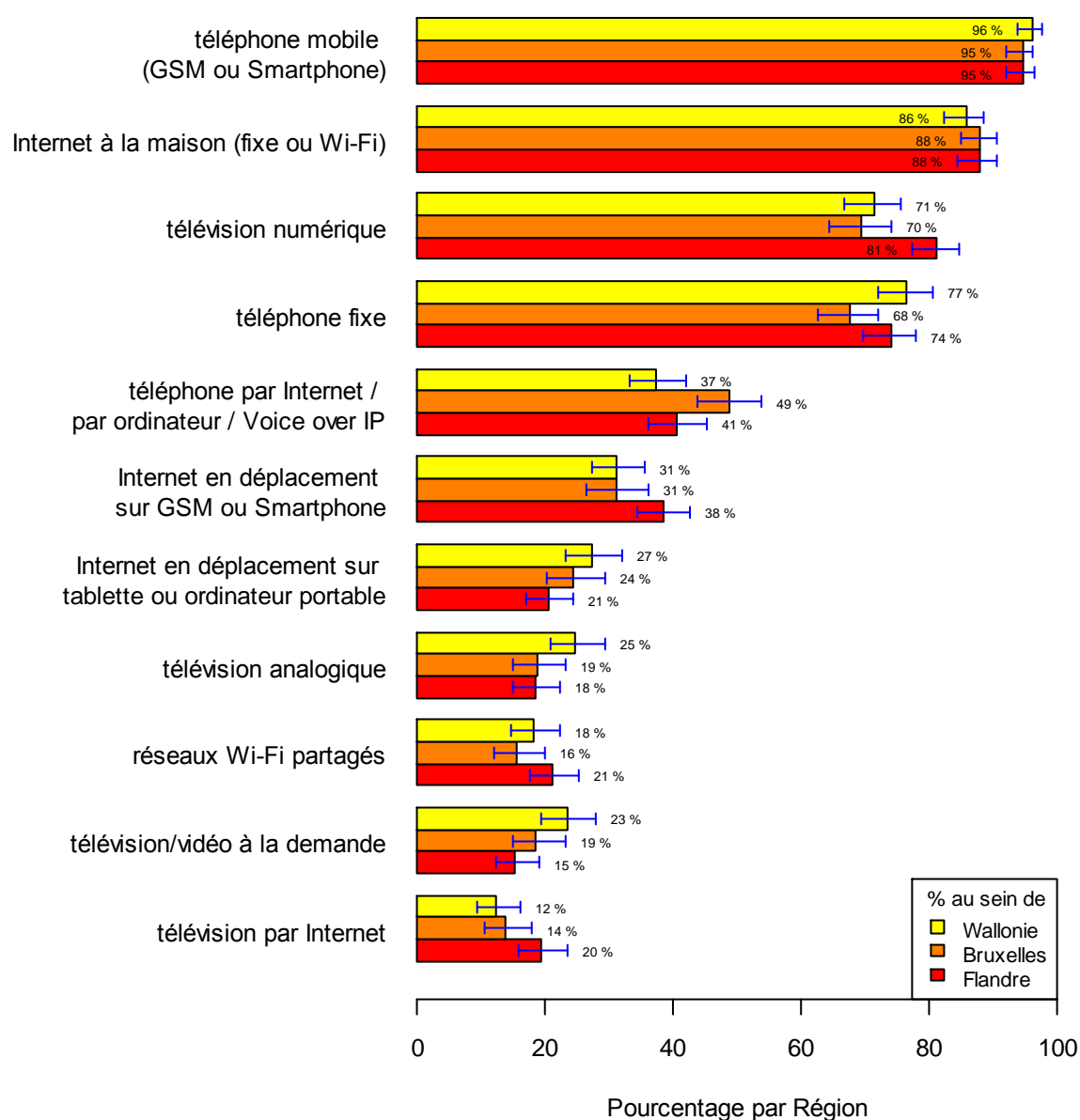


Figure 4 : Équipements ou services de télécommunications utilisés par Région

Il y a peu de différence régionale. Les seules différences significatives concernent : la télévision numérique qui est significativement plus élevée en Flandre par rapport aux deux autres Régions ; la téléphonie par Internet qui est plus utilisée à Bruxelles par rapport aux deux autres Régions ; enfin, l'Internet en déplacement sur GSM et Smartphone est un peu plus utilisé en Flandre. Le même type d'analyse en fonction du sexe ne montre pas de différences marquantes.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	3	4	6	11

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

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 11 services de télécommunications parmi les 11 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 4 services ou moins de 4 services. 18% des répondants ont sélectionné 7 services ou plus de 7 services.

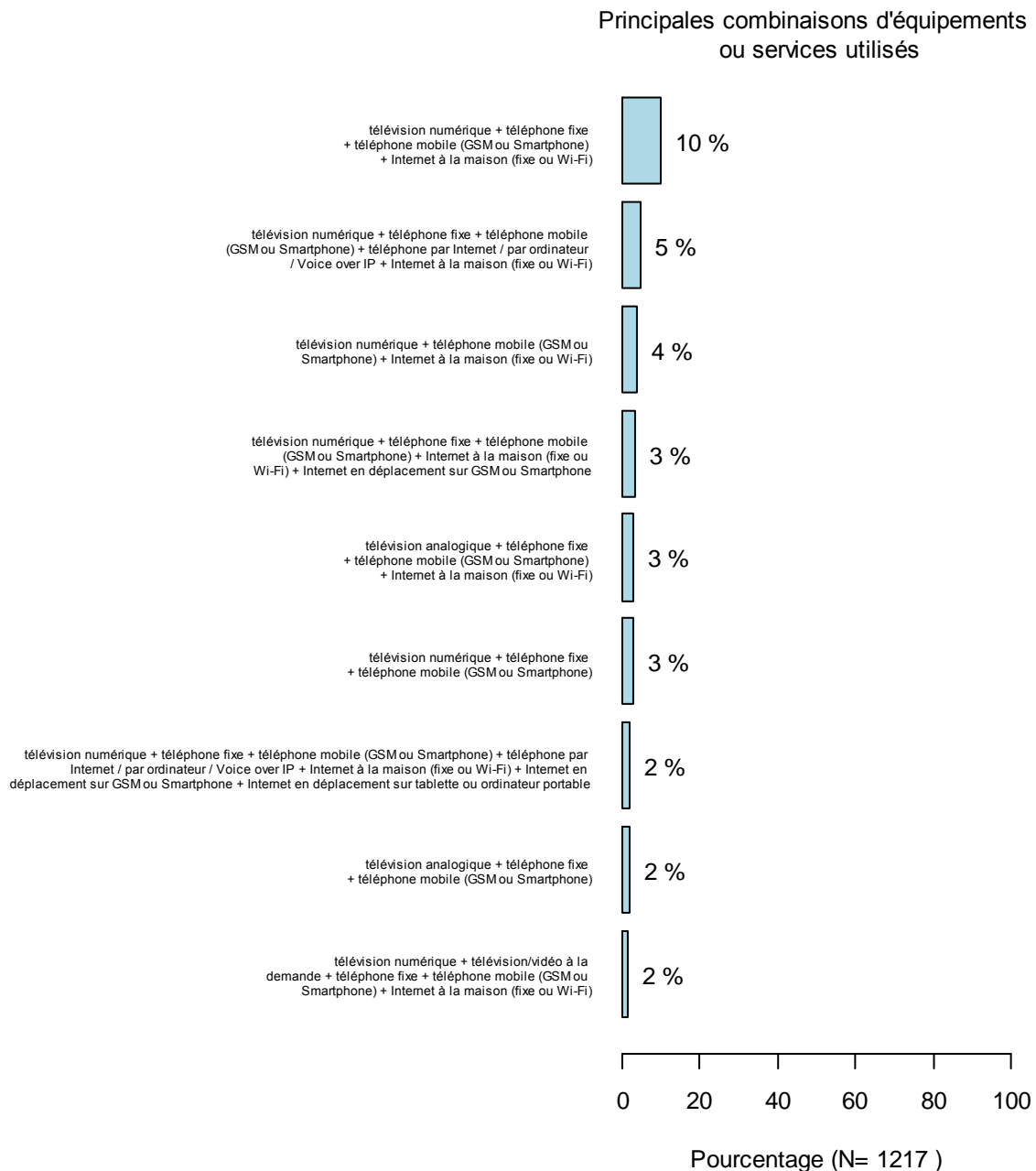


Figure 5 : Principales combinaisons d'équipements ou services utilisés

Partant de ce constat, nous avons étudié les associations de réponses les plus fréquentes (graphe ci-dessus). Il en ressort que l'association la plus fréquente est télévision numérique + téléphone fixe + téléphone mobile (GSM ou Smartphone) + Internet à la maison (fixe ou Wi-Fi), sélectionnée par 10%

des répondants. Elle devance de loin toutes les autres associations. Notons que ces 4 équipements sont les 4 équipements les plus utilisés (en pourcentage brut). L'association télévision numérique + téléphone fixe + téléphone mobile (GSM ou Smartphone) + téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP + Internet à la maison (fixe ou Wi-Fi) est sélectionnée par 5 % des répondants. En 3ème position, l'association télévision numérique + téléphone mobile (GSM ou Smartphone) + Internet à la maison (fixe ou Wi-Fi) est sélectionnée par 4 % des répondants. Ensuite, l'association télévision numérique + téléphone fixe + téléphone mobile (GSM ou Smartphone) + Internet à la maison (fixe ou Wi-Fi) + Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone est sélectionnée par 3 % des répondants. Enfin, l'association télévision analogique + téléphone fixe + téléphone mobile (GSM ou Smartphone) + Internet à la maison (fixe ou Wi-Fi) est sélectionnée par 3 % des répondants.

Sur la base de ces réponses les plus fréquentes (qui ne regroupent que 33% des répondants sur le graphe tant la diversité des combinaisons de réponses est grande), on voit apparaître clairement qu'une seule combinaison de services sort réellement du lot : le regroupement des quatre services les plus utilisés.

Principales combinaisons d'équipements ou services utilisés

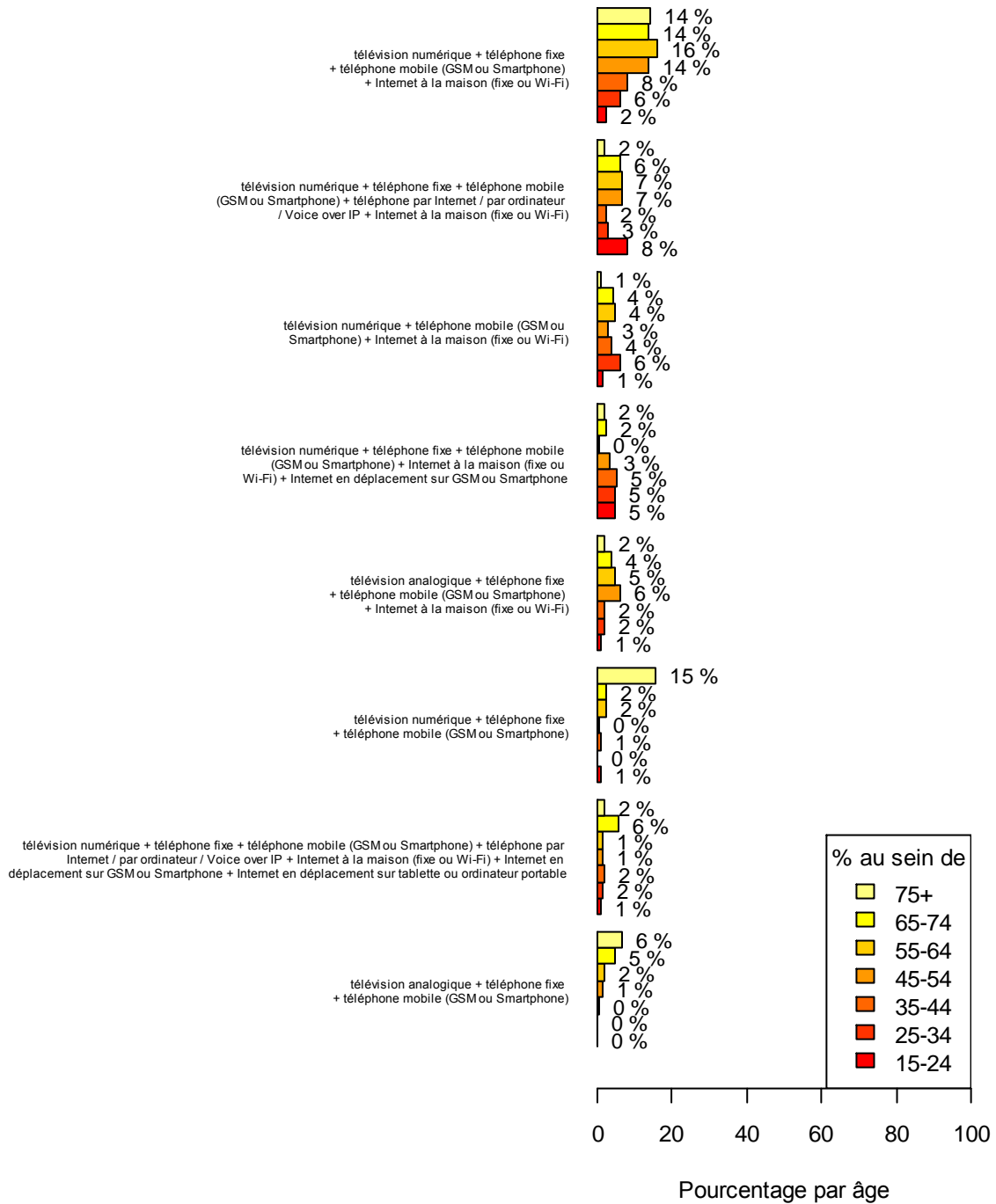


Figure 6 : Principales combinaisons d'équipements ou services utilisés par âge

Sans surprise, l'analyse des associations les plus fréquentes en fonction de l'âge est relativement redondante avec l'analyse des services par âge. On apprend cependant ici que des associations sans nouvelles technologies, mis à part le GSM, sont l'apanage des personnes âgées alors que l'abandon

du téléphone fixe est une fois encore plus marqué dans les plus jeunes générations. Au niveau des autres variables sociodémographiques, il n'y a rien à signaler.

2.2. Utilisation de services dans une offre groupée ou bundle

La question 1.1.1 du questionnaire portait sur l'utilisation d'offres groupées, bundles ou packs (ces noms étant considérés comme synonymes dans ce document). Elle était formulée comme suit : *Avez-vous certains de vos services dans une offre groupée (ou pack)?* Les réponses proposées étaient *Oui*, *Non* et *Je ne sais pas*. Cette question constituait un filtre pour la question suivante.

La question est apparue en 2013.

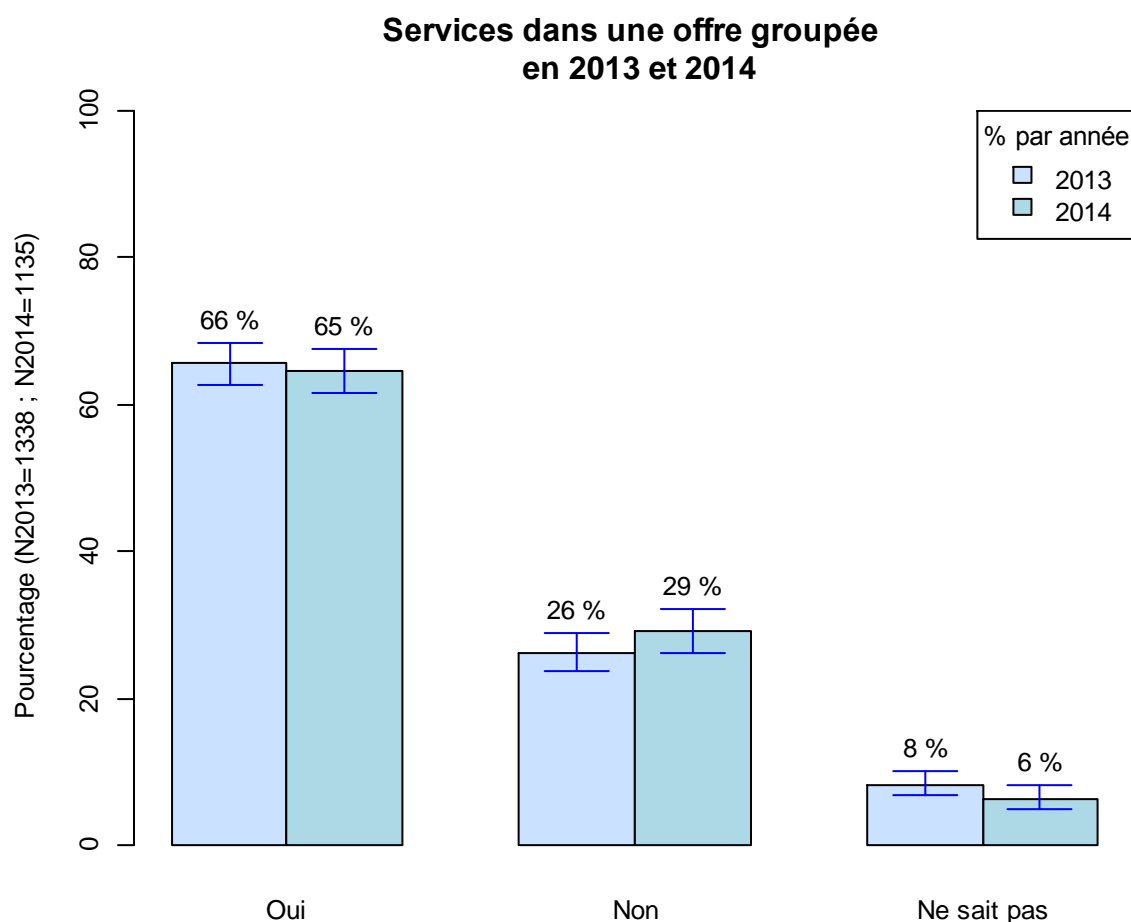


Figure 7 : Services dans une offre groupée en 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 65% des répondants ont sélectionné la réponse Oui, 29% ont sélectionné Non, 6% ont sélectionné Ne sait pas.

Le nombre de personnes déclarant avoir des services inclus dans une offre groupée est plus élevé qu'attendu. Ceci s'explique et peut être corrigé à l'aide de la question illustrée en section 2.3 qui demande au répondant de détailler la composition de son/ses offre(s) groupée(s). Il ressort de cette analyse que l'utilisateur définit de manière plus large ce qu'est une offre groupée. Nous détaillerons dans la section suivante la diversité de ce que les utilisateurs perçoivent comme étant inclus dans une offre groupée. Sont considérées par l'IBPT comme offre groupée, bundle ou pack, uniquement les associations suivantes :

- Internet + télévision + téléphonie fixe + téléphonie mobile
- Internet + télévision + téléphonie fixe
- Internet + télévision + téléphonie mobile
- Internet + télévision
- Internet + téléphonie mobile
- Internet + téléphonie fixe
- Internet + téléphonie fixe + téléphonie mobile
- Téléphonie fixe + télévision + téléphonie mobile
- Téléphonie fixe + télévision

Le graphe suivant illustre l'estimation corrigée sur la base de cette définition des offres groupées.

Services dans une offre groupée (selon la définition IBPT) en 2013 et 2014

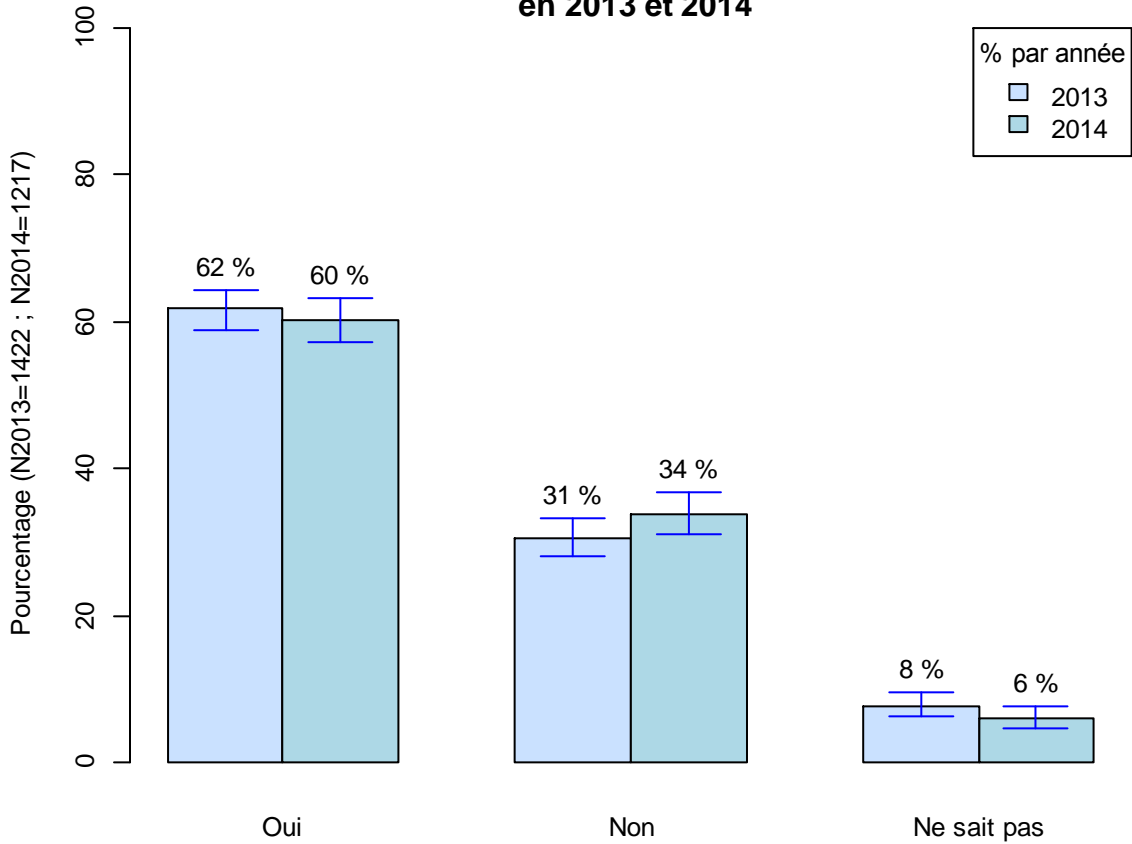


Figure 8 : Services dans une offre groupée selon la définition IBPT en 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que la réponse Oui n'aurait dû être sélectionnée que par 60% des répondants et la réponse Non par 34%. Nous n'avons pas adapté les Ne sait pas qui restent donc à 6%.

La majorité des utilisateurs des services de télécommunication ont donc certains de leurs services regroupés au sein d'un bundle.

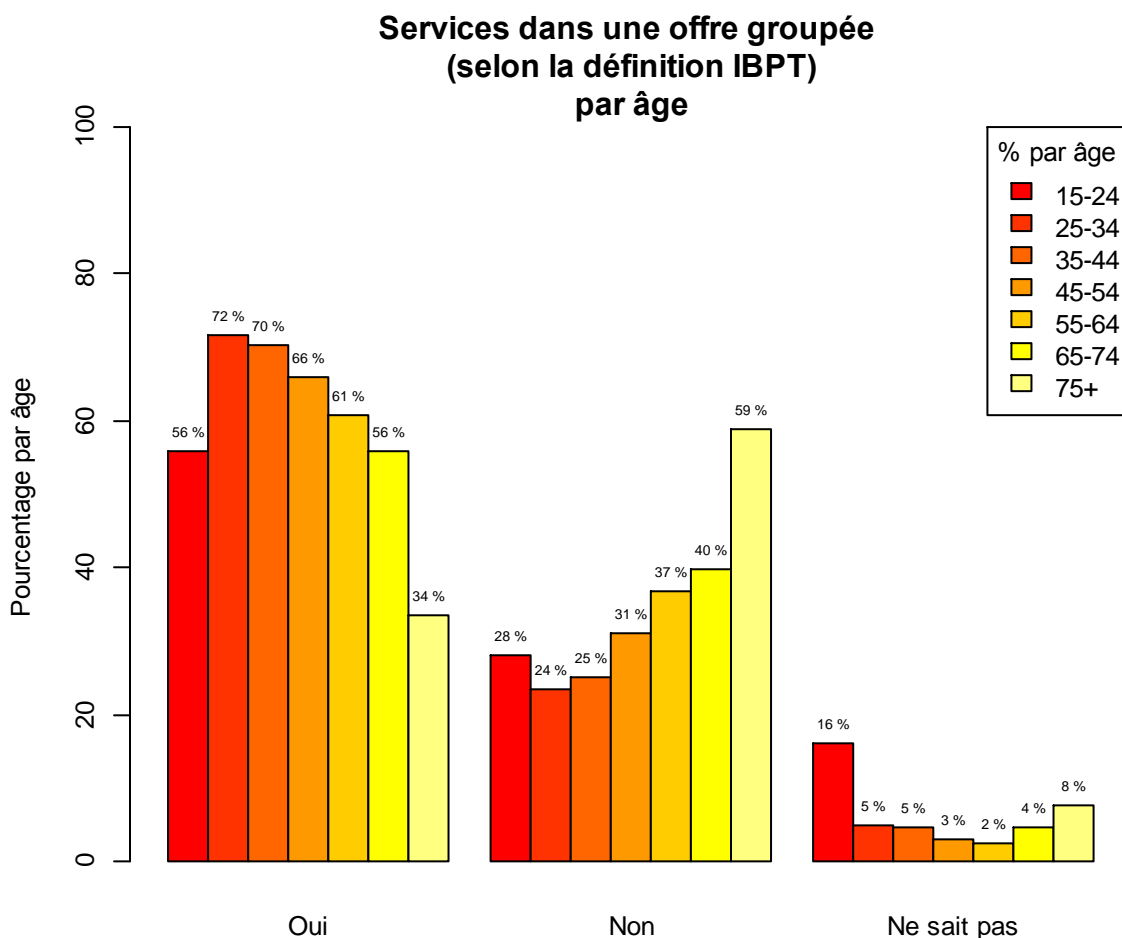


Figure 9 : Services dans une offre groupée selon la définition IBPT par âge

Le graphe ci-dessus indique que le taux de pénétration des bundles diminue avec l'âge. Contrairement à l'an passé (en 2013, il y avait plus de bundles en Flandre), les trois Régions sont désormais très proches sur cette variable.

2.3. Équipements et services de télécommunications utilisés dans un pack ou bundle

La question 1.1.2 du questionnaire portait sur les équipements et services de télécommunications utilisés dans une offre groupée ou bundle. Elle n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un service dans une offre groupée à la question précédente. Seuls 60% des répondants sont donc concernés par cette question, mais comme nous l'avons mentionné, 65% des répondants y ont néanmoins répondu car ils considéraient une définition plus large de ce qu'est un pack.

La question était formulée comme suit : *Si oui, lesquels?* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Télévision ; Téléphone fixe ; Téléphone mobile (GSM ou Smartphone) ; Téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP (exemple : Skype) ; Internet à la maison ; Internet en déplacement sur GSM*

ou Smartphone ; Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable ; Réseaux Wi-Fi partagé (exemple : Hotspots).

La question est apparue en 2013 et le type de service de télévision n'a pas été détaillé.

	0	0.25	0.5	0.75	1
2014	2	2	3	4	8

Table 2 : Nombre d'équipements ou services de télécommunications déclarés dans un pack

Si on s'intéresse à ce que les répondants ont déclaré sans limitation de définition de ce qu'est un pack ou bundle, la table ci-dessus nous indique qu'ils ont sélectionné entre 2 et 8 services de télécommunications parmi les 8 options proposées. Trois-quarts des répondants sélectionnent 3 services ou moins de 3 services, ce qui semble correspondre à la taille attendue des packs. Pourtant, la composition déclarée de ces packs (graphe ci-dessous) ne correspond pas nécessairement à la définition fournie par l'IBPT. On voit par exemple apparaître des services tels que le Voice over IP ou l'Internet en déplacement qui n'entrent théoriquement pas dans la définition actuelle des bundles.

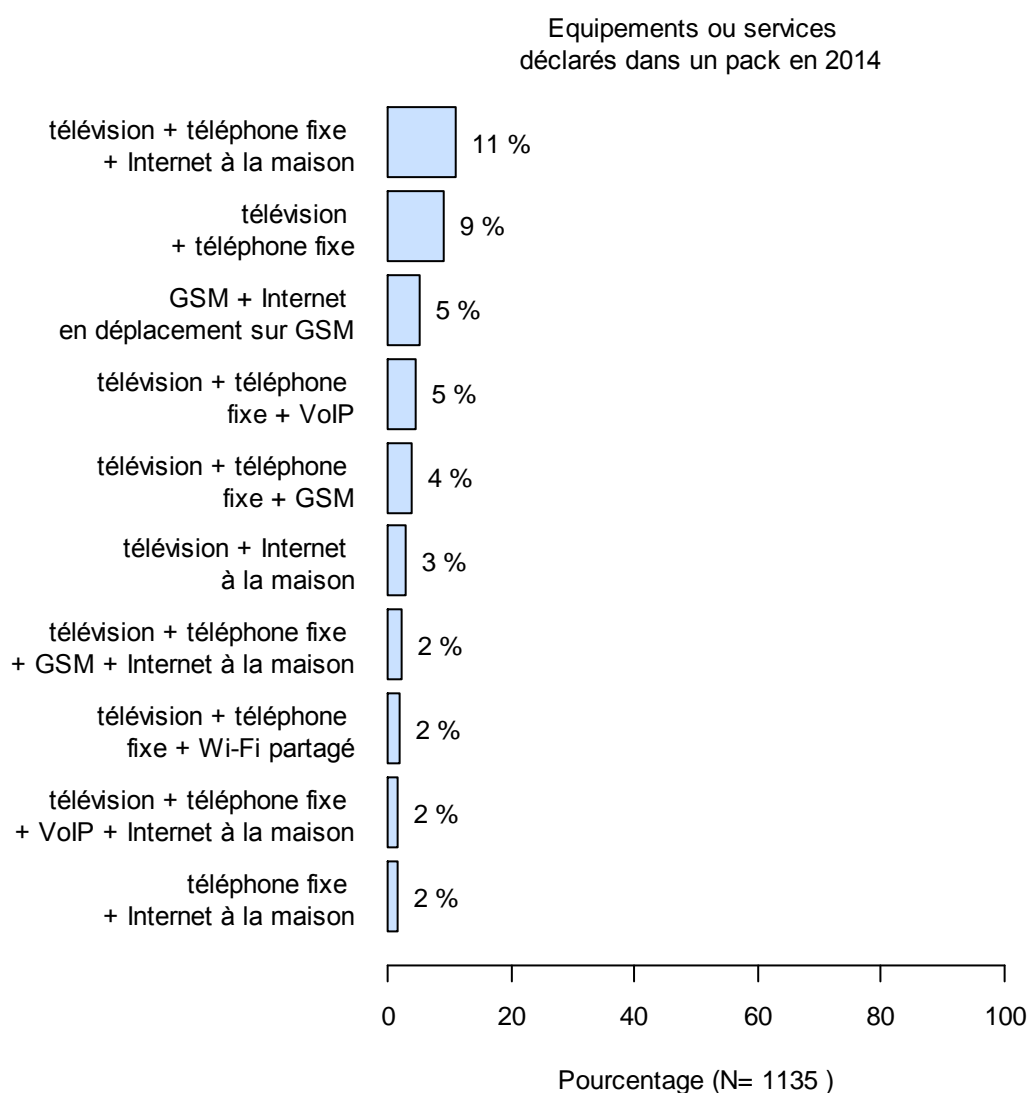


Figure 10 : Équipements ou services de télécommunications déclarés dans un pack en 2014

Si on se base maintenant sur la définition des bundles fournie par l'IBPT, le graphe ci-dessous nous montre que 11% de l'ensemble des répondants (17% des répondants ayant un bundle) ont un bundle composé comme suit : télévision + téléphone fixe + Internet à la maison ; 9% (14%) ont un bundle télévision + téléphone fixe ; 4% (6%) ont un bundle télévision + téléphone fixe + GSM ; 3% (5%) ont un bundle télévision + Internet à la maison ; 2% (3%) ont un bundle télévision + téléphone fixe + GSM + Internet à la maison ; 2% (2%) ont un bundle téléphone fixe + Internet à la maison ; 0.4% (0.6%) ont un bundle GSM + Internet à la maison ; 0.2% (0.3%) ont un bundle téléphone fixe + GSM + Internet à la maison ; 0.2% (0.2%) ont un bundle télévision + GSM + Internet à la maison.

Equipements ou services
déclarés dans un pack en 2014
(adaptée à la définition IBPT des bundles)

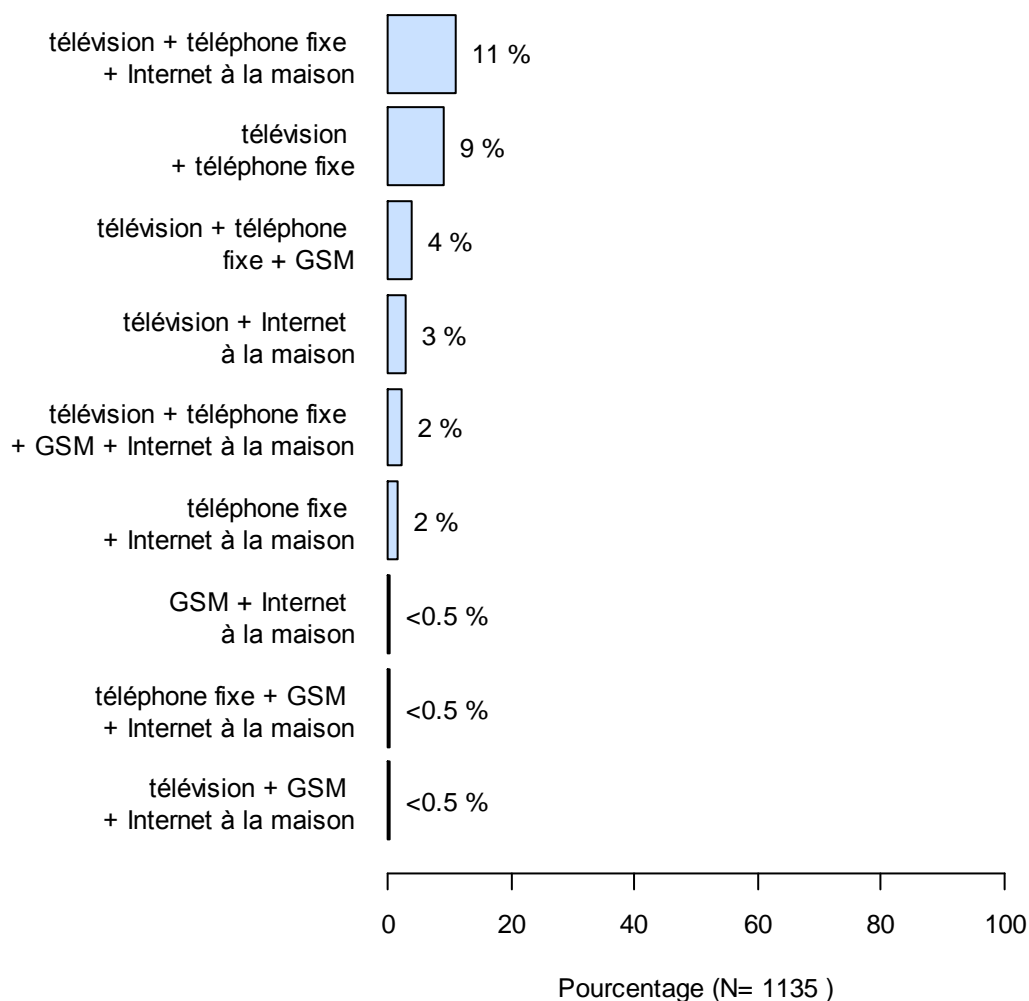


Figure 11 : Équipements ou services de télécommunications déclarés dans un pack (adapté à la définition IBPT des bundles) en 2014

Les deux bundles les plus répandus sont le triple play classique : télévision, téléphone fixe et Internet et le double play alliant la télévision au téléphone fixe. Le quadruple play arrive en cinquième position sur neuf.

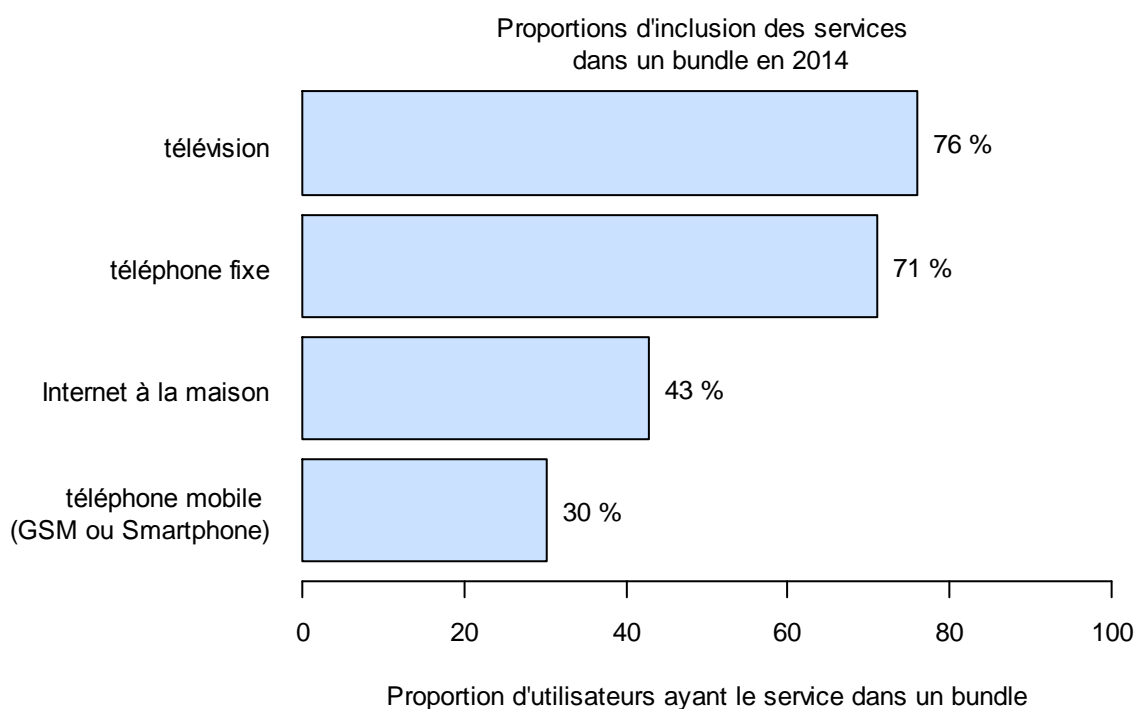


Figure 12 : Proportions d'inclusion des équipements ou services de télécommunications dans un bundle en 2014

Si l'on s'intéresse aux proportions d'inclusion dans un bundle par rapport aux nombres d'utilisateurs (graphe ci-dessus), on constate que les deux services majoritairement inclus dans des bundles sont la télévision et le téléphone fixe pour respectivement 76% et 71% de leurs utilisateurs. Plus loin derrière, on retrouve l'Internet à la maison qui est intégré à un bundle dans 43% des cas. Enfin, la téléphonie mobile n'est, quant à elle, incluse dans un bundle qu'auprès de 30% de ses utilisateurs. Notons que, pour la télévision, nous avons repris uniquement les utilisateurs de la télévision numérique vu que c'est (au minimum) ce service qui est inclus dans les bundles et non la télévision analogique.

2.4. Opérateurs de télécommunications concernés

La question 1.2 du questionnaire sur les services de télécommunications portait sur les opérateurs auxquels le répondant a recours. La question était formulée comme suit : *Pour les différents services que vous utilisez, pourriez-vous nous indiquer vos opérateurs? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les 27 opérateurs ayant les plus grandes parts de marché pour les services concernés en Belgique. Une rubrique *Autre* avec un champ de réponse ouverte était également disponible.

Une remarque importante est à prendre en compte avant la lecture des chiffres de cette question : les pourcentages associés aux opérateurs reflètent les réponses fournies par les répondants et non le poids de ces opérateurs sur le marché des communications électroniques, tous services confondus. Il n'est donc pas surprenant que certaines parts de marché semblent éloignées de ce que l'on connaît habituellement sur le marché d'un service spécifique tel que celui des opérateurs mobiles.

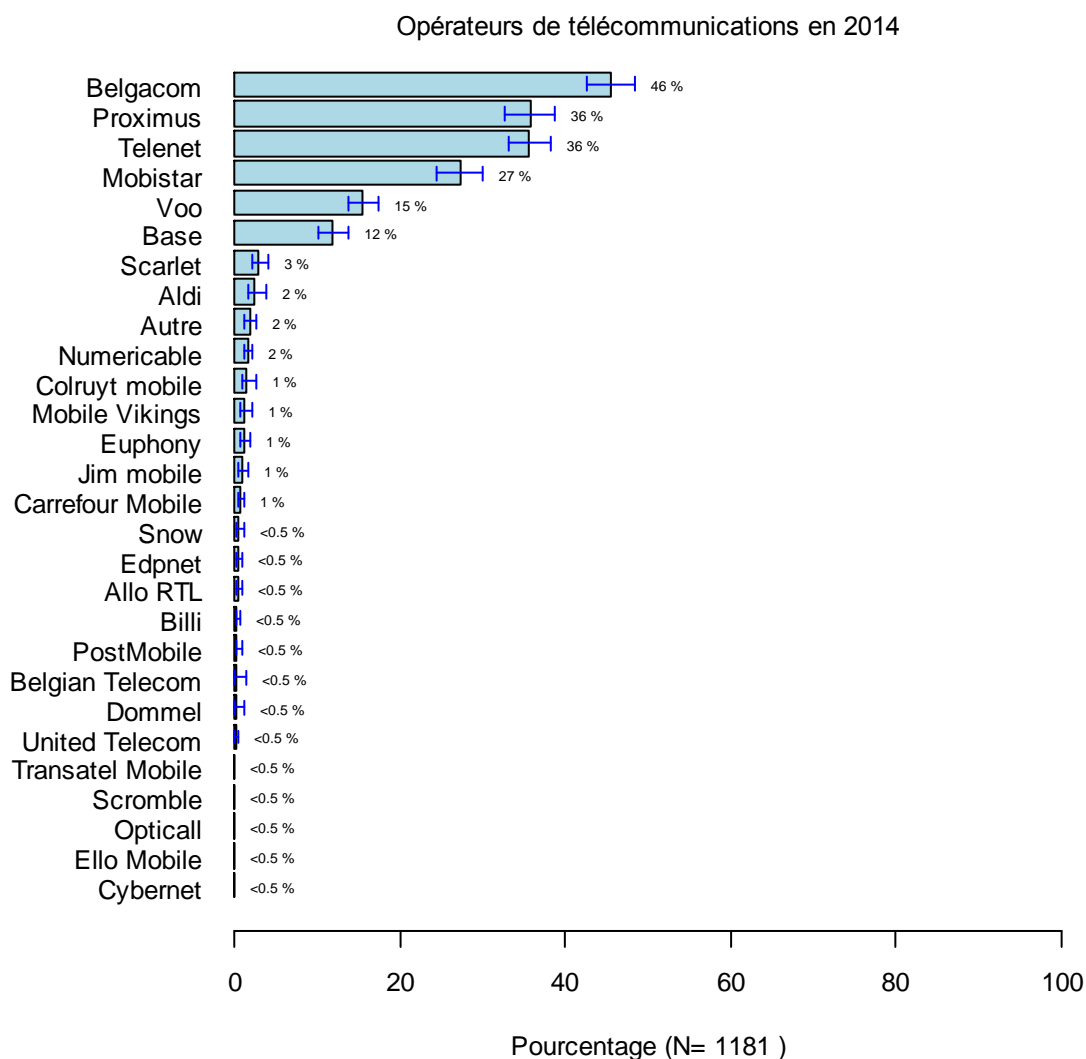


Figure 13 : Opérateurs de télécommunications en 2014

Le graphe ci-dessus⁴ nous montre que 46% des répondants⁴ ont sélectionné la réponse Belgacom, 36% ont sélectionné Proximus, 36% ont sélectionné Telenet, 27% ont sélectionné Mobistar, 15% ont

⁴ Il y a eu 3 modifications d'item sur cette question. Snow a fait son entrée, Delhaize mobile a été retiré et La Poste est devenu PostMobile cette année.

sélectionné Voo, 12% ont sélectionné Base, 3% ont sélectionné Scarlet, 2% ont sélectionné Aldi, 2% ont sélectionné Autre, 2% ont sélectionné Numericable, 1% ont sélectionné Colruyt mobile, 1% ont sélectionné Mobile Vikings, 1% ont sélectionné Euphony, 0.9% ont sélectionné Jim mobile, 0.7% ont sélectionné Carrefour Mobile, 0.4% ont sélectionné Snow, 0.4% ont sélectionné Edpnet, 0.4% ont sélectionné Allo RTL, 0.3% ont sélectionné Billi, 0.3% ont sélectionné PostMobile, 0.2% ont sélectionné Belgian Telecom, 0.2% ont sélectionné Dommel, 0.1% ont sélectionné United Telecom, 0% ont sélectionné Transatel Mobile, 0% ont sélectionné Scromble, 0% ont sélectionné Opticall, 0% ont sélectionné Ello Mobile, 0% ont sélectionné Cybernet. Notons que les opérateurs qui n'ont été sélectionnés par aucun répondant ne sont pas inexistantes. Le hasard du tirage dans le Registre national n'a juste pas permis de les atteindre cette année.

Ces chiffres montrent que les opérateurs avec les plus grandes parts de marché, principalement les opérateurs historiques, sont aussi ceux mentionnés par l'IBPT (IBPT (2013), Situation économique du secteur des télécommunications en 2013).

Opérateurs de télécommunications par Région

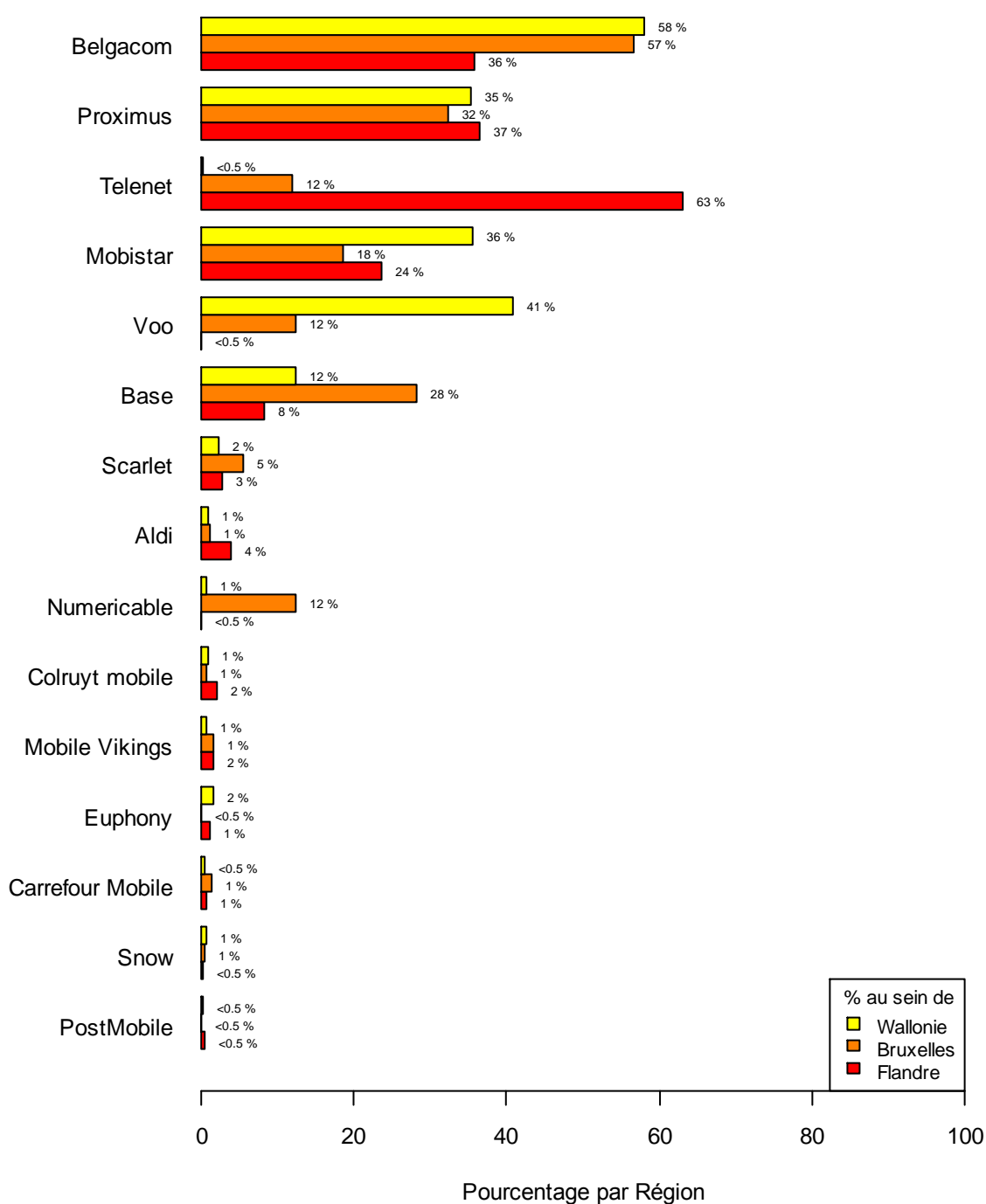


Figure 14 : Opérateurs de télécommunications par Région

Il existe de grandes différences régionales entre opérateurs. La plupart sont simplement dues au fait que les opérateurs fournissant des services d'Internet et de téléphonie fixe ne sont pas nécessairement présents dans chaque Région du pays. Le même type d'analyse en fonction du sexe et de l'âge n'a rien apporté d'essentiel.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	2	2	6

Table 3 : Nombre d'opérateurs utilisés

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 6 opérateurs de télécommunications parmi les 8 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 2 opérateurs ou moins de 2 opérateurs. 17% des répondants ont sélectionné 3 opérateurs ou plus de 3 opérateurs.

Principales combinaisons d'opérateurs de télécommunications

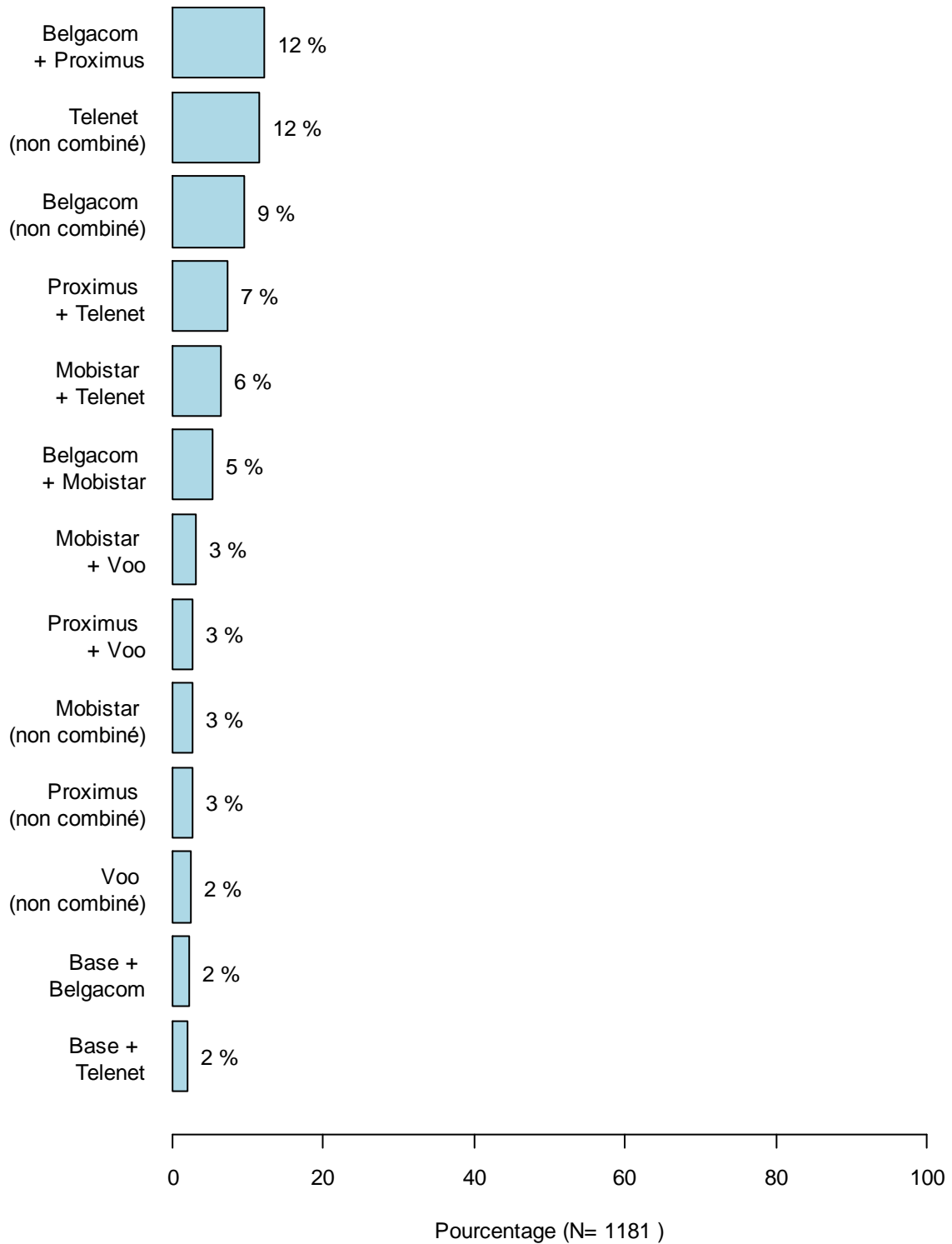


Figure 15 : Principales combinaisons d'opérateurs de télécommunications

Sur la base de ce constat, nous avons étudié les associations de réponses les plus fréquentes (graphe ci-dessus). Il en ressort que l'association la plus fréquente est Belgacom + Proximus sélectionnée par 12 % des répondants, suivie par la réponse isolée Telenet (non combiné) sélectionnée par 12 % des répondants. Puis, c'est la réponse isolée Belgacom (non combiné) qui ressort, sélectionnée par 9 % des répondants. Ensuite, l'association Proximus + Telenet est sélectionnée par 7 % des répondants. Ensuite, l'association Mobistar + Telenet est sélectionnée par 6 % des répondants. Enfin, l'association Belgacom + Mobistar est sélectionnée par 5 % des répondants.

Sur la base de ces réponses les plus fréquentes (qui ne regroupent que 70% des répondants sur le graphe tant la diversité des combinaisons de réponses est grande), on constate qu'il s'agit essentiellement d'associations regroupant Belgacom ou un câblo-opérateur à un opérateur mobile. Les chiffres sont stables par rapport à l'an passé. Il ne semble pas y avoir d'évolution de ces associations liée à l'arrivée progressive des offres Quadruple play combinant la téléphonie mobile au Triple play classique (Internet-télévision-téléphone fixe). L'analyse des associations les plus fréquentes en fonction des variables sociodémographiques n'apporte aucune information nouvelle.

2.5. **Le consommateur utilise-t-il un abonnement ou une carte prépayée pour la téléphonie mobile ?**

La question 4.9 du questionnaire portait sur la formule tarifaire utilisée pour la téléphonie mobile. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré utiliser un GSM ou Smartphone à la question 1.1. Seuls 95% des répondants (1157 individus après pondération) sont donc concernés par cette question. Cette question sert par ailleurs de filtre pour les deux questions qui la suivaient dans le questionnaire.

Elle est formulée de la façon suivante : *Pour votre GSM, avez-vous principalement recours à...* Les réponses possibles étaient : *Une carte prépayée ; Un abonnement.*

Formule de téléphonie mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile en 2012, 2013 et 2014

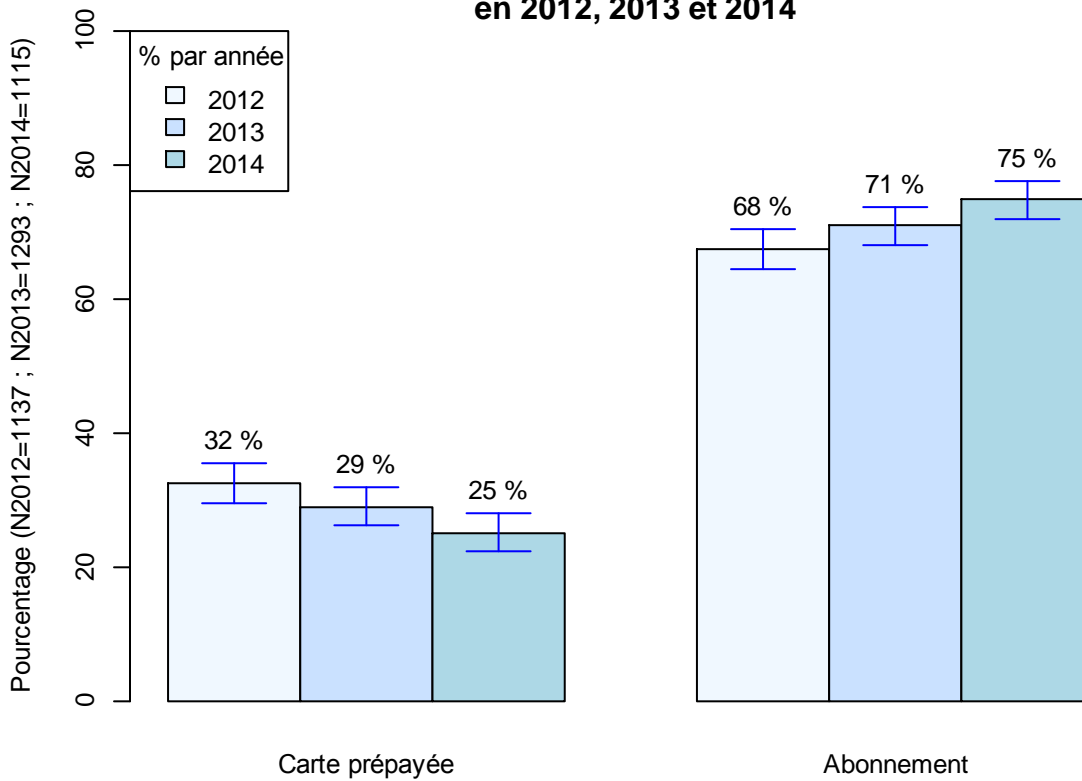


Figure 16 : Formule de téléphonie mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 25% de ceux qui ont un GSM (23% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Carte prépayée, 75% (69%) ont sélectionné Abonnement.

La dominance des utilisateurs abonnés semble s'accroître d'année en année.

Les données nous permettent d'affirmer qu'une majorité des utilisateurs privés de la téléphonie mobile ont un abonnement.

Formule de téléphonie mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile par âge

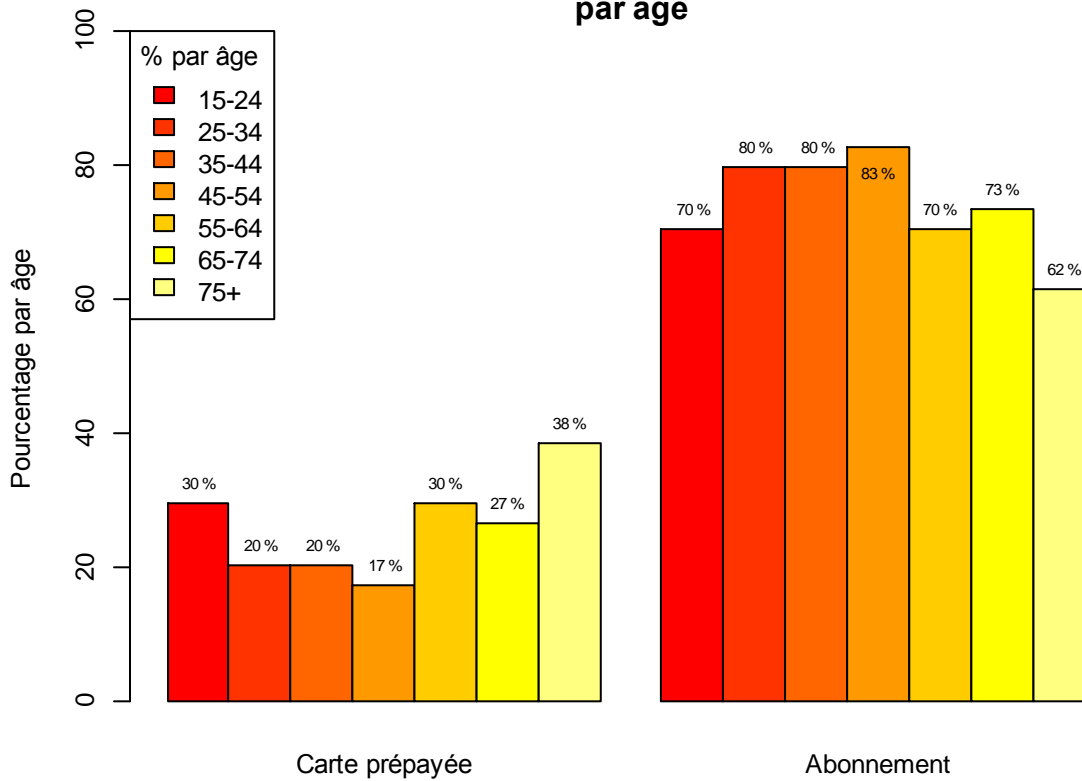


Figure 17 : Formule de téléphonie mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile par âge

Le graphe ci-dessus nous indique que les cartes prépayées sont plus souvent utilisées par les moins de 24 ans et les personnes âgées. S'agissant des strates de population avec le plus faible taux de réponse dans cette étude, il se peut dès lors que la part de marché des cartes prépayées soit sous-estimée.

2.6. Utilisation de la téléphonie par Internet pour des appels nationaux

La question 1.1.3 du questionnaire portait sur l'utilisation de la téléphonie par Internet pour des appels nationaux. Elle était formulée comme suit : *Si vous utilisez la téléphonie par Internet (ex: Skype) pour des appels nationaux, vous l'utilisez pour appeler: vers un autre ordinateur, vers un téléphone fixe ou mobile ou les deux.*

Il s'agit d'une nouvelle question par rapport à 2013.

Destination des appels via la téléphonie par Internet (VoIP) en 2014

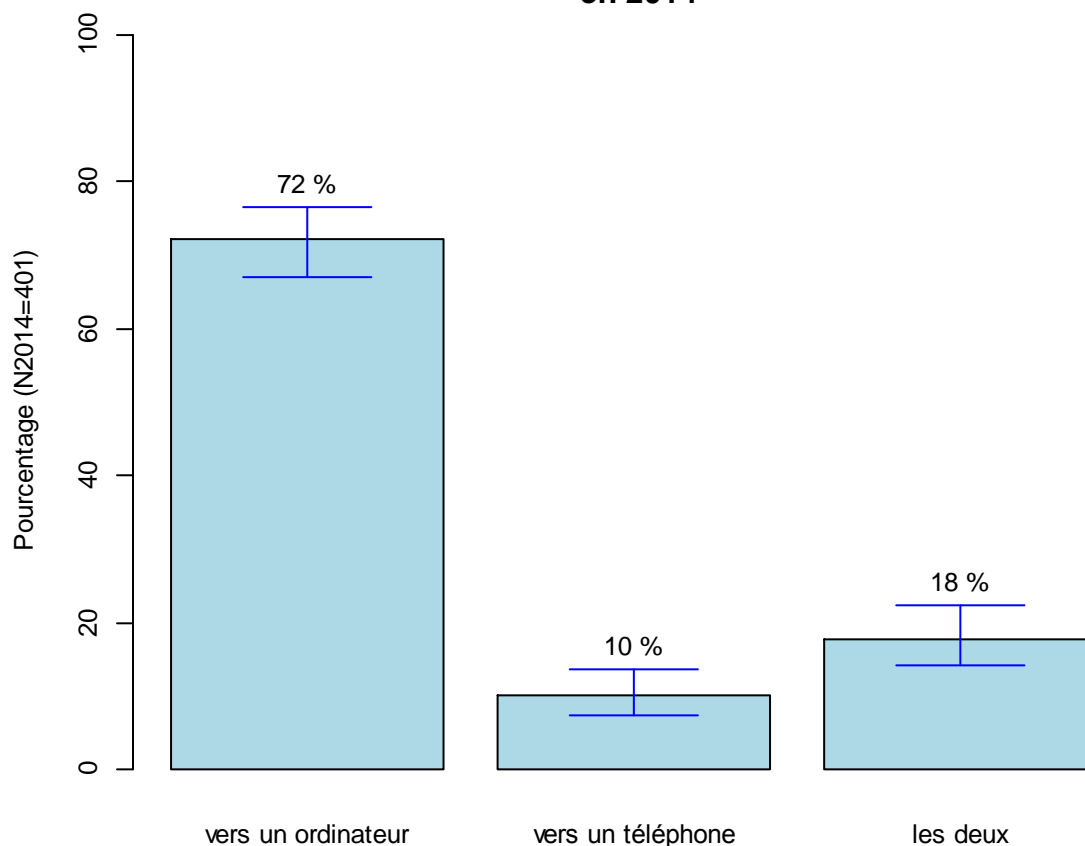


Figure 18 : Destination des appels via la téléphonie par Internet (VoIP) en 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 72% des répondants ont sélectionné la réponse vers un ordinateur, 10% ont sélectionné vers un téléphone, 18% ont sélectionné les deux.

La téléphonie par Internet en progression ces trois dernières années (Cf. Q1.1) semble néanmoins se cantonner essentiellement à l'appel entre ordinateurs.

Il n'y a pas de différence marquante sur cette question en fonction du genre, de l'âge ou de la Région.

2.7. Fréquence d'utilisation de la téléphonie par Internet pour des appels nationaux

La question 1.1.4 du questionnaire portait sur la fréquence d'utilisation de la téléphonie par Internet pour des appels nationaux. Elle était formulée comme suit : *Si vous utilisez la téléphonie par Internet*

(ex: Skype) pour des appels nationaux, vous l'utilisez: une fois par mois maximum, une fois par semaine ou plusieurs fois par semaine.

Il s'agit d'une nouvelle question par rapport à 2013.

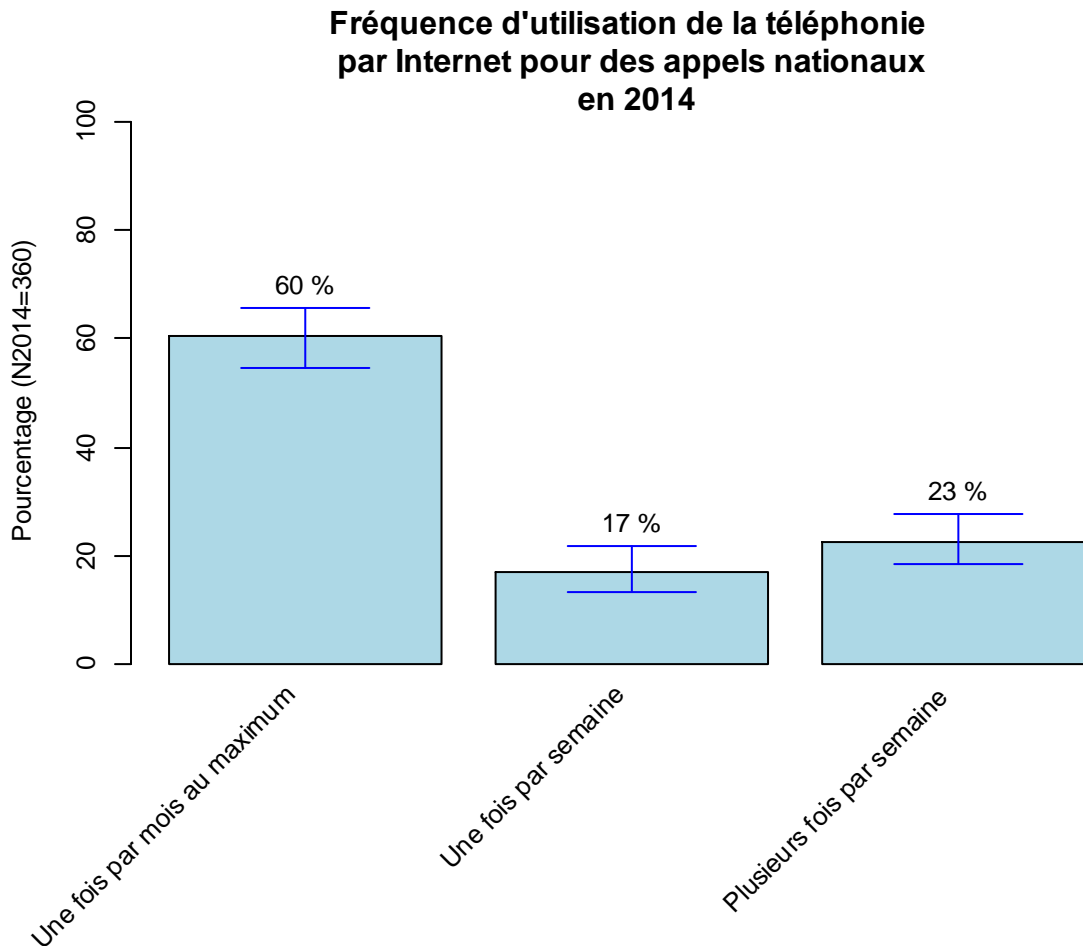


Figure 19 : Fréquence d'utilisation de la téléphonie par Internet pour des appels nationaux en 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 60% des répondants ont sélectionné la réponse Une fois par mois au maximum, 17% ont sélectionné Une fois par semaine, 23% ont sélectionné Plusieurs fois par semaine.

La téléphonie par Internet est de plus en plus utilisée (au moins une fois, cf. Q1.1) mais son usage reste ponctuel pour la plupart des répondants.

Il y a peu de différence au niveau des fréquences d'utilisation en fonction des variables sociodémographiques.

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

La question 4.12 portait sur l'utilisation de l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur Internet à domicile. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à Internet à domicile. Seuls 87% des répondants (1060 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

Elle était formulée comme suit : *Pour votre Internet à domicile, utilisez-vous l'adresse e-mail mise à disposition par votre opérateur avec votre propre nom?* Les réponses proposées étaient : *Oui, c'est mon unique adresse e-mail ; Oui, c'est mon adresse principale ; Oui, mais ce n'est pas mon adresse principale ; Non, je n'utilise pas cette adresse ; Je ne sais pas si j'ai une adresse à mon nom mise à disposition par mon opérateur.*

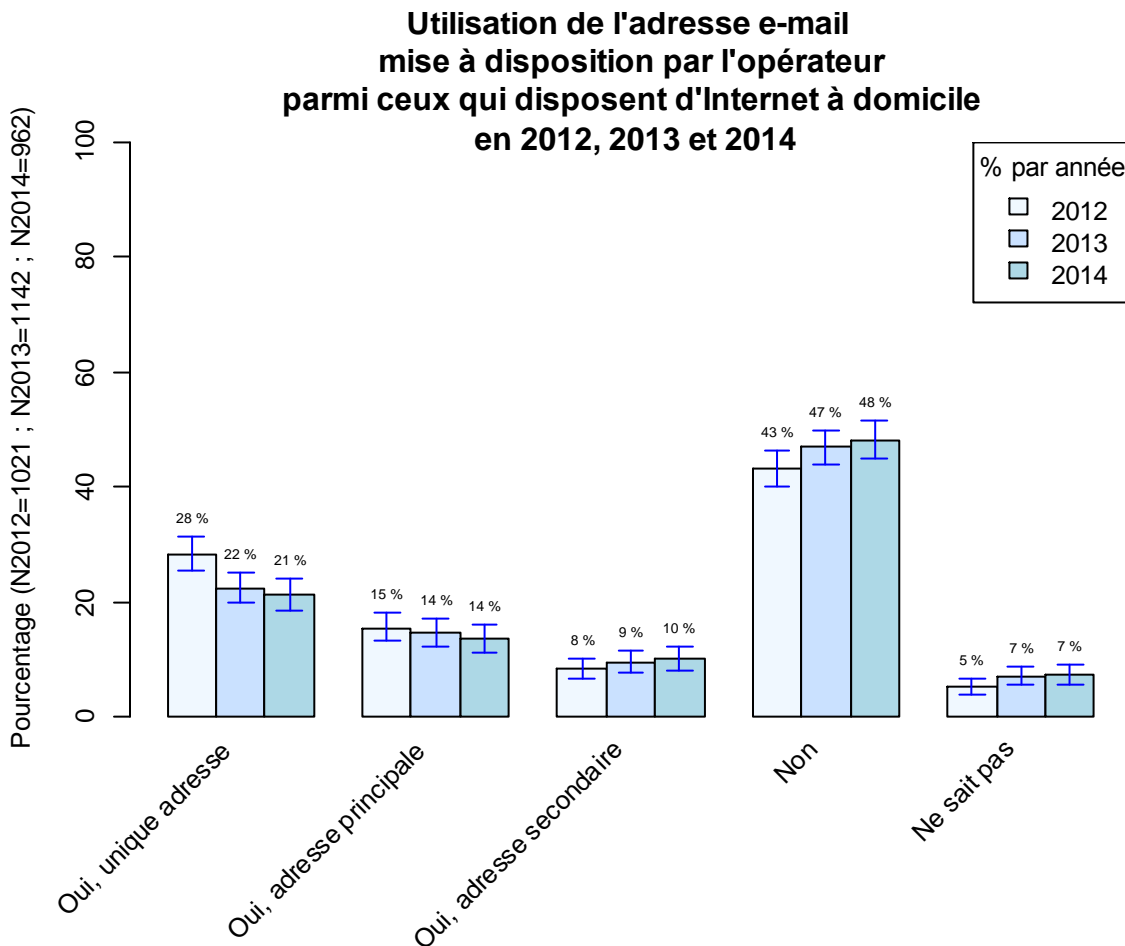


Figure 20 : Utilisation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 48% de ceux qui ont Internet à domicile (38% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Non, 21% (17%) ont sélectionné Oui, unique adresse, 14% (11%) ont sélectionné Oui, adresse principale, 10% (8%) ont sélectionné Oui, adresse secondaire, 7% (6%) ont sélectionné Ne sait pas.

D'année en année, on constate une décroissance de l'usage de l'adresse e-mail fournie par l'opérateur. Cette décroissance est significative entre 2012 et 2014 pour ce qui est de la réponse adresse unique.

Une personne sur deux utilise l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur. Pour 21% des répondants disposant d'Internet, c'est par ailleurs leur seule adresse e-mail.

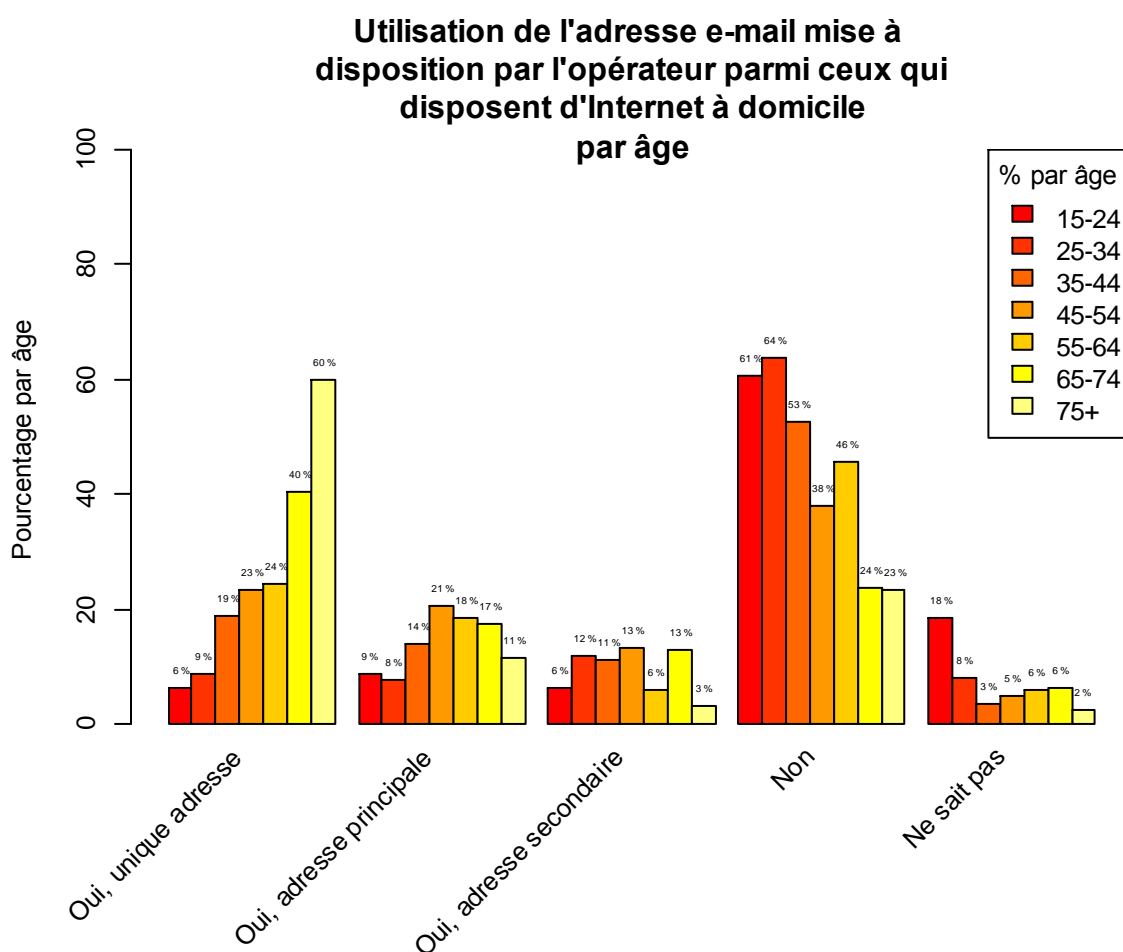


Figure 21 : Utilisation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile

Le graphe ci-dessus illustre les grandes différences dans les réponses selon la catégorie d'âge : les plus jeunes n'utilisent pas l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur alors que les plus âgés l'utilisent plus souvent, voire même à titre exclusif pour plus d'un répondant sur deux au-dessus de 75 ans.

2.9. Conclusions sur l'utilisation des télécommunications

- Les quatre services les plus fréquemment utilisés, seuls ou combinés, sont le téléphone mobile, la télévision, Internet à la maison et le téléphone fixe. À l'exception du téléphone fixe et de la télévision, les autres équipements et services continuent à être moins utilisés par les personnes plus âgées qui sont toutefois de plus en plus nombreuses à posséder un GSM.
- La majorité des utilisateurs des services de télécommunication ont une partie de leurs services regroupés au sein d'un bundle. Les deux bundles les plus répandus sont le triple play classique : télévision, téléphone fixe et Internet et le double play alliant la télévision au téléphone fixe. Enfin, il est intéressant de noter que la définition de bundle ou de pack semble différente entre les utilisateurs et le régulateur, l'IBPT.
- Les opérateurs historiques sont les plus utilisés par les répondants.
- L'importance de la téléphonie par Internet (ex: Skype) augmente d'année en année. Néanmoins son usage reste majoritairement ponctuel et se limite à un usage entre ordinateurs.
- L'adresse e-mail fournie par l'opérateur est utilisée par une personne sur deux et de manière exclusive par une personne sur cinq.

3. Satisfaction, confiance et problèmes rencontrés

Dans cette section sont rassemblées les questions relatives à la confiance et à la satisfaction des utilisateurs ainsi que les questions se rapportant aux problèmes rencontrés et à l'attitude adoptée en cas de problème.

Parmi les 1217 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 971 répondants après pondération (80% de l'ensemble) ont répondu aux 8 questions non filtrées de cette section.

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

La question 2.6 portait sur le sentiment de bénéficier de l'offre la moins chère du marché. La question était formulée comme suit : *Pensez-vous bénéficier actuellement de l'offre la moins chère du marché en fonction de votre profil d'utilisation?* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Certainement pas ; Probablement pas ; Probablement oui ; Certainement oui ; Sans avis.*

Bénéficie de l'offre la moins chère du marché en 2012, 2013 et 2014

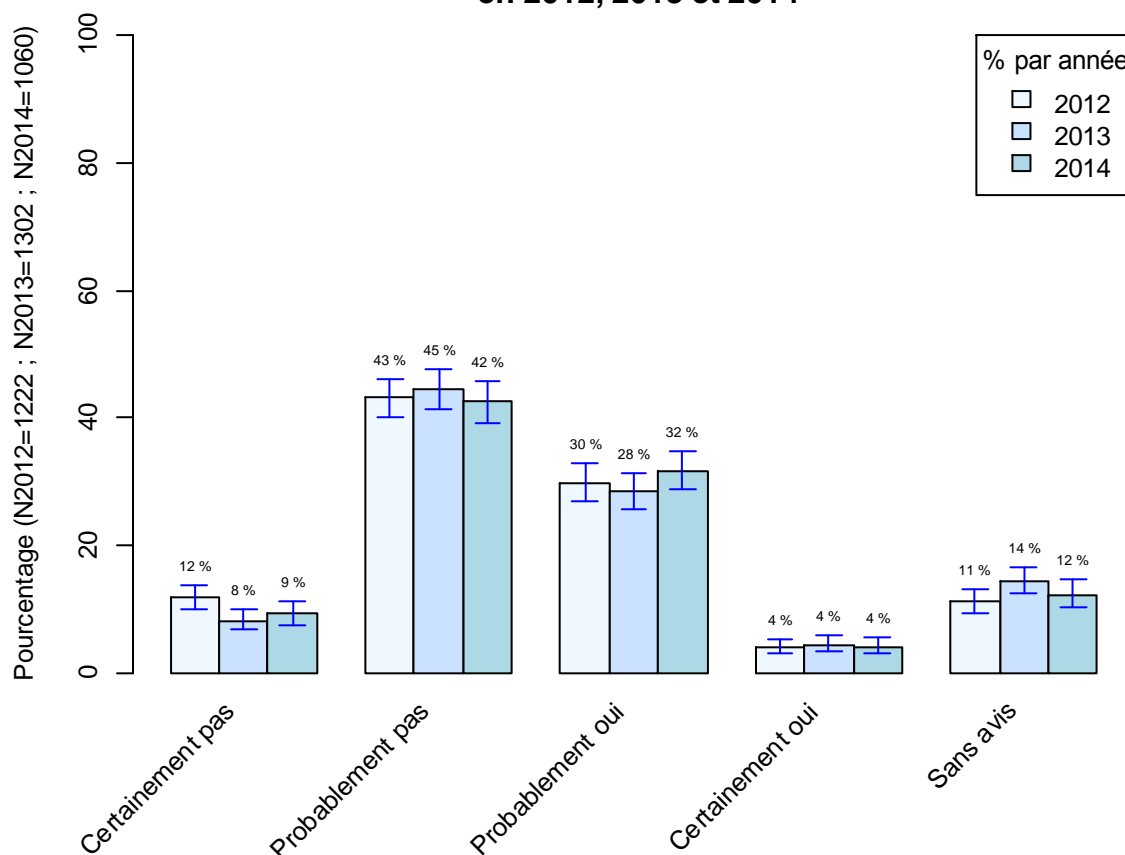


Figure 22 : Bénéficie de l'offre la moins chère du marché en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 42% des répondants ont sélectionné la réponse Probablement pas, 32% ont sélectionné Probablement oui, 12% ont sélectionné Sans avis, 9% ont sélectionné Certainement pas, 4% ont sélectionné Certainement oui.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Un certain nombre de consommateurs estiment qu'ils ne bénéficient sans doute pas de l'offre la moins chère du marché. Peu de consommateurs se positionnent avec certitude sur cette question.

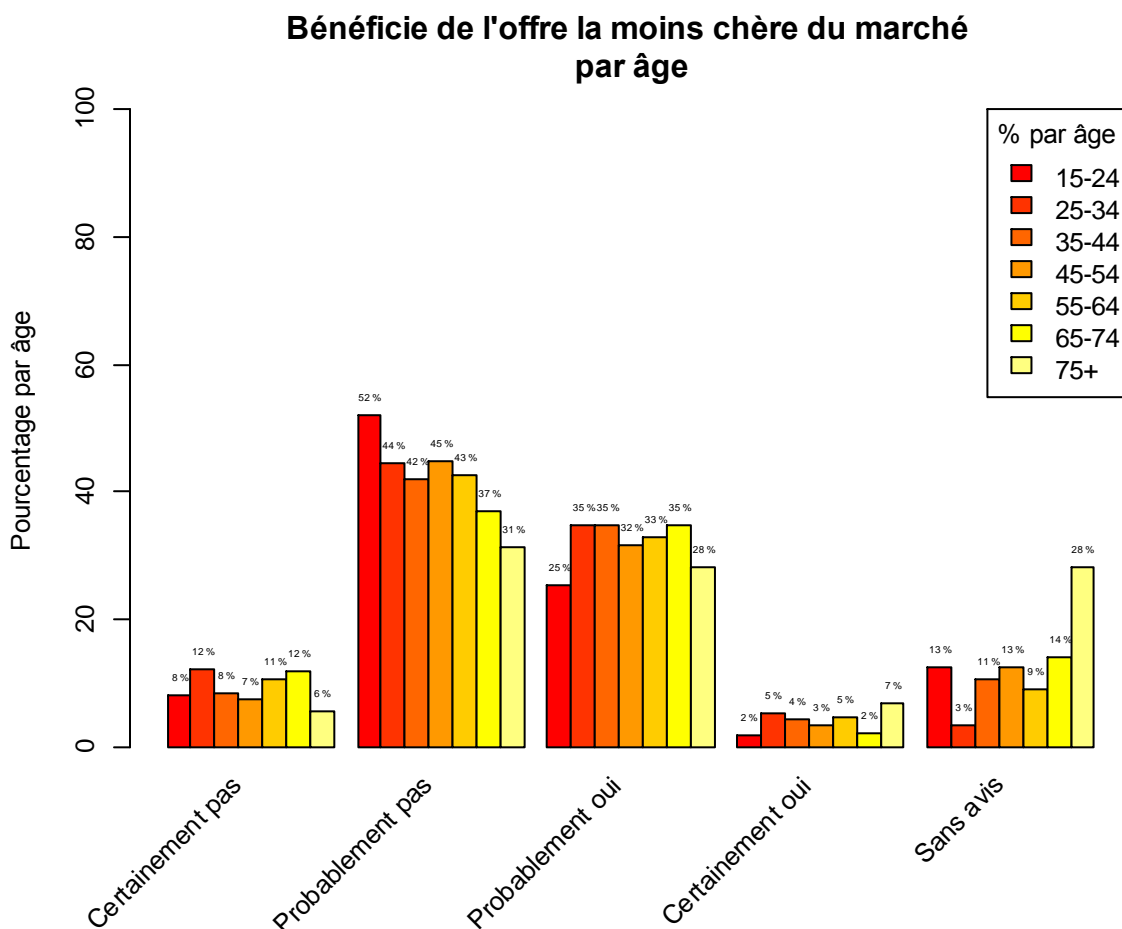


Figure 23 : Bénéficiaire de l'offre la moins chère du marché par âge

Le sentiment de ne pas bénéficier de l'offre la moins chère est plus présent chez les jeunes. Les plus de 75 ans quant à eux sont nombreux à ne pas se prononcer sur la question. L'analyse en fonction du sexe et de la Région n'apporte rien de nouveau.

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

La question 2.2 concerne la confiance des utilisateurs. Elle était formulée comme suit : *Dans quelle mesure faites-vous confiance à votre opérateur par rapport a) au respect de vos droits en tant que consommateur? b) aux informations qu'il vous fournit? c) à la fiabilité de la facturation?* Pour chaque item, la réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés *Pas du tout confiant* pour 0 et *Tout à fait confiant* pour 10. Une option *Sans avis* était également proposée.

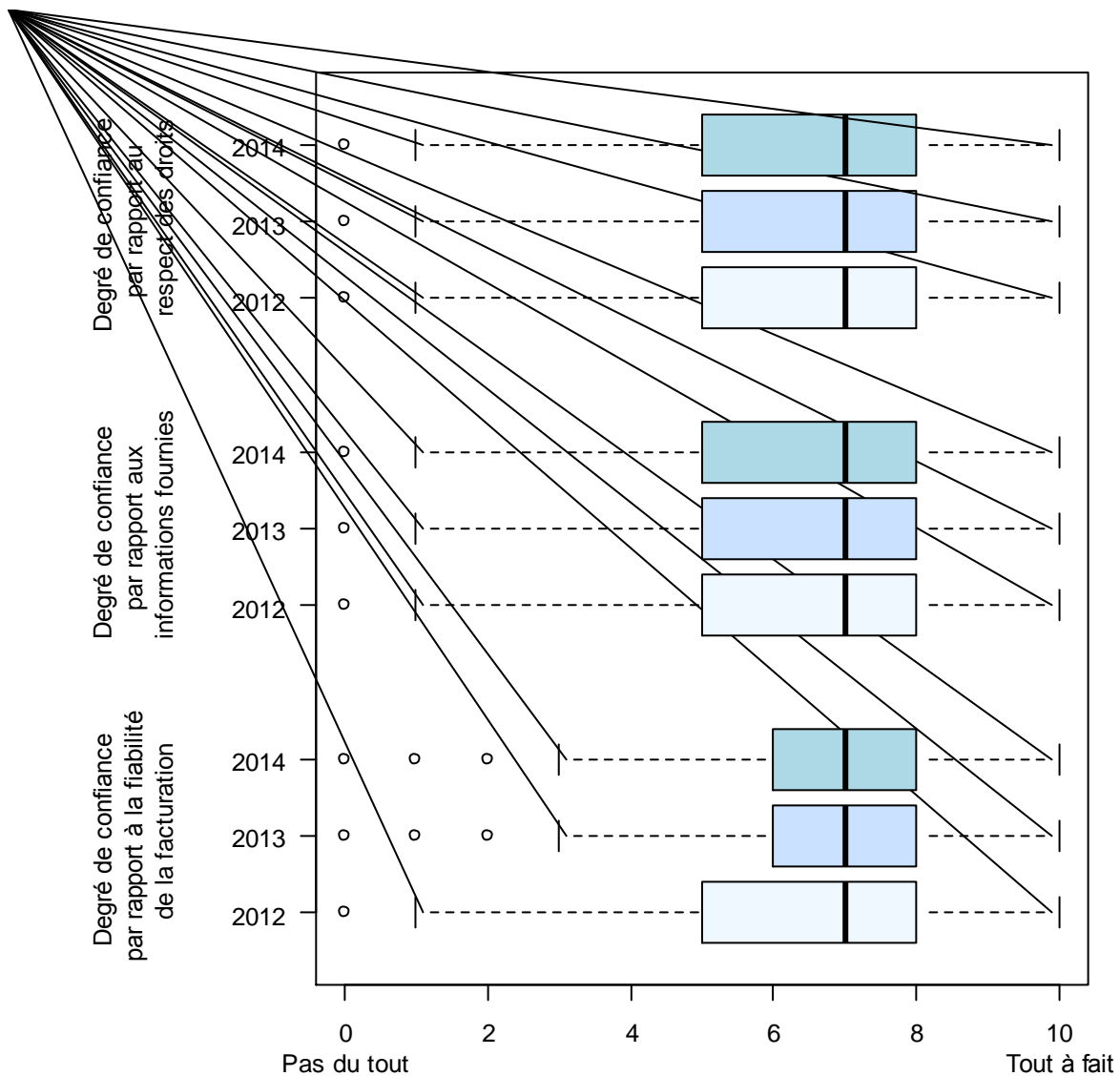


Figure 24 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans	NAs
Degré de confiance par rapport au respect des droits	0	5	7	8	10	6.3	983	176	58
Degré de confiance par rapport aux informations	0	5	7	8	10	6.3	1046	119	52
Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la	0	6	7	8	10	6.8	1054	107	56

Table 4 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits en 2014

Le graphe et la table ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée pour les 3 variables. 85% des répondants ont donné une réponse à l'item Degré de confiance par rapport au respect des droits et 15% se sont déclarés Sans avis. 90% des répondants ont donné une réponse à l'item Degré de confiance par rapport aux informations fournies et 10% se sont déclarés

Sans avis. 91% des répondants ont donné une réponse à l'item Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation et 9% se sont déclarés Sans avis.

La corrélation entre les items Degré de confiance par rapport au respect des droits et Degré de confiance par rapport aux informations fournies est forte ($r=0.719$). La corrélation entre les items Degré de confiance par rapport au respect des droits et Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation est moyenne ($r=0.535$). La corrélation entre les items Degré de confiance par rapport aux informations fournies et Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation est forte ($r=0.622$).

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif par rapport à l'an passé. L'augmentation de la confiance dans la fiabilité des facturations observée en 2013 semble confirmée.

La confiance est généralement élevée : 75% des répondants sont moyennement confiants à très confiants, quel que soit l'item. Rien ne différencie significativement les items proposés.

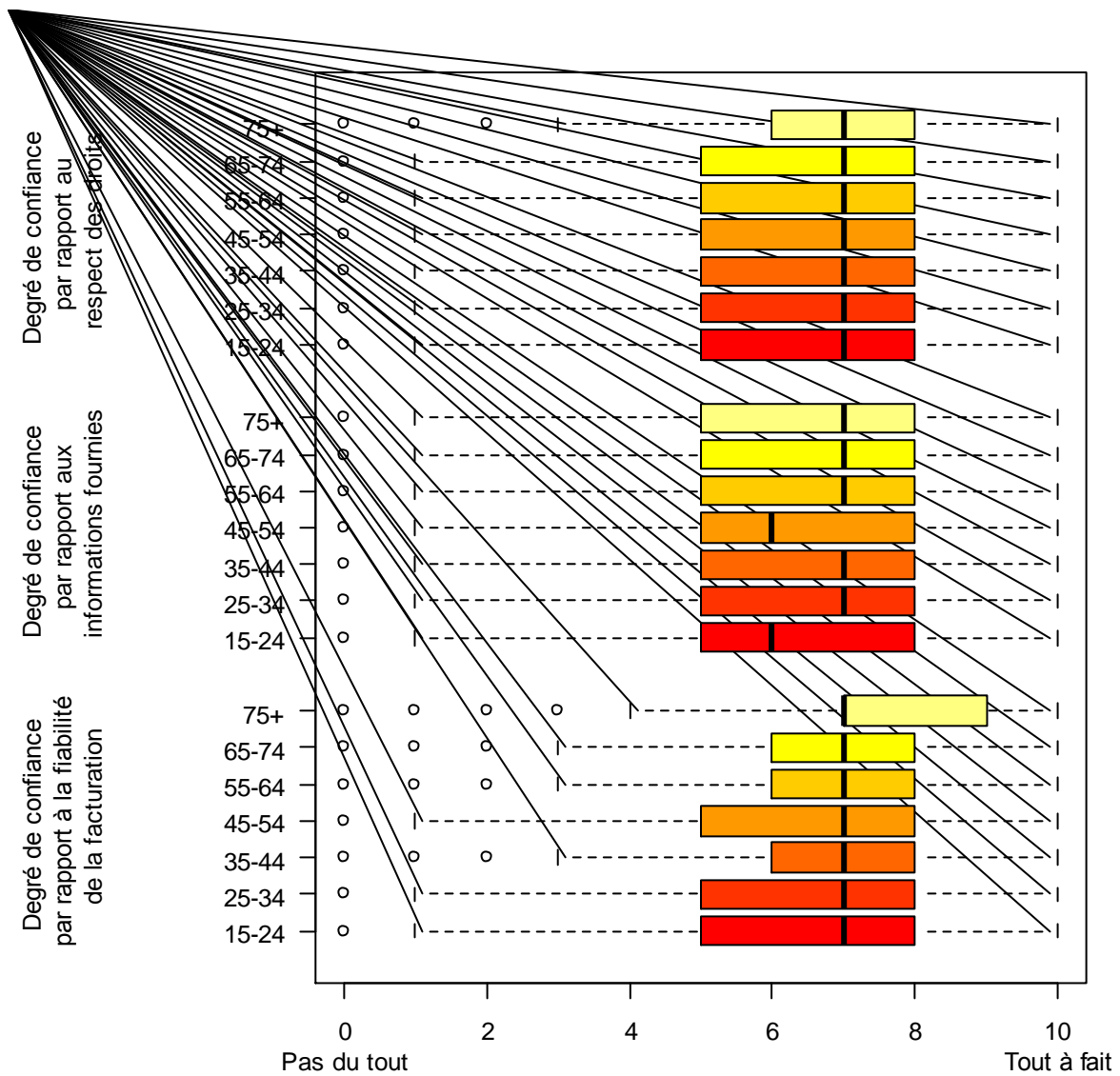


Figure 25 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par âge

Le graphe ci-dessus nous indique que la confiance dans la facturation augmente légèrement avec l'âge alors qu'elle reste stable pour les autres questions. Au niveau des Régions (graphe ci-dessous), Bruxelles présente une confiance généralement plus basse à l'inverse de la Flandre. Il n'y a pas de différence entre les sexes.

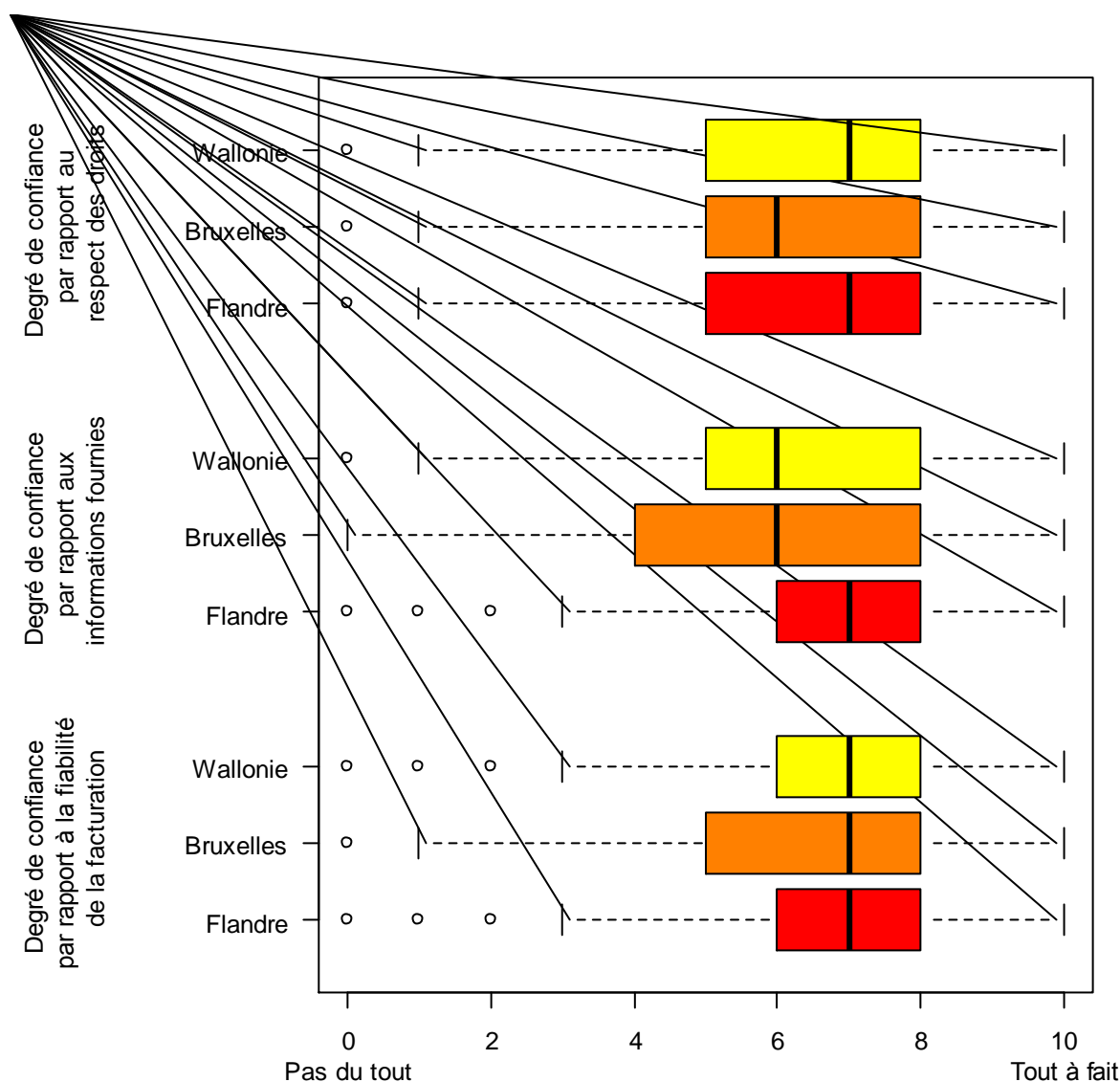


Figure 26 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation, aux informations fournies, et au respect des droits par Région

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

La question 2.1 était formulée comme suit : *Quel est votre degré de satisfaction par rapport a) aux tarifs disponibles sur le marché, c'est-à-dire chez l'ensemble des différents opérateurs existants? b) aux tarifs dont vous disposez chez votre opérateur? c) au service dont vous avez bénéficié l'année précédente chez votre opérateur?* Pour chaque item, la réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés *Pas du tout satisfait* pour 0 et *Tout à fait satisfait* pour 10. Une option *Sans avis* était également proposée.

L'item *b) aux tarifs dont vous disposez chez votre opérateur?* a été ajouté cette année.

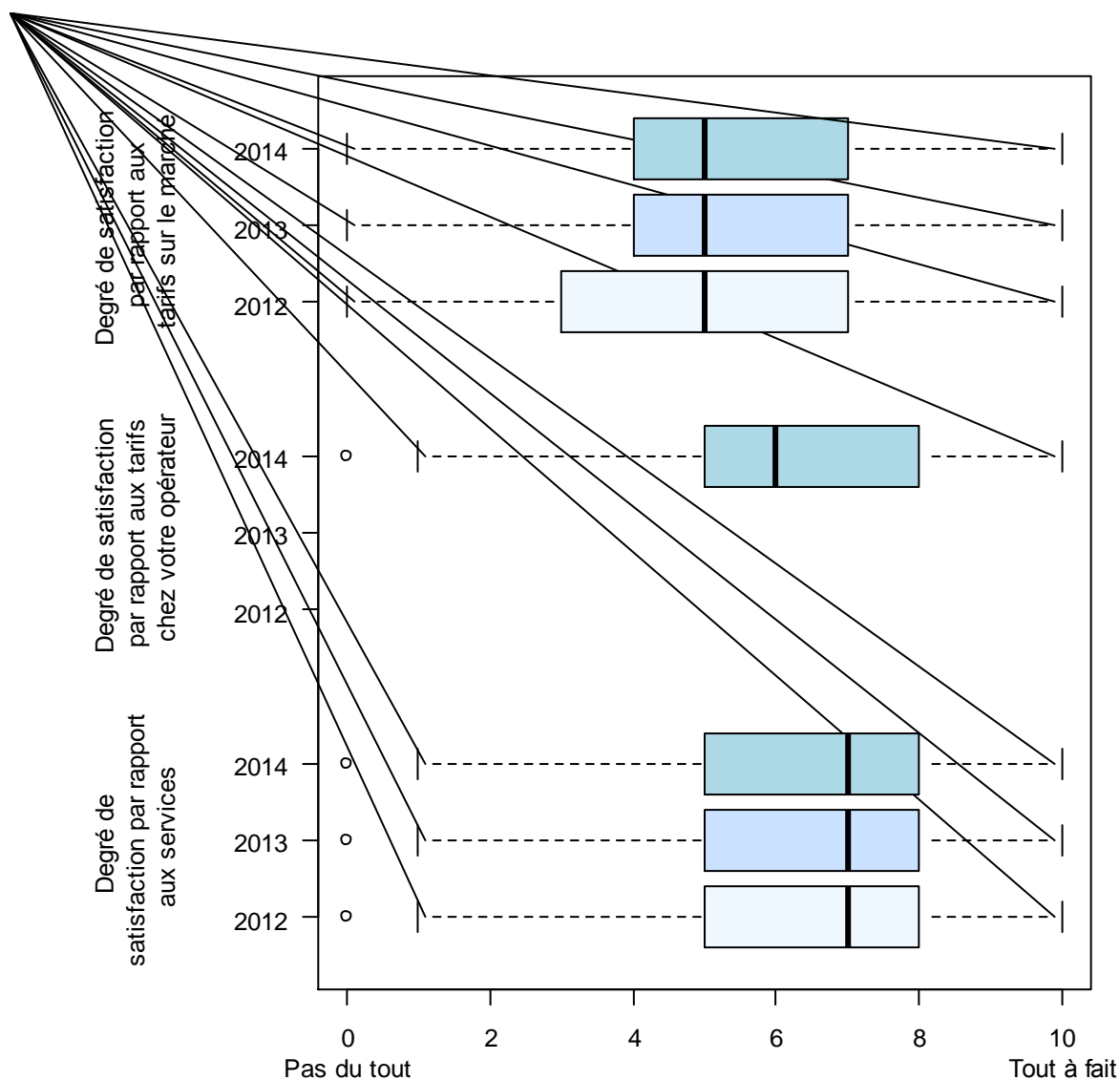


Figure 27 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans	NAs
Degré de satisfaction par rapport aux tarifs sur le	0	4	5	7	10	5.1	886	262	69
Degré de satisfaction par rapport aux tarifs chez votre	0	5	6	8	10	6	999	155	63
Degré de satisfaction par rapport aux services	0	5	7	8	10	6.4	977	160	81

Table 5 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs en 2014

Le graphe et la table ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée pour les 3 variables. 77% des répondants ont donné une réponse à l'item Degré de satisfaction par rapport aux tarifs sur le marché et 23% se sont déclarés Sans avis. 87% des répondants ont donné

une réponse à l'item Degré de satisfaction par rapport aux tarifs chez votre opérateur et 13% se sont déclarés Sans avis. 86% des répondants ont donné une réponse à l'item Degré de satisfaction par rapport aux services et 14% se sont déclarés Sans avis.

La corrélation entre les items Degré de satisfaction par rapport aux tarifs sur le marché et Degré de satisfaction par rapport aux tarifs chez votre opérateur est moyenne ($r=0.598$). La corrélation entre les items Degré de satisfaction par rapport aux tarifs sur le marché et Degré de satisfaction par rapport aux services est faible ($r=0.338$). La corrélation entre les items Degré de satisfaction par rapport aux tarifs chez votre opérateur et Degré de satisfaction par rapport aux services est moyenne ($r=0.568$).

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

La satisfaction est plus élevée par rapport aux services que par rapport aux tarifs et les consommateurs sont plus satisfaits des tarifs de leur opérateur que des tarifs de la concurrence. Il y a autant d'insatisfaits (satisfaction<5/10) que de satisfaits (satisfaction>5/10) par rapport aux tarifs sur le marché alors qu'ils sont plus de 75% de satisfaits par rapport aux services. Notons également le grand nombre de répondants qui sont sans avis sur la question.

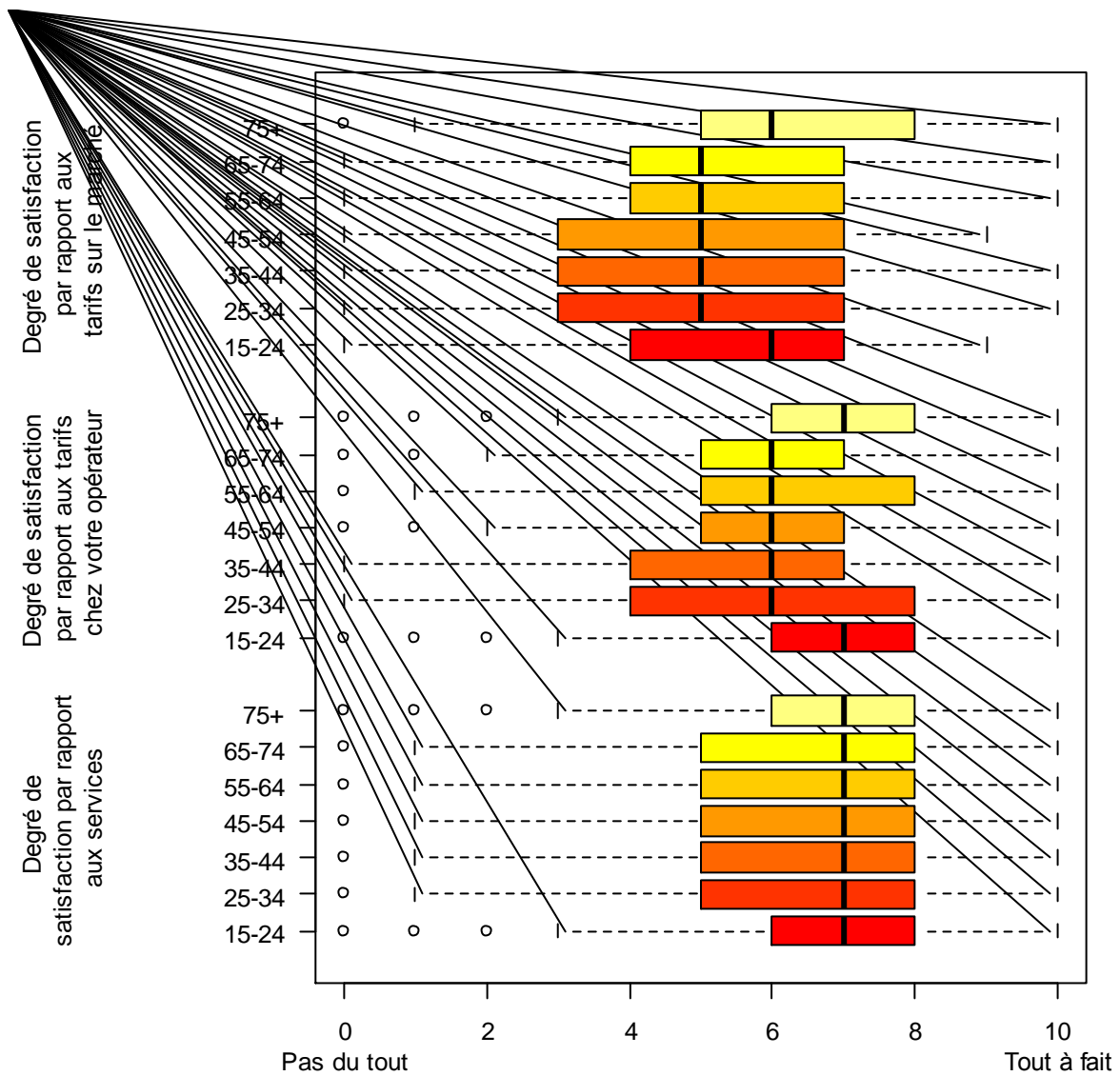


Figure 28 : Degré de satisfaction par rapport aux services et aux tarifs par âge

Le graphe ci-dessus nous indique que l'insatisfaction par rapport aux tarifs est la plus forte chez les 25-44 ans. La satisfaction par rapport aux services reste globalement stable avec l'âge. Quelle que soit la sous-question, la Wallonie et Bruxelles sont systématiquement en retrait sur par rapport à la Flandre au niveau de la satisfaction (graphe ci-dessous). Il n'y a pas de différence entre les sexes.

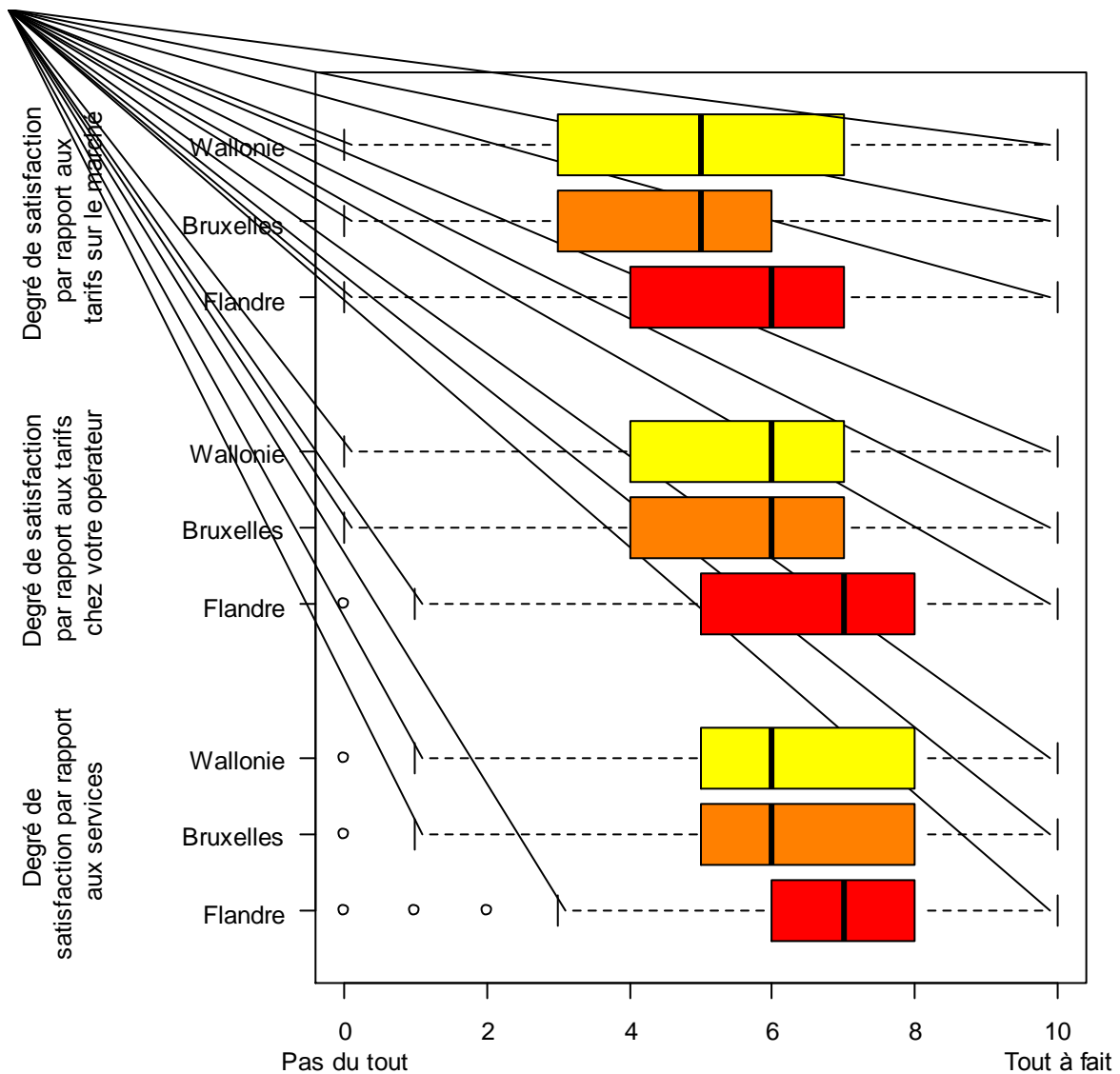


Figure 29 : Degré de satisfaction par rapport aux services et degré de satisfaction par rapport aux tarifs chez votre opérateur et degré de satisfaction par rapport aux tarifs sur le marché par Région

3.4. Vitesse de connexion correspondant à la vitesse annoncée

La question 4.14 portait sur l'adéquation entre la vitesse réelle et la vitesse annoncée d'Internet à domicile. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à Internet à domicile. Seuls 87% des répondants (1060 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

Elle était formulée comme suit : *Dans quelle mesure considérez-vous que la vitesse de votre connexion à Internet correspond à la vitesse annoncée par votre opérateur?* La réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient

labellisés Ne correspond pas du tout pour 0 et Correspond tout à fait pour 10. Une option Sans avis était également proposée.

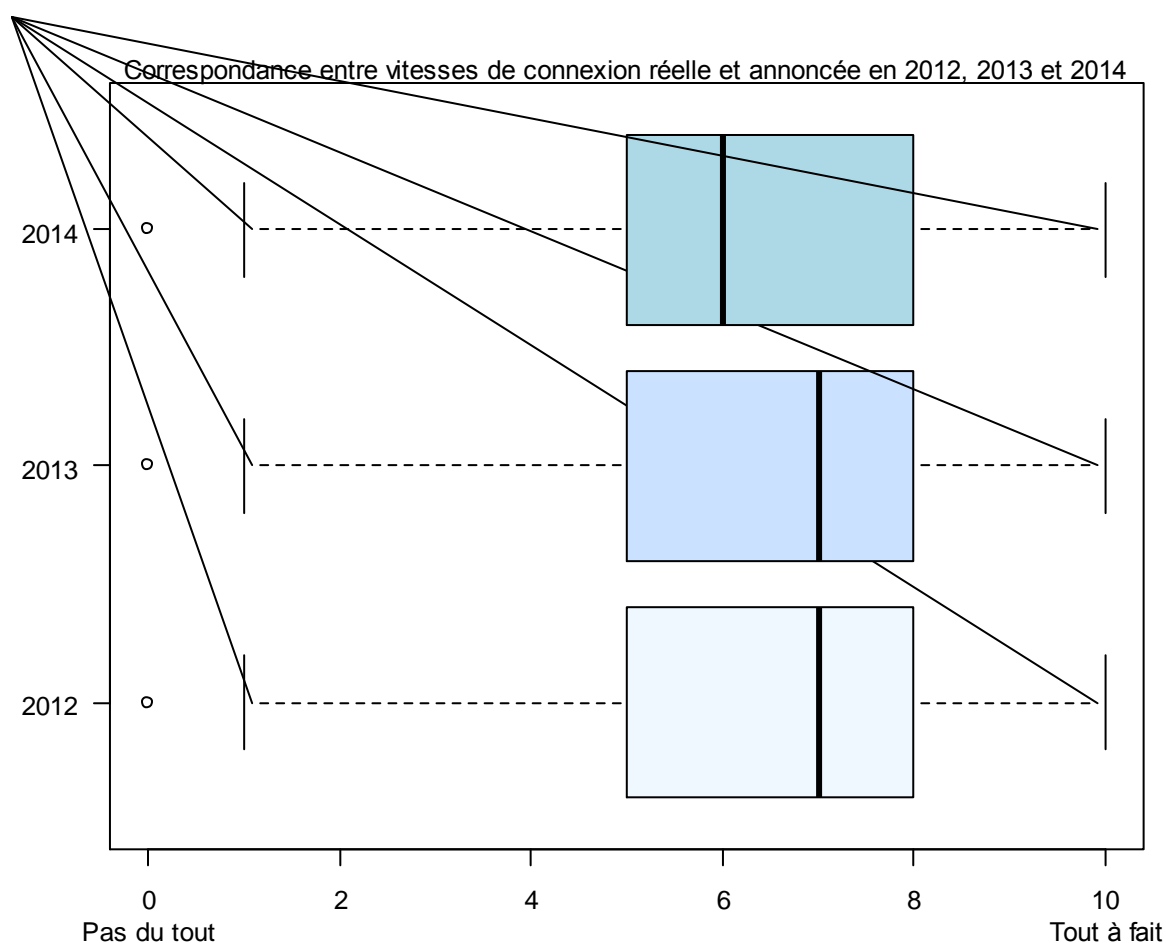


Figure 30 : Correspondance entre vitesses de connexion réelle et annoncée en 2012, 2013 et 2014

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans	NAs
La vitesse de connexion correspond à la vitesse	0	5	6	8	10	5.9	776	206	235

Table 6 : Correspondance entre vitesses de connexion réelle et annoncée en 2014

Le graphe et la table ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée. 79% des répondants ont donné une réponse à l'item La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée et 21% se sont déclarés Sans avis.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années d'enquête, on observe tout au plus une légère diminution de la satisfaction cette année.

Les répondants sont globalement satisfaits de l'adéquation entre vitesses de connexion annoncée et réelle. 75% d'entre eux sont satisfaits à tout à fait satisfaits.

Il n'y a pas de grandes différences au niveau des variables sociodémographiques.

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

La question 2.3 du questionnaire concerne les problèmes rencontrés par les utilisateurs. Elle était formulée comme suit : *Au cours des trois dernières années, avez-vous rencontré un ou des problème(s) avec votre opérateur?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*. Cette question constituait un filtre pour la question suivante.

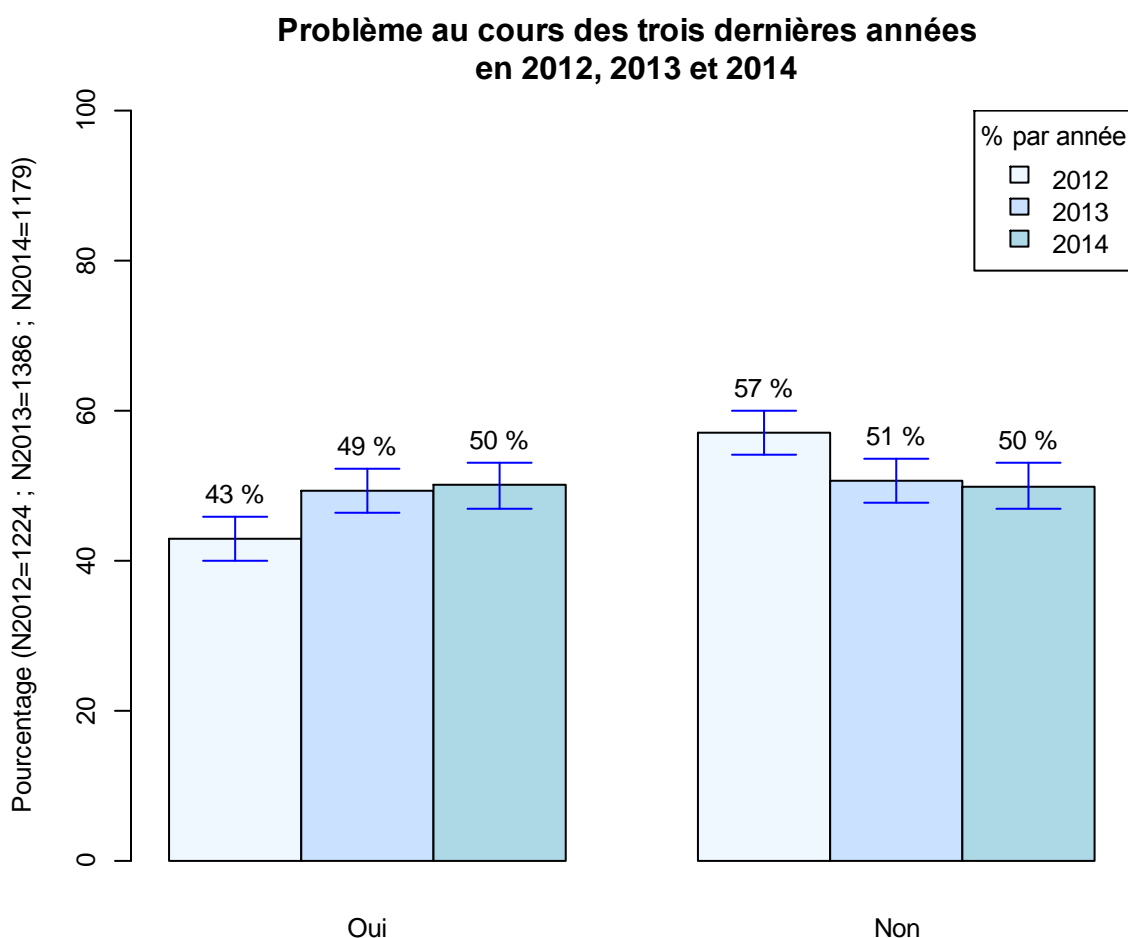


Figure 31 : Problème au cours des trois dernières années en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 50% des répondants ont sélectionné la réponse Oui, 50% ont sélectionné Non.

En 2013, les participants rapportaient davantage de problèmes qu'en 2012 (différence significative : augmentation proportionnelle de 14%). Le seuil de 50% est atteint cette année, confirmant la tendance à la hausse observée l'an passé.

Une personne sur deux déclare avoir rencontré un problème au cours des trois dernières années.

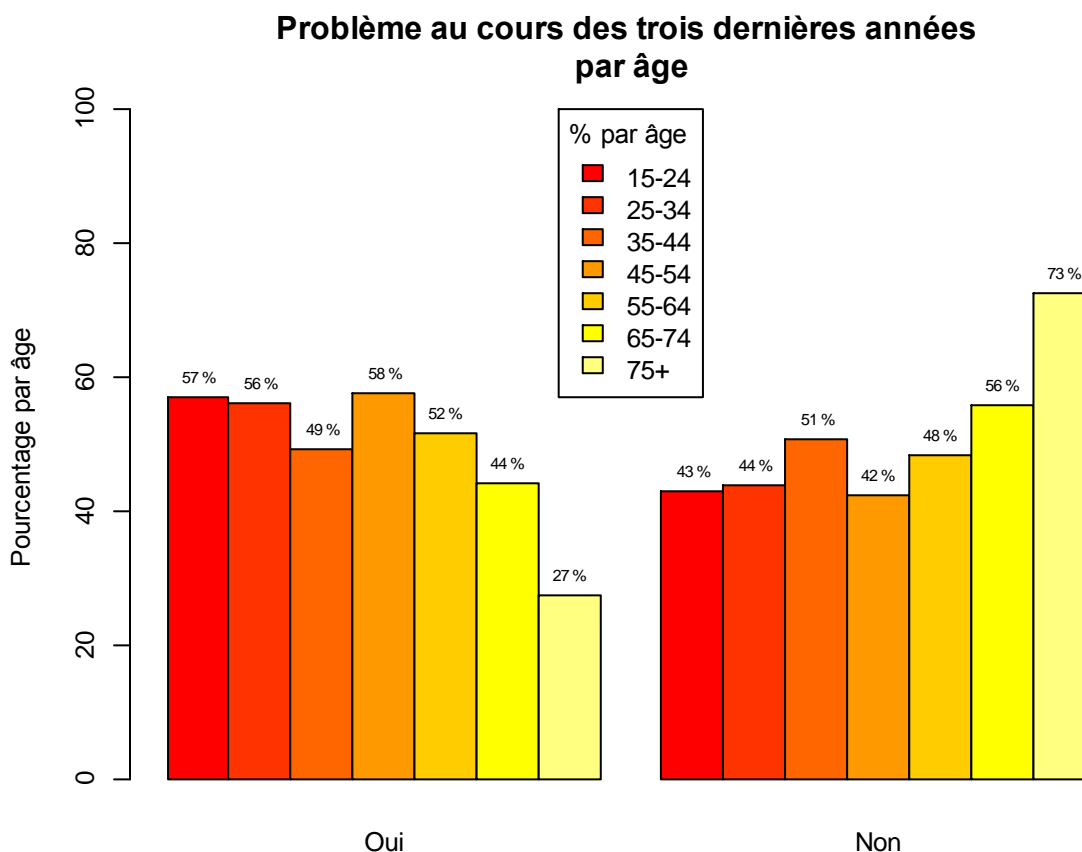


Figure 32 : Problème au cours des trois dernières années par âge

Le graphe ci-dessus illustre les différences dans les réponses selon la catégorie d'âge. Les personnes âgées déclarent moins de problèmes que les autres. Ceci reste en accord avec les conclusions des 2 questions précédentes qui nous montraient que la confiance et la satisfaction augmentent avec l'âge.

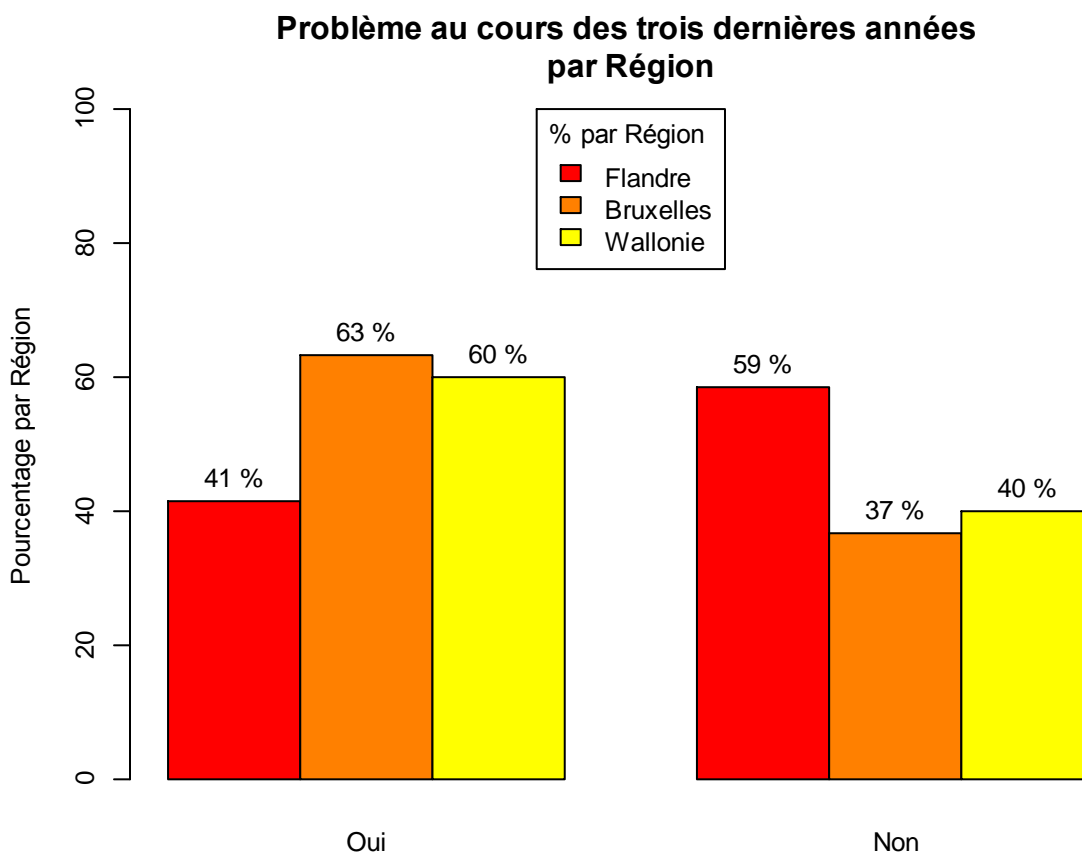


Figure 33 : Problème au cours des trois dernières années par Région

Au niveau des Régions, Bruxelles présente un taux de problèmes plus élevé. A l'inverse, la Flandre rassemble les répondants ayant déclaré le moins de problèmes. Au niveau de la variable sexe, il n'y a rien de particulier à signaler.

3.6. Services avec lesquels il y a eu des problèmes

La question 2.3.1 portait sur les services concernés par le/les problème(s) rencontré(s) au cours des trois dernières années. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré, à la question précédente, avoir rencontré un/des problème(s). Seuls 50% des répondants (483 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

La question était formulée comme suit : *Si oui, avec quel(s) service(s) avez-vous rencontré des problèmes? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Télévision ; Téléphone fixe ; Téléphone mobile (GSM ou Smartphone) ; Téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP (exemple : Skype) ; Internet à la maison ; Internet en déplacement sur GSM ou*

Smartphone ; Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable ; Réseaux Wi-Fi partagé (exemple : Hotspots).

La question est apparue en 2013.

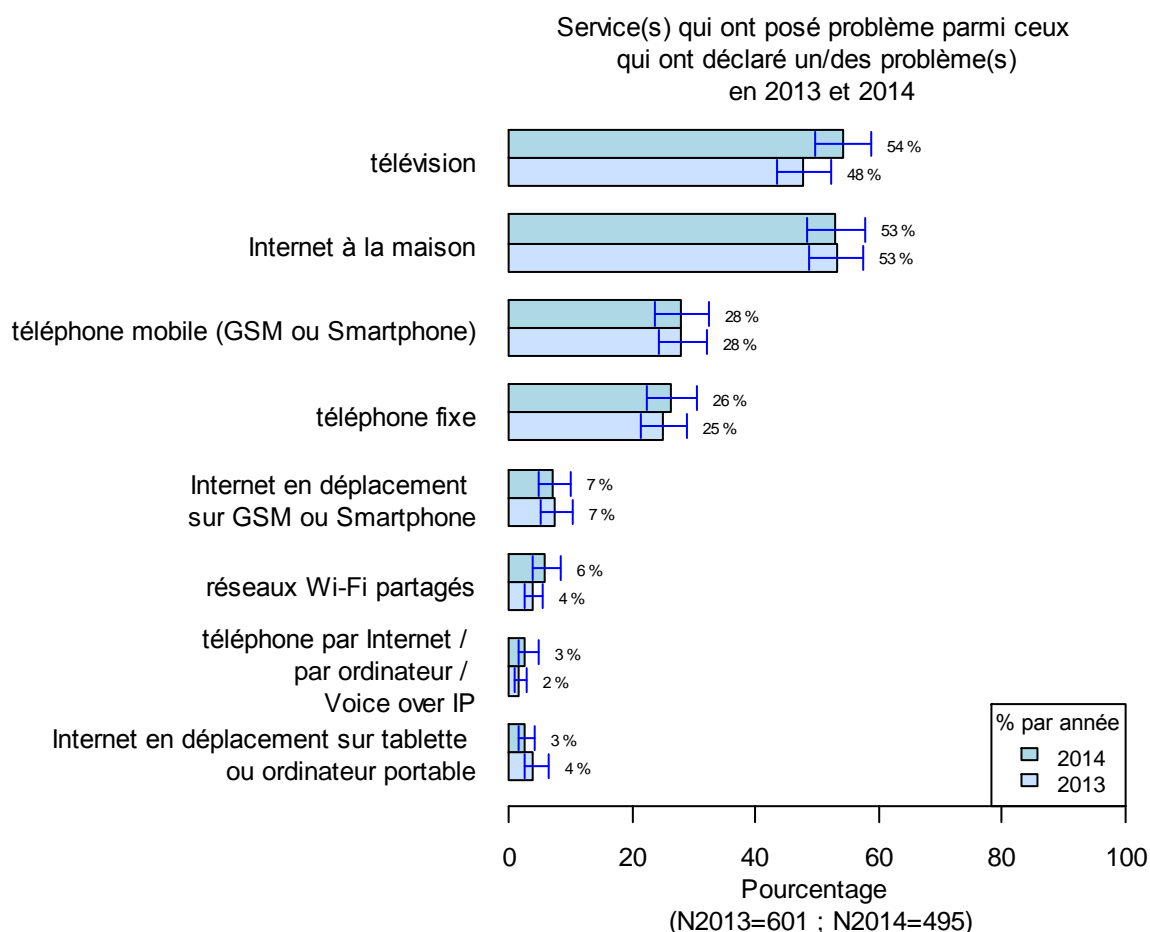


Figure 34 : Service(s) qui ont posé problème parmi ceux qui ont déclaré un/des problème(s) en 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 54% de ceux qui ont déclaré avoir rencontré des problèmes (23% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse télévision, 53% (22%) ont sélectionné Internet à la maison, 28% (12%) ont sélectionné téléphone mobile (GSM ou Smartphone), 26% (11%) ont sélectionné téléphone fixe, 7% (3%) ont sélectionné Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone, 6% (2%) ont sélectionné réseaux Wi-Fi partagés, 3% (1%) ont sélectionné téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP, 3% (1%) ont sélectionné Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable. La question et les réponses obtenues ne permettent cependant pas de savoir si le problème rencontré par l'utilisateur dépend effectivement de son opérateur ou plutôt du matériel personnel utilisé (ordinateur ou téléphone, par exemple).

Il n'y a pas de changement significatif par rapport à l'an passé.

Internet et la télévision sont les services ayant posé le plus de problèmes. Les téléphonies mobile et fixe arrivent ensuite. Ces quatre services correspondent à ceux qui sont les plus souvent utilisés (cf. Q1.1).

Cette relativisation par rapport au taux de pénétration est confirmée par le graphe ci-dessous illustrant le taux de problème mis en proportion des utilisateurs. On constate un plus grand équilibre entre les services bien que l'Internet à domicile et la télévision restent en tête.

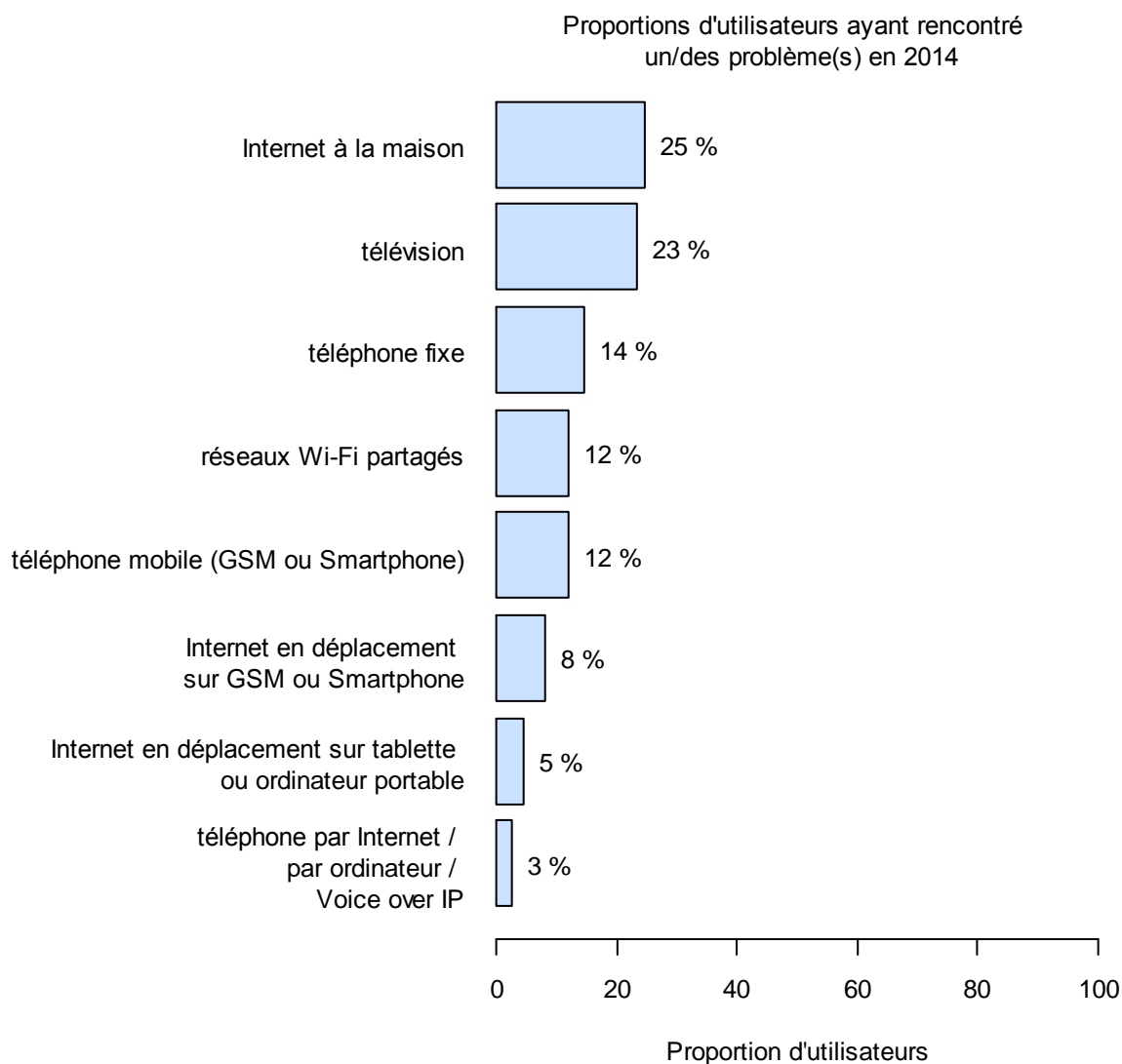


Figure 35 : Proportions d'utilisateurs d'équipement ou de service ayant rencontré un/des problème(s) en 2014

L'analyse des services ayant posé problème ventilée en fonction de l'âge, le sexe ou la Région des répondants ne montre pas de résultats réellement nouveaux.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	2	2	7

Table 7 : Nombre d'équipements ou services de télécommunications qui ont posé problème

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 7 sources parmi les 8 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 2 sources ou moins de 2 sources. 20% des répondants ont sélectionné 3 services ou plus de 3 services.

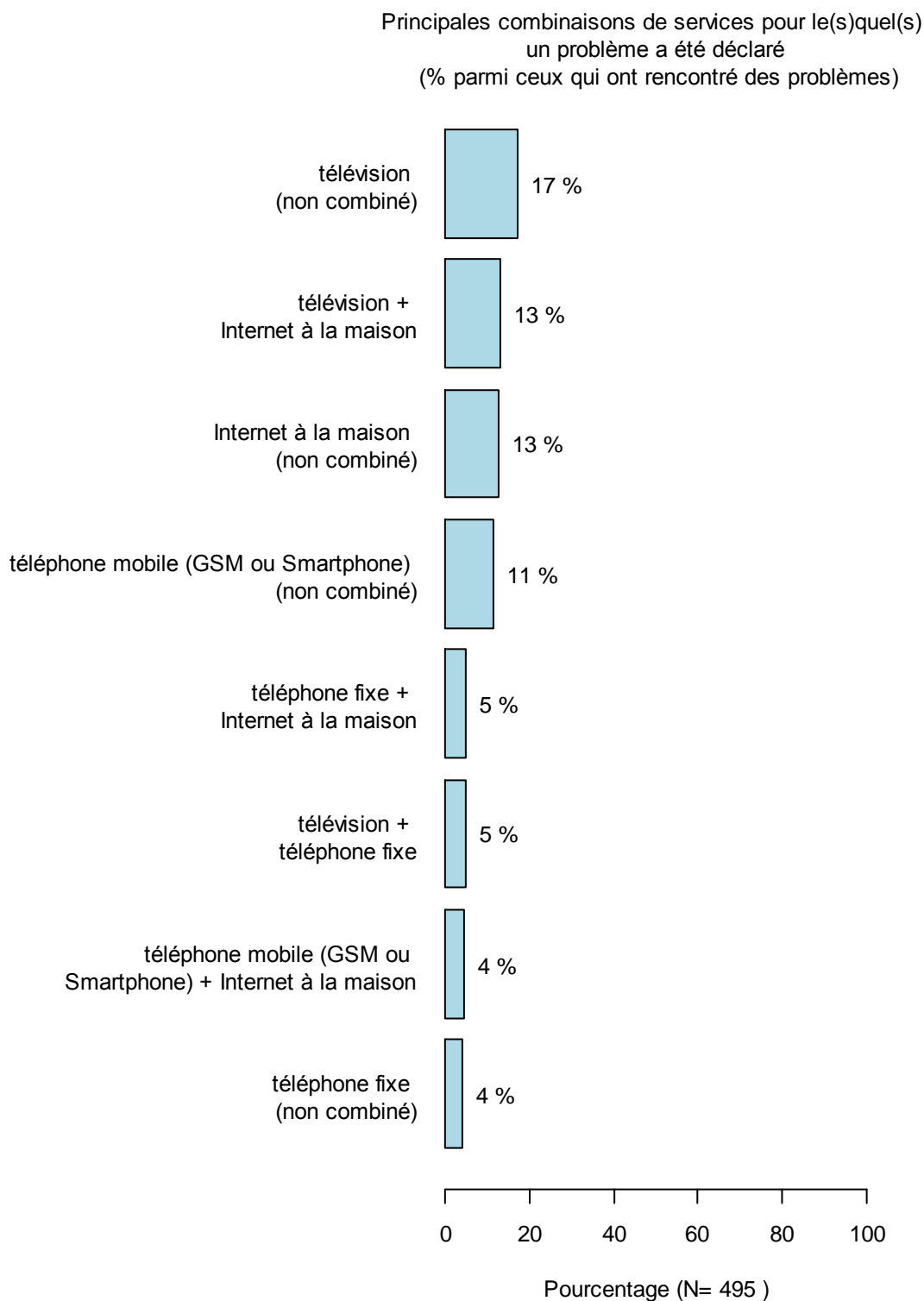


Figure 36 : Principales combinaisons de services pour le(s)quel(s) un problème a été déclaré (% parmi ceux qui ont rencontré des problèmes)

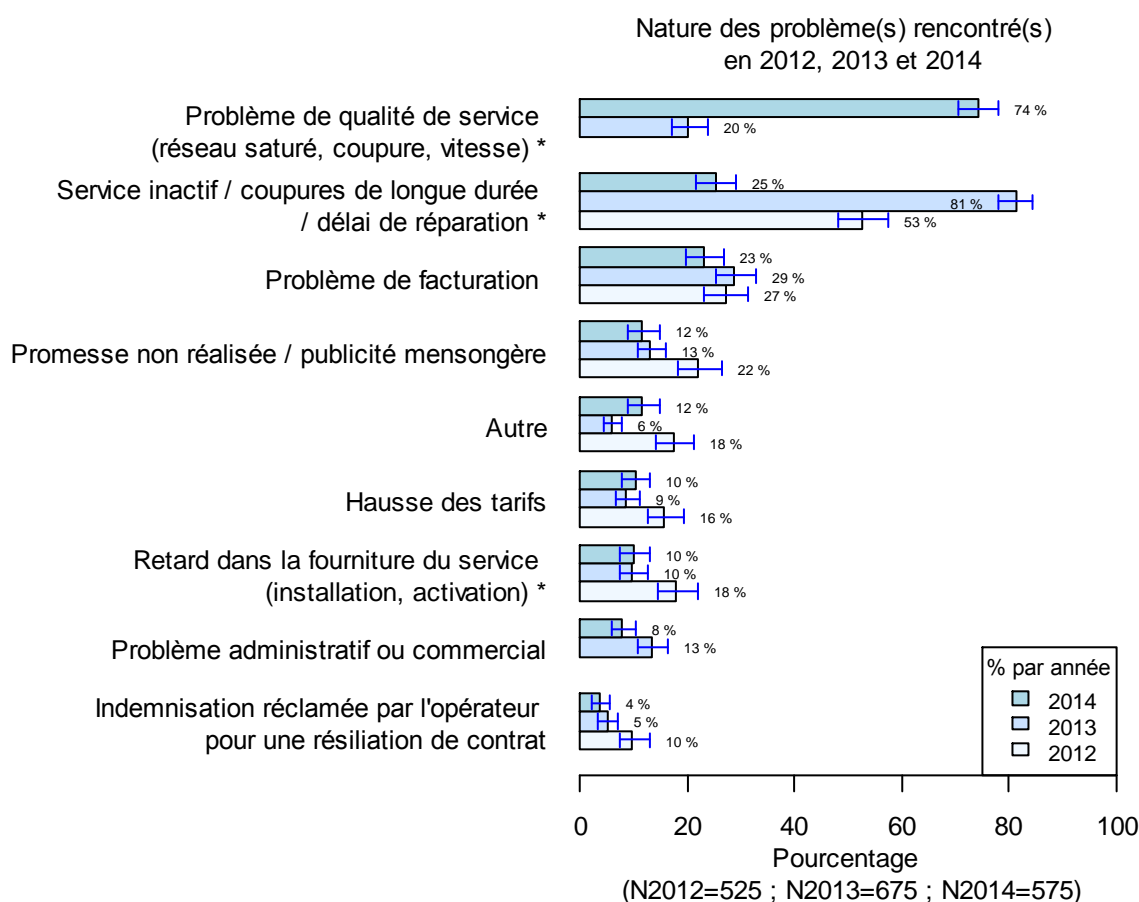
La lecture des combinaisons de services ayant posé problème (graphe ci-dessus) nous indique que lorsque plusieurs services ont posé problème, ces services sont potentiellement fournis par le même opérateur, éventuellement au sein d'un bundle. Il pourrait donc s'agir d'un seul et même problème.

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

3.7. Types de problèmes rencontrés auprès des opérateurs

Cette question 2.4 portait sur les types de problèmes rencontrés auprès des opérateurs. Elle n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir rencontré un ou des problèmes au cours des trois dernières années. Seuls 50% des répondants (590 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

La question était formulée dans la suite de la précédente comme suit : *Si oui, le(s)quel(s)? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Problème de facturation ; Hausse des tarifs insuffisamment annoncée ; Retard dans la fourniture du service (installation, activation) ; Promesse non réalisée / publicité mensongère ; Indemnisation réclamée par l'opérateur pour une résiliation de contrat ; Service inactif / coupures de longue durée / délais de réparation ; Problème de qualité de service (réseau saturé, vitesse de connexion, problème de couverture) ; Problème administratif ou commercial ; Autre.*



**Figure 37 : Nature des problème(s) rencontré(s) parmi ceux qui ont eu un/des problème(s)
en 2012, 2013 et 2014**

Le graphe ci-dessus⁵ nous montre que 74% de ceux qui ont rencontré un/des problème(s) (36% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Problème de qualité de service (réseau saturé, coupure, vitesse), 25% (12%) ont sélectionné Service inactif / coupures de longue durée / délai de réparation, 23% (11%) ont sélectionné Problème de facturation, 12% (6%) ont sélectionné Promesse non réalisée / publicité mensongère, 12% (6%) ont sélectionné Autre, 10% (5%) ont sélectionné Hausse des tarifs, 10% (5%) ont sélectionné Retard dans la fourniture du service (installation, activation), 8% (4%) ont sélectionné Problème administratif ou commercial, 4% (2%) ont sélectionné Indemnisation réclamée par l'opérateur pour une résiliation de contrat.

Les plus grands changements par rapport à 2013 sont dus aux modifications de formulation des items de réponse. L'item *Réseau saturé* a été étendu à la formulation *Problème de qualité de service*

⁵ Par rapport au questionnaire des années précédentes, les items marqués d'un * sur le graphe ont été modifiés : l'item Problème de qualité de service (réseau saturé, coupure, vitesse) élargit l'item Réseau saturé qui existait en 2013; la précision (installation, activation) a été ajoutée à l'item Retard dans la fourniture du service; l'item Service inactif / coupures de longue durée / délai de réparation était précédemment formulé Service inactif / coupures de longue durée.

(réseau saturé, coupure, vitesse) afin de couvrir tous les problèmes de qualité de service de courte durée et mieux le distinguer de l'item *Service inactif / coupures de longue durée*. Outre ces changements dus aux modifications de questionnaire, le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Problème de facturation qui passe de 27% en 2012 à 29% en 2013 pour redescendre à 24% en 2014 (diminution proportionnelle de 17% par rapport à 2013 ; diminution proportionnelle de 11% par rapport à 2012). La réponse Promesse non réalisée / publicité mensongère passe quant à elle de 22% en 2012 à 13% en 2013 pour atteindre 12% en 2014 (diminution proportionnelle de 9% par rapport à 2013 ; différence significative : diminution proportionnelle de 46% par rapport à 2012).

Un seul type de problème ressort du lot : près de trois répondants sur quatre parmi ceux ayant eu au moins un problème ces trois dernières années ont eu un problème de qualité de service (réseau saturé, coupure de vitesse). Les problèmes de facturation concernent une personne sur quatre.

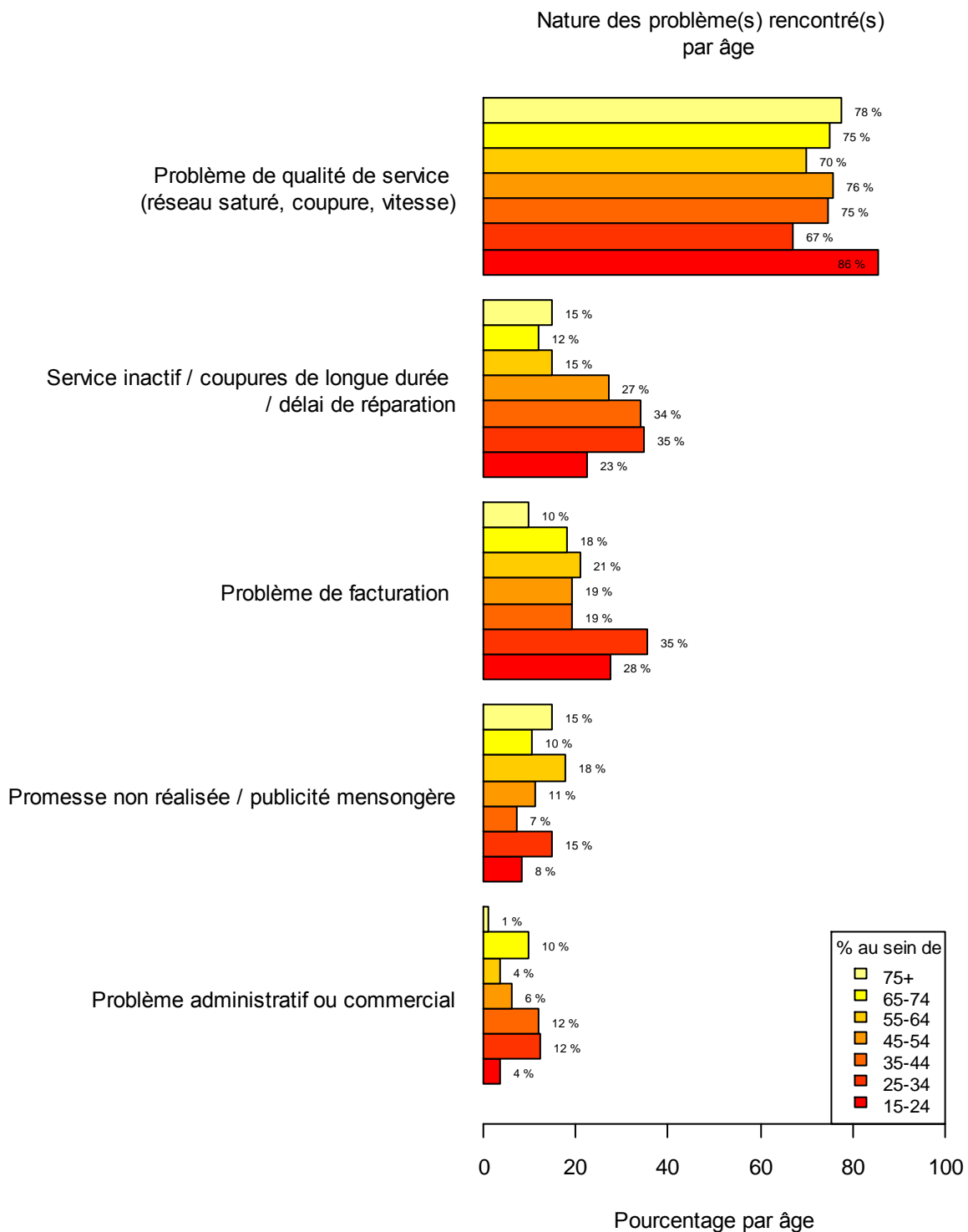


Figure 38 : Nature des problème(s) rencontré(s) parmi ceux qui ont eu un/des problème(s) en 2014 par âge

L'analyse des types de problèmes rencontrés en fonction de l'âge des répondants montre que la plupart des problèmes sont transgénérationnels. On note néanmoins un pic au niveau de la fréquence des problèmes de factures jugées anormalement élevées chez les 15-34 ans. La répartition des types de problèmes par Région et par sexe n'apporte aucune information.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	2	2	7

Table 8 : Nombre de problèmes rencontrés au cours des 3 dernières années

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 7 critères de choix parmi les 9 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 2 problèmes ou moins de 2 problèmes. 16% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères.

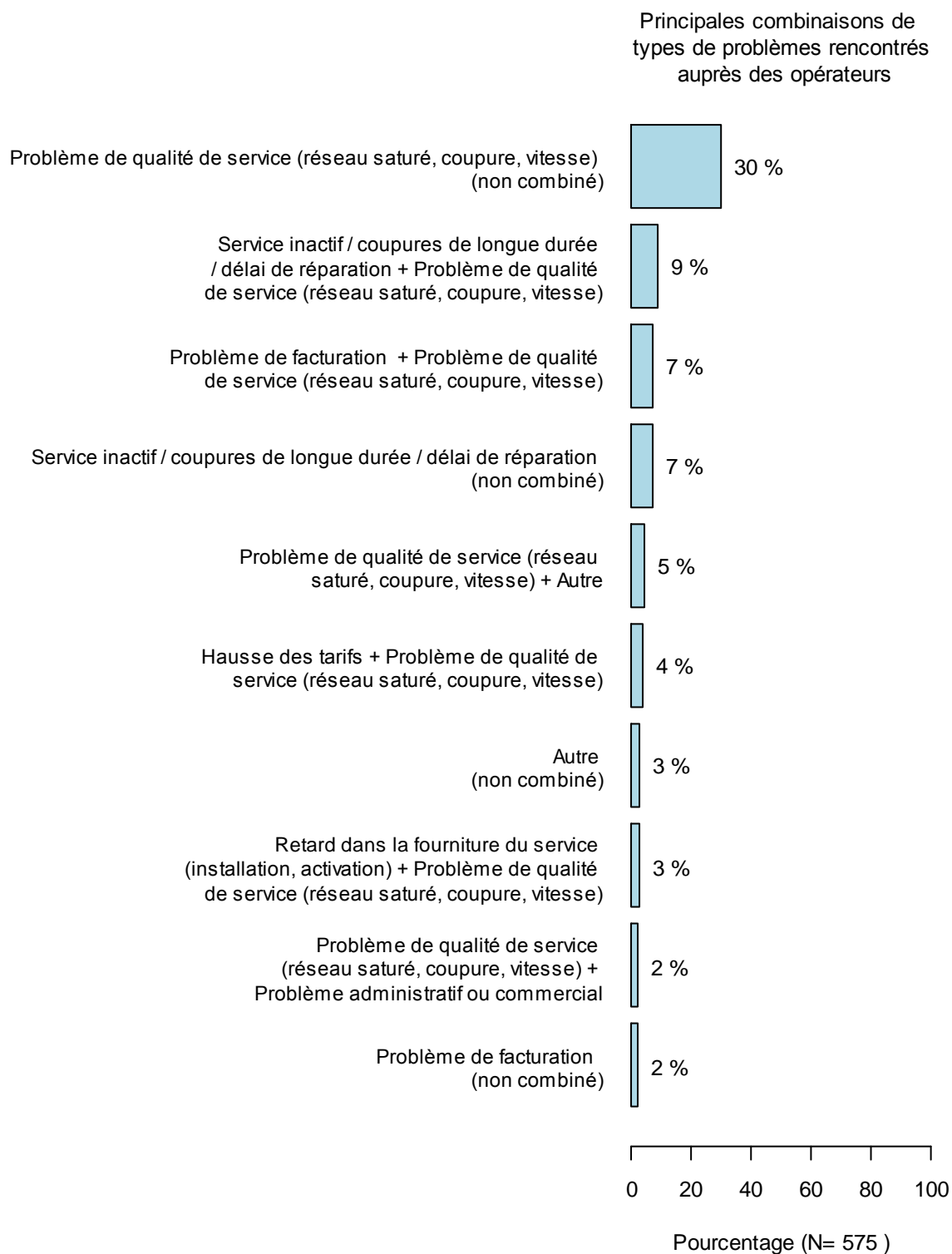


Figure 39 : Principales combinaisons de types de problèmes rencontrés auprès des opérateurs

L'analyse des combinaisons les plus fréquentes nous informe que les problèmes de qualité de service arrivent rarement seuls (dans 54% des cas, plusieurs problèmes sont combinés). Cependant, aucune combinaison spécifique ne sort particulièrement du lot. L'analyse des associations les plus fréquentes en fonction de l'âge, du sexe et de la Région n'apporte rien de nouveau non plus.

Comme on peut s'y attendre, des différences flagrantes apparaissent au niveau de la confiance dans la fiabilité de la facturation (Q2.2) lorsque l'on distingue en fonction du fait d'avoir déjà rencontré ou non un problème de facture anormalement élevée (figure ci-dessous).

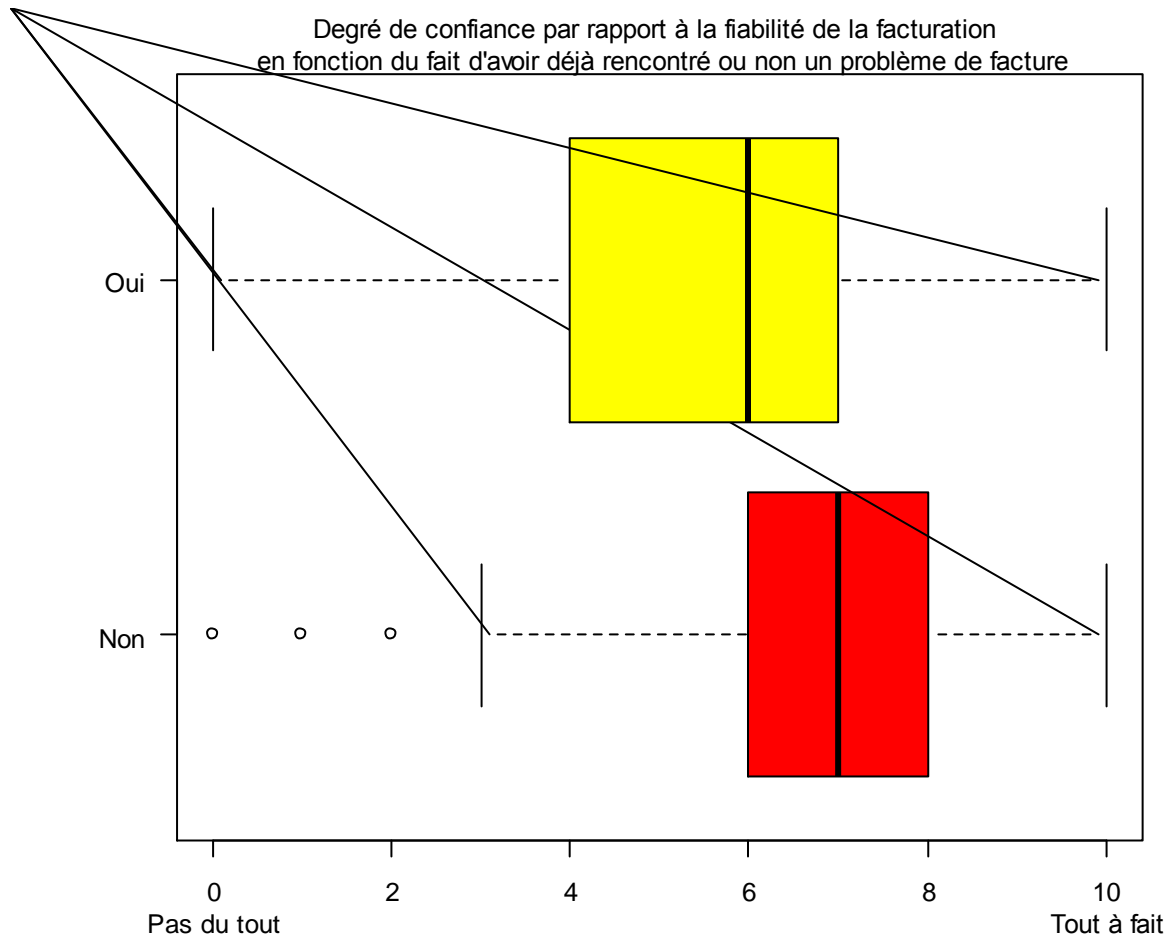


Figure 40 : Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation en fonction du fait d'avoir déjà rencontré ou non un problème de facture

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

La question 2.5 portait sur les démarches entreprises suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir rencontré un problème au cours des trois dernières années. Seuls 50% des répondants (590 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

La question était formulée comme suit : *Dans cette situation, avez-vous réagi vis-à-vis de cet opérateur pour tenter de résoudre le(s) problème(s)?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*. Cette question constituait un filtre pour les suivantes.

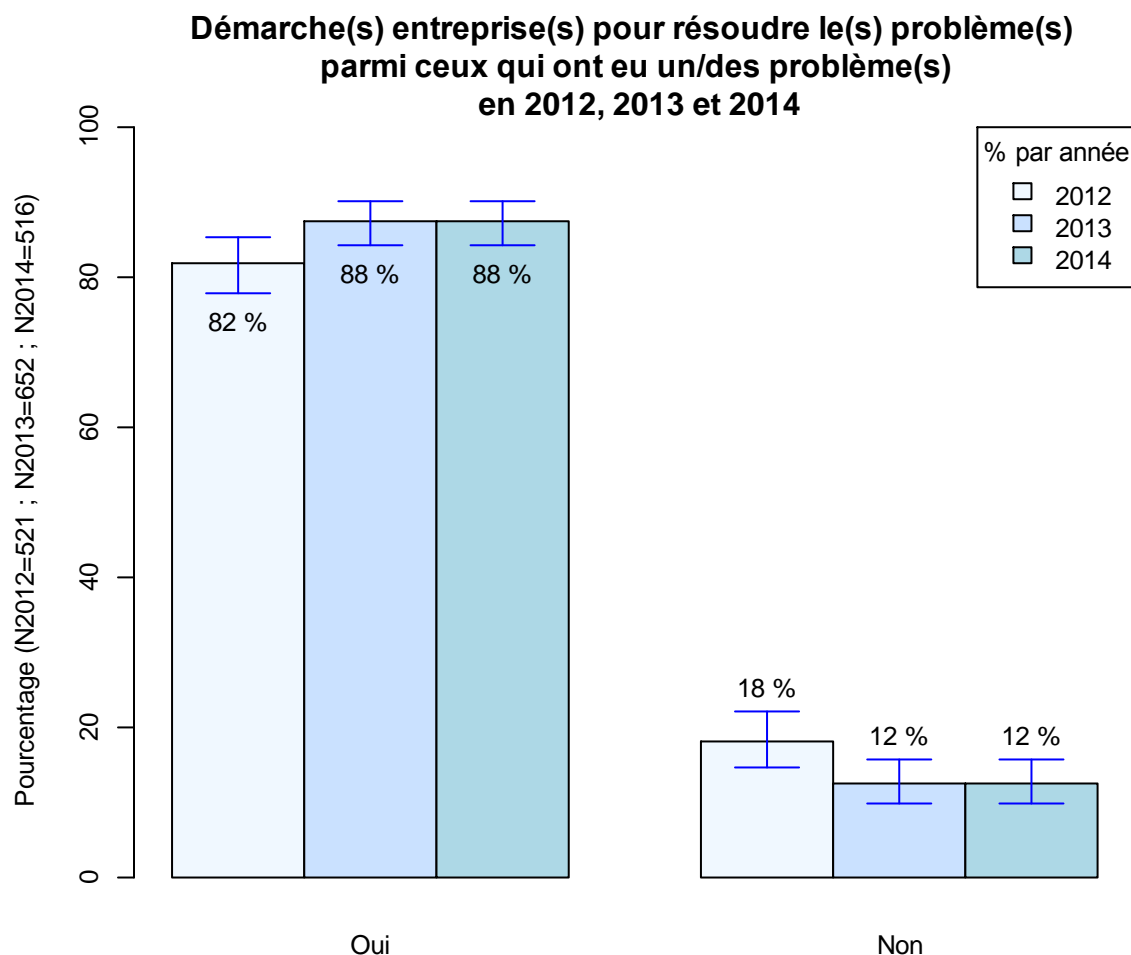


Figure 41 : Démarche(s) entreprise(s) pour résoudre le(s) problème(s) parmi ceux qui ont eu un/des problème(s) en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 88% de ceux qui ont eu un/des problème(s) (38% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse *Oui*, 12% (5%) ont sélectionné *Non*.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Une majorité des répondants ayant rencontré des problèmes au cours des trois dernières années a entrepris des démarches pour essayer de les résoudre.

Rien de particulier ne ressort au niveau de l'analyse par âge, sexe ou Région.

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

La question 2.5.1 portait sur les types de démarches entreprises suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir entrepris des démarches à la question précédente. Seuls 37% des répondants (451 individus après pondération) ayant entrepris des démarches sont donc concernés par cette question.

La question était formulée comme suit : *Si oui, comment? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *J'ai écrit une lettre à l'opérateur (envoi ordinaire) ; J'ai écrit une lettre recommandée à l'opérateur ; J'ai pris contact avec l'opérateur (par téléphone, e-mail ou via une page Web) ; Je me suis rendu dans un point de vente de l'opérateur ; J'ai introduit une plainte auprès du Service de médiation pour les télécommunications ; J'ai introduit une plainte auprès de l'IBPT ; J'ai introduit une plainte auprès du Service Public Fédéral Économie ; J'ai introduit une plainte auprès d'une association de consommateurs ; J'ai introduit une plainte en justice ; Autre.*

Démarches entreprises suite à un problème
 parmi ceux qui ont eu un/des problème(s)
 et ont entrepris des démarches
 en 2012, 2013 et 2014

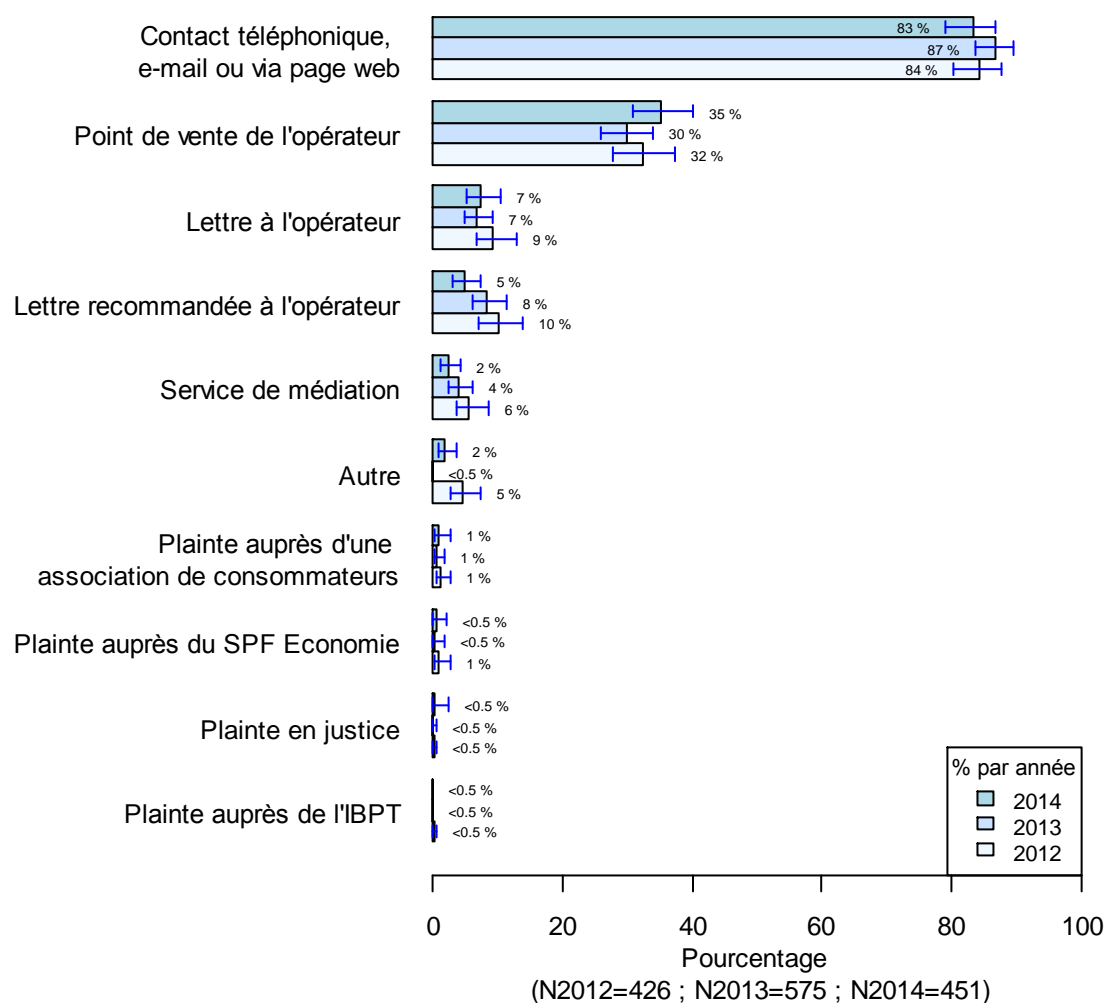


Figure 42 : Démarches entreprises suite à un problème parmi ceux qui ont eu un/des problème(s) et ont entrepris des démarches en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 83% de ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et ont entrepris des démarches pour le(s) résoudre (64% de ceux qui ont rencontré un problème ; 32% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Contact téléphonique, e-mail ou via page web, 35% (27% ; 13%) ont sélectionné Point de vente de l'opérateur, 7% (6% ; 3%) ont sélectionné Lettre à l'opérateur, 5% (4% ; 2%) ont sélectionné Lettre recommandée à l'opérateur, 2% (2% ; 0.9%) ont sélectionné Service de médiation, 2% (1% ; 0.7%) ont sélectionné Autre, 1% (0.8% ; 0.4%) ont sélectionné Plainte auprès d'une association de consommateurs, 0.5% (0.4% ; 0.2%) ont sélectionné Plainte auprès du SPF Economie, 0.4% (0.3% ; 0.1%) ont sélectionné Plainte en justice, 0% (0% ; 0%) ont sélectionné Plainte auprès de l'IBPT.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Un seul type de démarche sort du lot : la prise de contact par téléphone, e-mail ou via le site Web de l'opérateur. Dans une moindre mesure, les plaignants se sont également rendus dans le point de vente de l'opérateur.

L'analyse des types de problèmes rencontrés en fonction de l'âge, du sexe et de la Région ne révèle pas beaucoup de différences d'un groupe à l'autre.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	1	2	6

Table 9 : Nombre de démarches entreprises pour résoudre les problèmes

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 6 critères de choix parmi les 10 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 5% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères. L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison. Il n'y a par ailleurs pas de combinaison largement redondante.

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

La question 2.5.2 du questionnaire portait sur les raisons pour lesquelles aucune démarche n'a été entreprise suite aux problèmes rencontrés auprès des opérateurs. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré ne pas avoir entrepris des démarches suite aux problèmes rencontrés. Seules 12% des personnes ayant eu un/des problème(s) avec leur(s) opérateur(s) (64 individus après pondération) sont donc concernées par cette question.

La question était formulée comme suit dans le sillage de la précédente : *Si vous n'avez pas réagi suite à un problème, pour quelles raisons? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *J'estimais que ce n'était pas légitime ; Je trouvais ça trop compliqué ; J'ai pensé que je n'aurais pas gain de cause ; J'ai eu peur que cela prenne trop de temps ; Je trouvais le problème trop minime pour réagir ; Je ne savais pas à qui m'adresser ; Autre.*

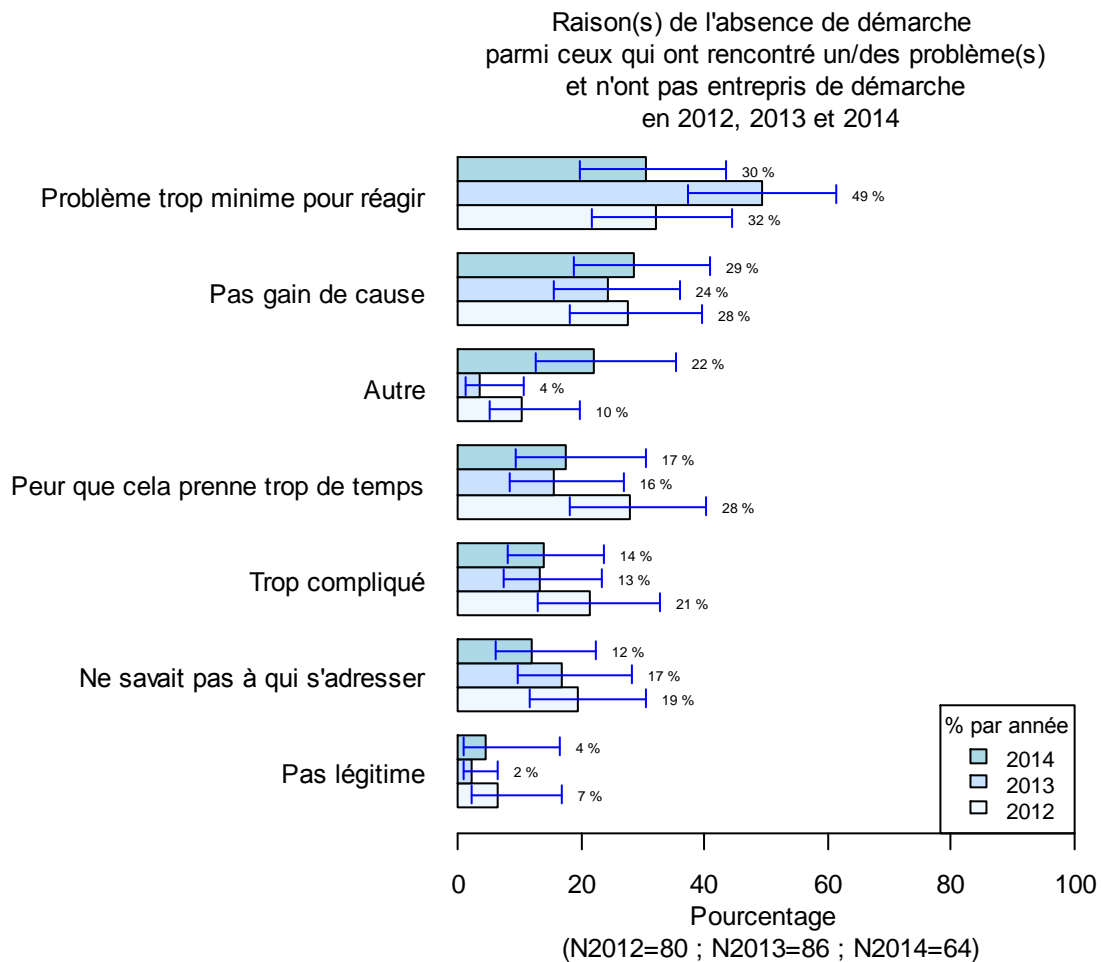


Figure 43 : Raison(s) de l'absence de démarche parmi ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et n'ont pas entrepris de démarche en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 30% de ceux qui ont rencontré un/des problème(s) et n'ont pas entrepris de démarche pour le(s) résoudre (3% de ceux qui ont rencontré un problème ; 2% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Problème trop minime pour réagir, 29% (3% ; 2%) ont sélectionné Pas gain de cause, 22% (2% ; 1%) ont sélectionné Autre, 17% (2% ; 1%) ont sélectionné Peur que cela prenne trop de temps, 14% (2% ; 0.8%) ont sélectionné Trop compliqué, 12% (1% ; 0.7%) ont sélectionné Ne savait pas à qui s'adresser, 4% (0.5% ; 0.2%) ont sélectionné Pas légitime.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Le caractère minime du problème et le fait d'éventuellement ne pas avoir gain de cause sont les deux arguments principaux avancés pour ne pas réagir face à un problème. Il est important de lire ces pourcentages et leurs variations annuelles avec prudence vu qu'ils ne concernent qu'un petit nombre de répondants.

Compte tenu du faible nombre de personnes concernées par cette question, l'analyse en fonction de l'âge, du sexe et/ou de la Région n'est pas pertinente.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	1	2	3

Table 10 : Nombre de raisons pour lesquelles aucune démarche n'a été entreprise

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

3.11. **Le consommateur est-il au courant de la possibilité de recevoir une indemnité après une coupure ?**

La question 2.5.3 portait sur la connaissance du consommateur de la possibilité de recevoir une indemnité après une coupure. La loi prévoit en effet en son article 108, §1er, f) que les opérateurs doivent faire figurer dans le contrat les conditions et modalités d'indemnisation et de remboursement éventuellement applicables lorsque, notamment, les niveaux minimums de qualité de service ne sont pas rencontrés. La question était formulée comme suit : *Si vous avez subi une coupure dans la réception/utilisation de votre service de télécommunication, avez-vous reçu une indemnité de votre opérateur?* Les réponses proposées étaient : *Oui, j'ai entrepris les démarches et ai reçu une indemnité ; Non, je ne savais pas que j'y avais droit ; Non, je ne l'ai pas fait car je pensais que la démarche serait trop longue ; Non, je ne connaissais pas les démarches à entreprendre ; Non, j'ai entrepris les démarches et n'ai pas obtenu d'indemnité ; Autre*

La question est apparue en 2013.

Indemnités en cas de problème de coupure en 2013 et 2014

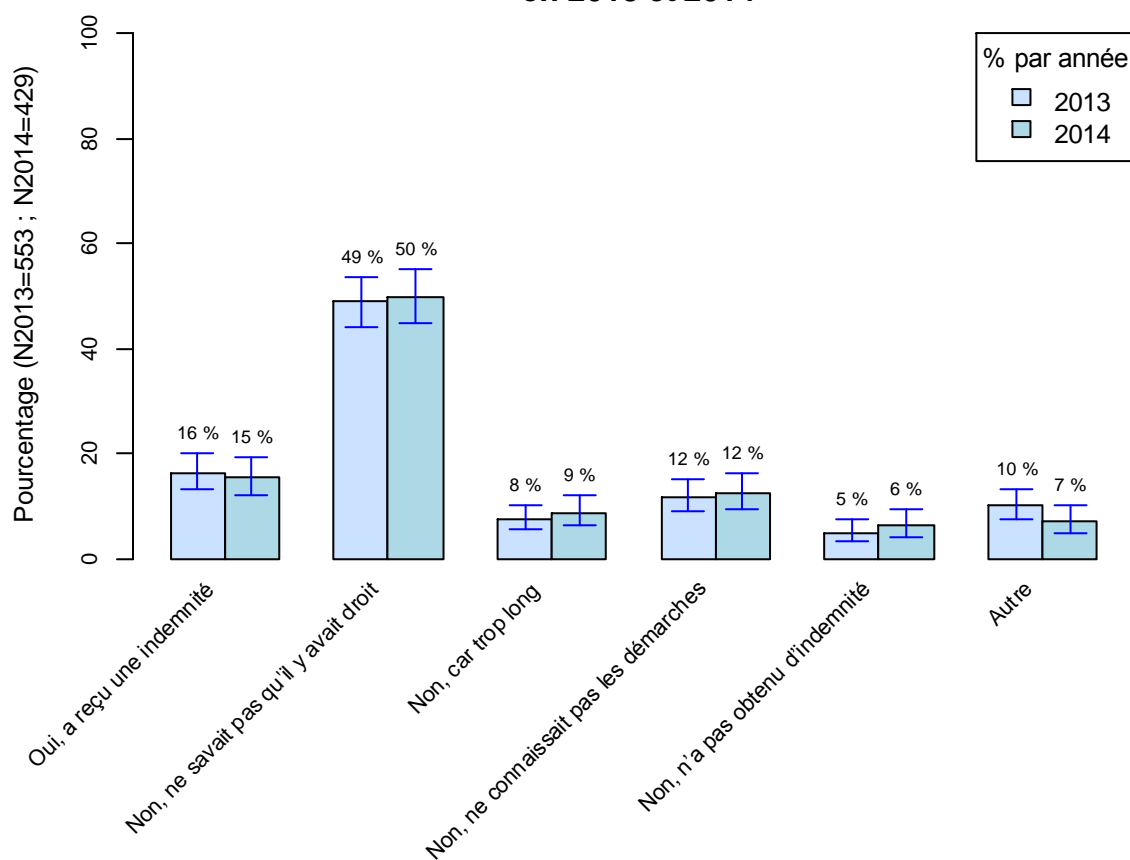


Figure 44 : Indemnités en cas de problème de coupure en 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 50% des répondants ont sélectionné la réponse Non, ne savait pas qu'il y avait droit, 15% ont sélectionné Oui, a reçu une indemnité, 12% ont sélectionné Non, ne connaissait pas les démarches, 9% ont sélectionné Non, car trop long, 7% ont sélectionné Autre, 6% ont sélectionné Non, n'a pas obtenu d'indemnité.

La moitié des répondants concernés par des coupures ne savent pas qu'ils peuvent demander une indemnité. 21% ont fait la démarche et une personne sur quatre parmi ceux-ci déclare ne rien avoir reçu.

Il n'y a pas de différences significatives en fonction des variables sociodémographiques.

3.12. Conclusions sur la satisfaction, la confiance et les problèmes rencontrés

- Une majorité des répondants pensent ne pas bénéficier de l'offre la moins chère du marché.
- La majorité des utilisateurs font confiance à leurs opérateurs quant au respect de leurs droits, aux informations fournies et à la fiabilité de la facturation.
- Il y a autant d'insatisfaits que de satisfaits quant aux tarifs sur le marché. La satisfaction à l'égard des services est meilleure que celle fournie par les tarifs.
- Trois répondants sur quatre sont satisfaits de leur vitesse réelle de connexion Internet.
- La moitié des répondants ont rencontré un problème ces trois dernières années.
- Le problème le plus fréquent est la qualité de service (réseau saturé, coupure, vitesse), alors que les problèmes de facturation touchent une personne sur quatre. Les services les plus touchés sont l'Internet à domicile et la télévision.
- La grande majorité des personnes qui ont rencontré un problème ont tenté de le résoudre, principalement par contact téléphonique, e-mail ou contact direct.
- Ceux qui n'ont pas réagi face à un problème estimaient que celui-ci était trop minime pour réagir ou ne pensaient pas pouvoir obtenir gain de cause.
- La moitié des personnes ayant subi une coupure de réseau ne savent pas qu'elles peuvent bénéficier d'une indemnité.

4. Comparaison des offres et des opérateurs

Cette section porte sur la comparaison des plans tarifaires et des opérateurs ainsi que sur l'usage des sites de comparaison de prix dont le comparateur tarifaire de l'IBPT.

Parmi les 1217 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 1056 répondants après pondération (87% de l'ensemble) ont répondu aux 6 questions non filtrées de cette section.

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

La question 1.4 portait sur le choix des opérateurs. Elle était formulée comme suit : *La dernière fois que vous avez souscrit à un service de télécommunications ou de média (téléphone, Internet, GSM, télévision, etc.), avez-vous fait une comparaison entre les offres des différents opérateurs qui proposaient ce service?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*. Cette question constituait un filtre pour la question suivante.

Comparaison entre les offres des différents opérateurs en 2012, 2013 et 2014

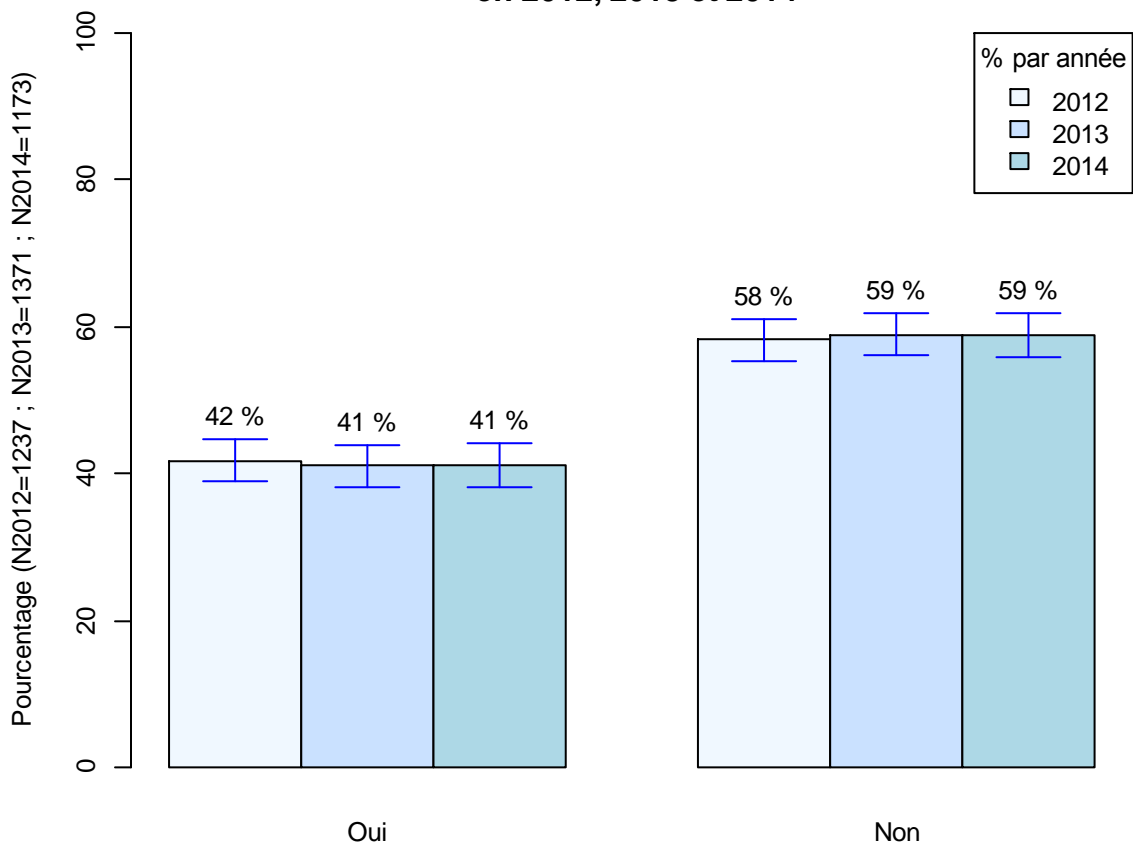


Figure 45 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 41% des répondants ont sélectionné la réponse Oui, 59% ont sélectionné Non.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Une majorité de répondants n'a pas comparé les offres des différents opérateurs avant de souscrire à un service de télécommunications.

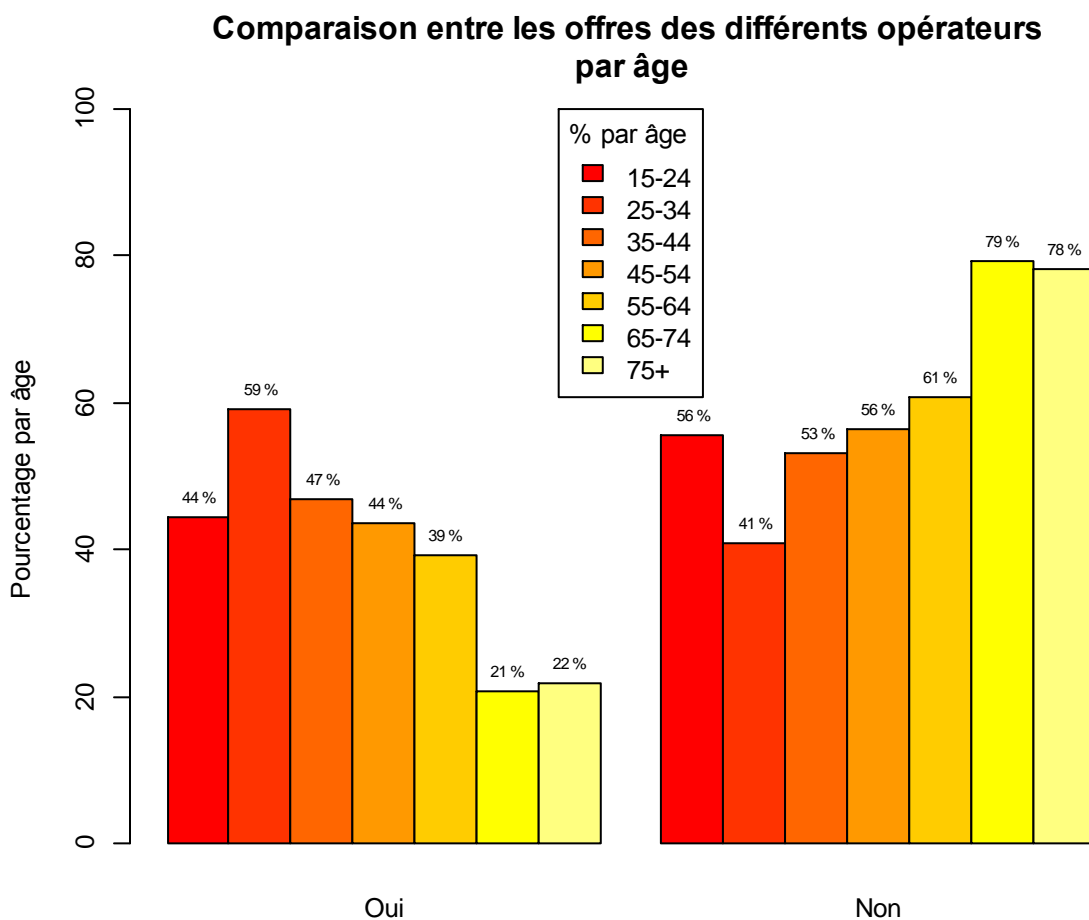


Figure 46 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs par âge

Le graphe ci-dessus illustre de grandes différences dans les réponses selon la catégorie d'âge. Les jeunes comparent clairement plus que leurs aînés : plus de la moitié des 25-34 ans déclarent avoir comparé les offres.

4.2. Facilité de comparaison des services et des prix

La question 2.7 concernait la facilité de comparaison des services et des prix et était formulée comme suit : *Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de comparer a) les services offerts par les différents opérateurs? b) les prix offerts par les différents opérateurs?* Pour chaque item, la réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés *Pas du tout facile* pour 0 et *Tout à fait facile* pour 10. Une option *Sans avis* était également proposée.

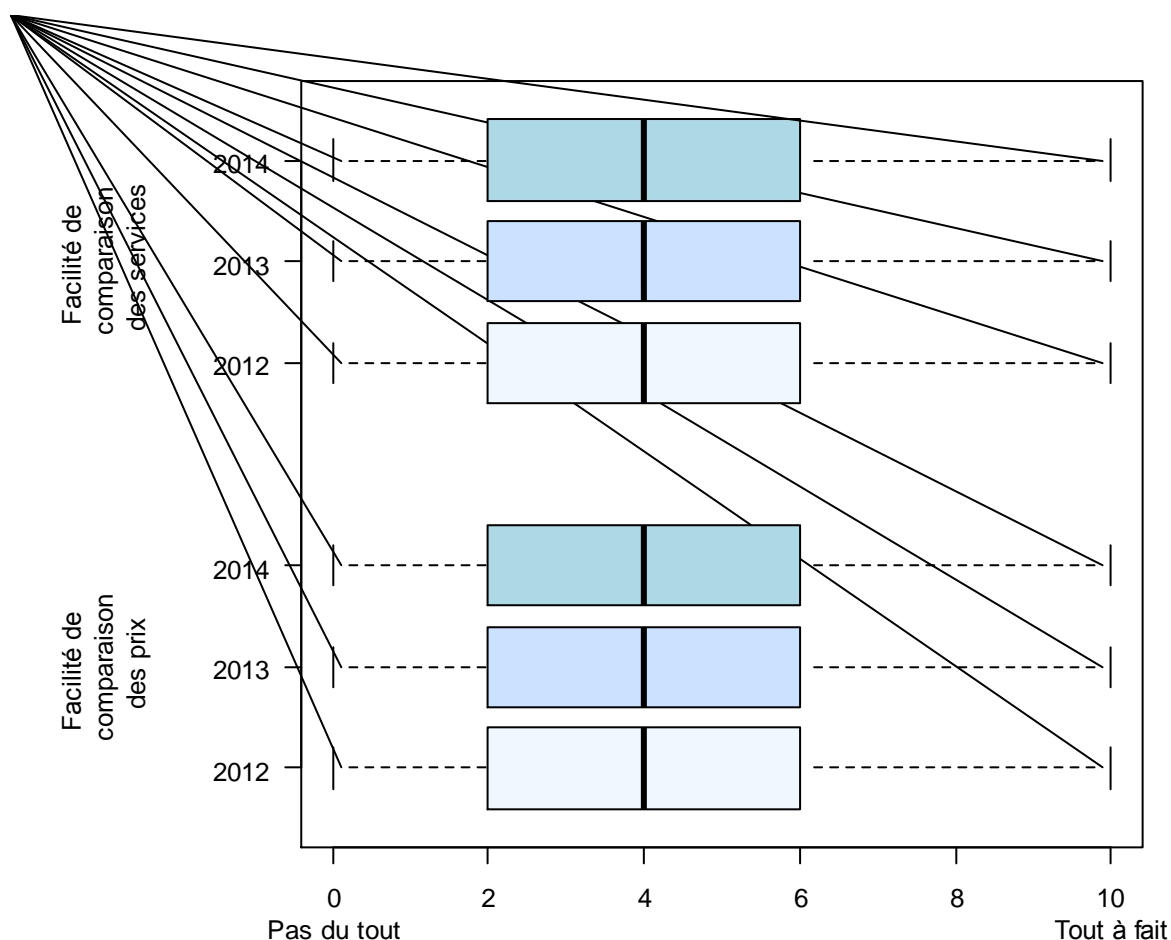


Figure 47 : Facilité de comparaison des prix et des services en 2012, 2013 et 2014

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Facilité de comparaison des services	0	2	4	6	10	4.1	962	182	72
Facilité de comparaison des prix	0	2	4	6	10	4.2	971	178	67

Table 11 : Facilité de comparaison des prix et des services en 2014

Le graphique et la table ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée pour les 2 variables. 84% des répondants ont donné une réponse à l'item Facilité de comparaison des services et 16% se sont déclarés Sans avis. 85% des répondants ont donné une réponse à l'item Facilité de comparaison des prix et 15% se sont déclarés Sans avis.

La corrélation entre les deux items est très forte ($r=0.867$).

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Il ressort de ce graphique que la facilité de comparaison des prix est identique à celle des services. On observe que les consommateurs trouvent qu'il est relativement difficile de comparer les prix et les services.

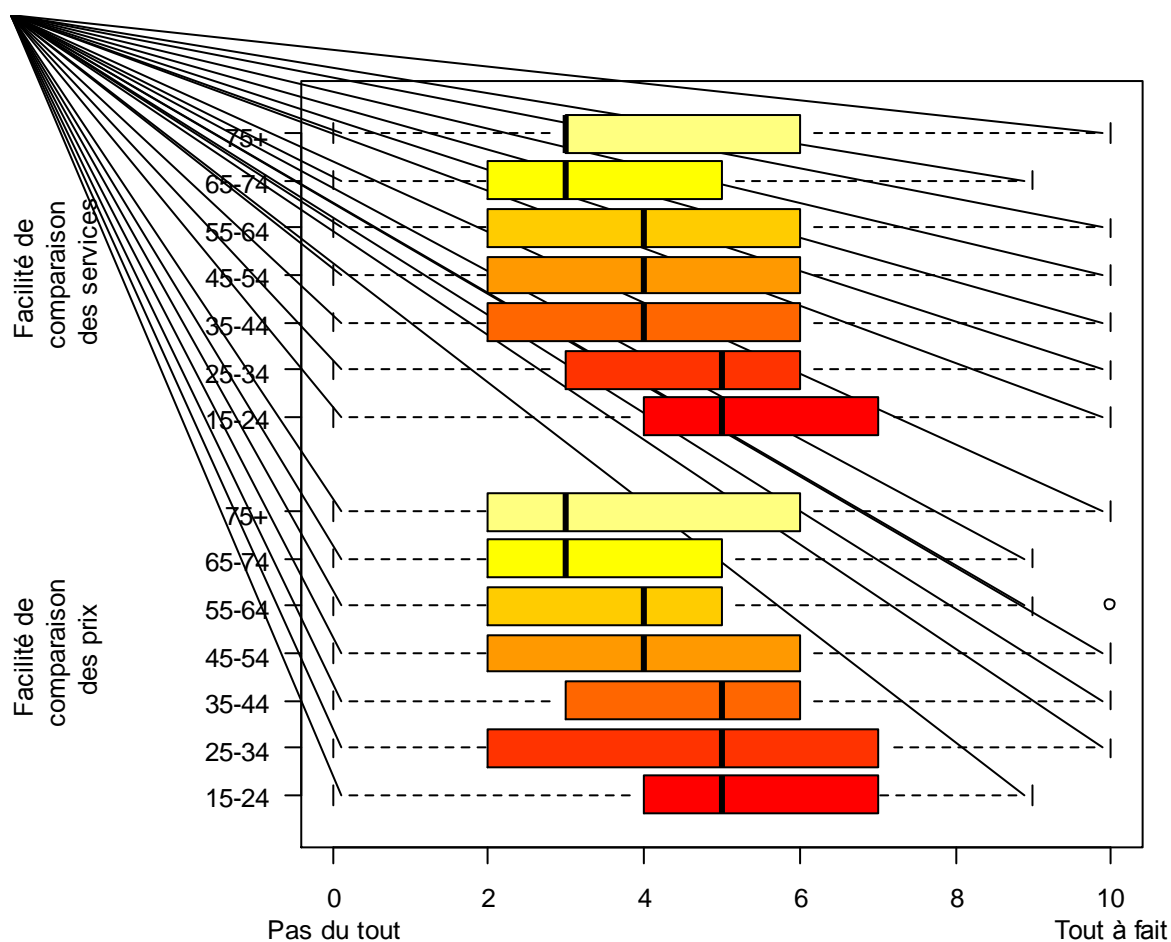


Figure 48 : Facilité de comparaison des prix et facilité de comparaison des services par âge

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

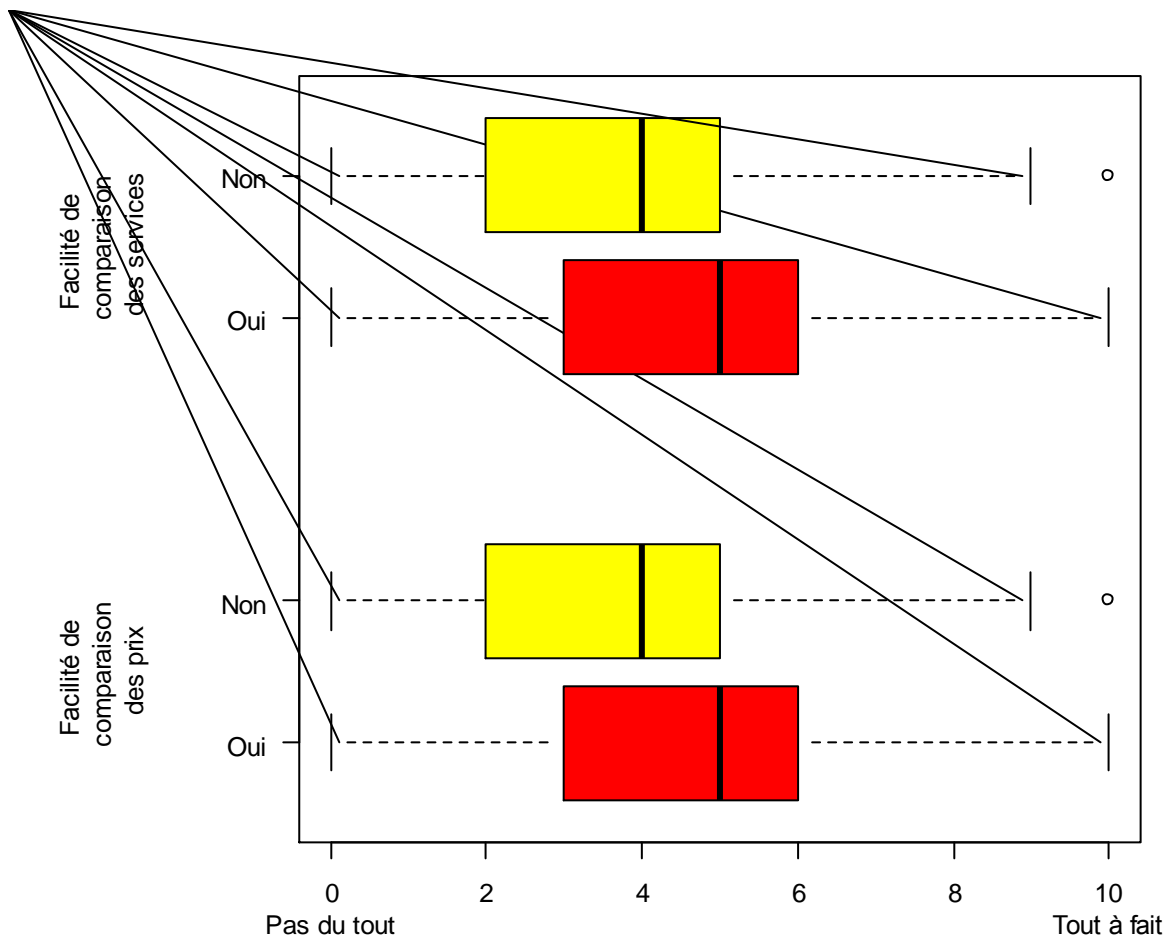


Figure 49 : Facilité de comparaison des prix et des services en fonction de l'expérience de comparaison entre les offres des différents opérateurs

Le graphe ci-dessus nous montre que les personnes qui ont fait l'expérience de la comparaison (Q1.4) trouvent qu'il est plus facile de comparer que celles qui ne l'ont pas faite. L'expérience de la comparaison s'avère donc positive, même si 50% restent insatisfaits de la facilité de comparer contre 75% chez ceux qui n'ont pas fait l'expérience.

4.3. Sources d'information pour la comparaison des opérateurs

La question 1.5 portait sur les sources d'information utilisées pour la comparaison des opérateurs. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré, à la question précédente, comparer les offres des différents opérateurs. Seuls 41% des répondants (483 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

La question était formulée comme suit : *Si oui, laquelle ou lesquelles de ces sources avez-vous consultée(s) pour effectuer des comparaisons ? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Site Internet des opérateurs ; Boutique ou stand des opérateurs ; Magasin*

indépendant des opérateurs ; Comparateur tarifaire de l'IBPT (www.meilleurtarif.be) ; Site indépendant des opérateurs spécialisé dans la comparaison des services ; Site d'une association de consommateurs (ex : Test Achat) ; Autre site Internet ; Médias en général ; Publicité (y compris téléphonique) ; Ma famille, mes amis ; Autre.

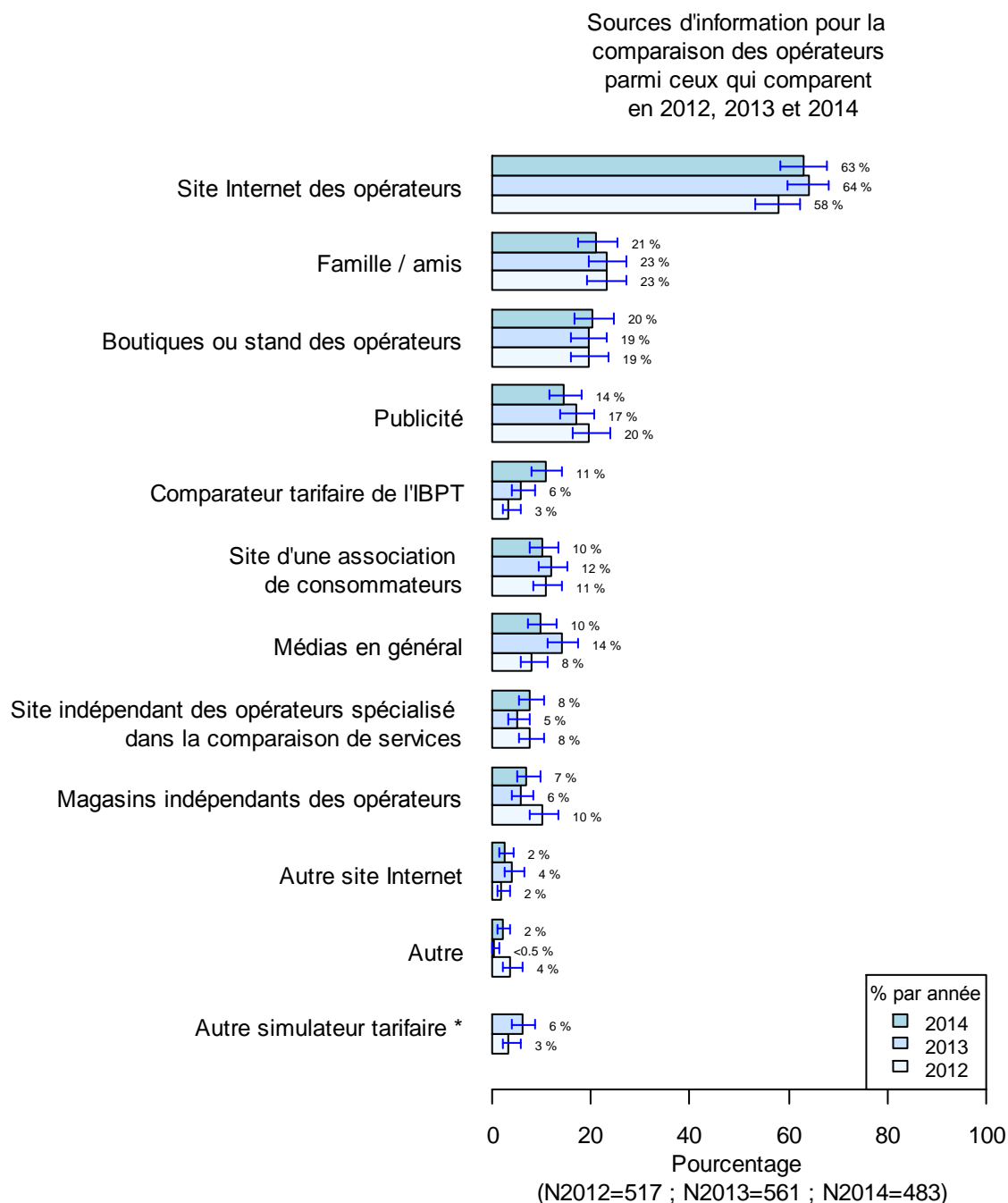


Figure 50 : Sources d'information pour la comparaison des opérateurs parmi ceux qui comparent en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus⁶ nous montre que 63% de ceux qui comparent (26% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Site Internet des opérateurs, 21% (9%) ont sélectionné Famille / amis, 20% (8%) ont sélectionné Boutiques ou stand des opérateurs, 14% (6%) ont sélectionné Publicité, 11% (4%) ont sélectionné Comparateur tarifaire de l'IBPT, 10% (4%) ont sélectionné Site d'une association de consommateurs, 10% (4%) ont sélectionné Médias en général, 8% (3%) ont sélectionné Site indépendant des opérateurs spécialisé dans la comparaison de services, 7% (3%) ont sélectionné Magasins indépendants des opérateurs, 2% (1%) ont sélectionné Autre site Internet, 2% (0.8%) ont sélectionné Autre.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Site d'une association de consommateurs qui passe de 11% en 2012 à 12% en 2013 pour atteindre 10% en 2014 (diminution proportionnelle de 16% par rapport à 2013 ; diminution proportionnelle de 8% par rapport à 2012). La réponse Publicité passe de 20% en 2012 à 17% en 2013 pour atteindre 14% en 2014 (diminution proportionnelle de 14% par rapport à 2013 ; diminution proportionnelle de 27% par rapport à 2012).

Le comparateur tarifaire de l'IBPT est en constante augmentation depuis 2012, passant de 3 à 11%. Les questions spécifiques à cet outil (Q2.9 à Q2.11) permettront d'affiner cette analyse.

Une seule source de comparaison ressort du lot : les sites Internet des opérateurs. La comparaison s'effectue donc principalement dans la sphère privée, sans contact direct avec les vendeurs. Ce constat est renforcé avec la deuxième source principale: la famille et les amis. Les sphères familiales et les réseaux d'amis ont donc une influence cruciale sur le choix de l'opérateur dans le marché des télécommunications en Belgique.

⁶ Par rapport au questionnaire des années précédentes, l'item Autre comparateur tarifaire a été retiré.

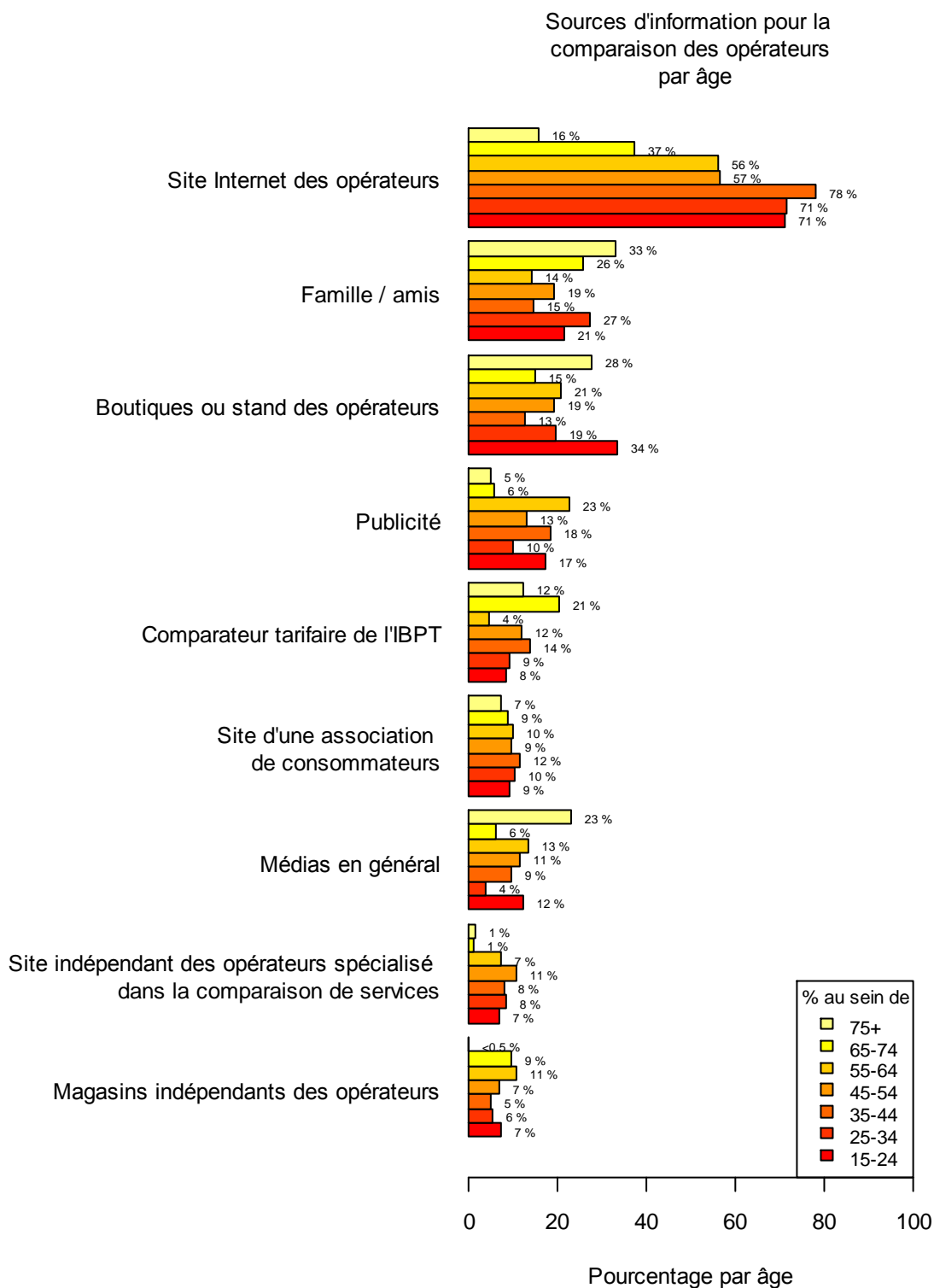


Figure 51 : Sources d'information pour la comparaison des opérateurs par âge

L'analyse des sources de comparaison ventilées en fonction de l'âge des répondants montre que les 15-24 ans et les plus de 75 ans sont plus nombreux à se rendre dans les boutiques des opérateurs. On constate sans surprise que les sites Internet des opérateurs sont moins visités par les personnes

plus âgées mais ceci correspond à l'usage même d'Internet au sein de ces tranches d'âges. Rien de particulier ne ressort de l'analyse par sexe et par Région.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	1	2	5

Table 12 : Nombre de sources d'information pour la comparaison des offres des opérateurs

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 5 sources parmi les 12 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent une seule source. 17% des répondants ont sélectionné 3 sources ou plus de 3 sources. L'analyse des combinaisons n'a donc pas de sens ici.

4.4. Critères de choix d'un opérateur

Cette question 1.3 portait sur les critères considérés lors du choix d'un opérateur. La question était formulée comme suit : *La dernière fois que vous avez choisi un opérateur, quels ont été vos critères de choix? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Offre groupée (pack) intéressante ; Prix/plan tarifaire intéressant ; Bonne réputation de l'opérateur ; Service(s) annexe(s) offert(s) (ex : nombre d'adresses e-mail, de numéros de téléphone) ; Incitant commercial (ex : recevez une tablette à seulement x€ lors de la souscription à un contrat de y mois) ; Respect des droits du consommateur et des engagements de l'opérateur ; Confiance dans la stabilité de l'opérateur (ex : pas de risque de faillite) ; Fiabilité technique de l'opérateur ; Accessibilité des points de vente ; Qualité/clarté des informations ; Vitesse de connexion pour l'accès à Internet ; J'ai l'habitude de cet opérateur ; Ma famille / mes amis sont déjà chez cet opérateur ; J'ai choisi cet opérateur parce que ma famille / mes amis me l'ont conseillé ; Disponibilité dans rue/commune/région ; Participation financière de mon employeur (partielle ou complète) ; Autre.*

Critères de choix d'un opérateur en 2012, 2013 et 2014

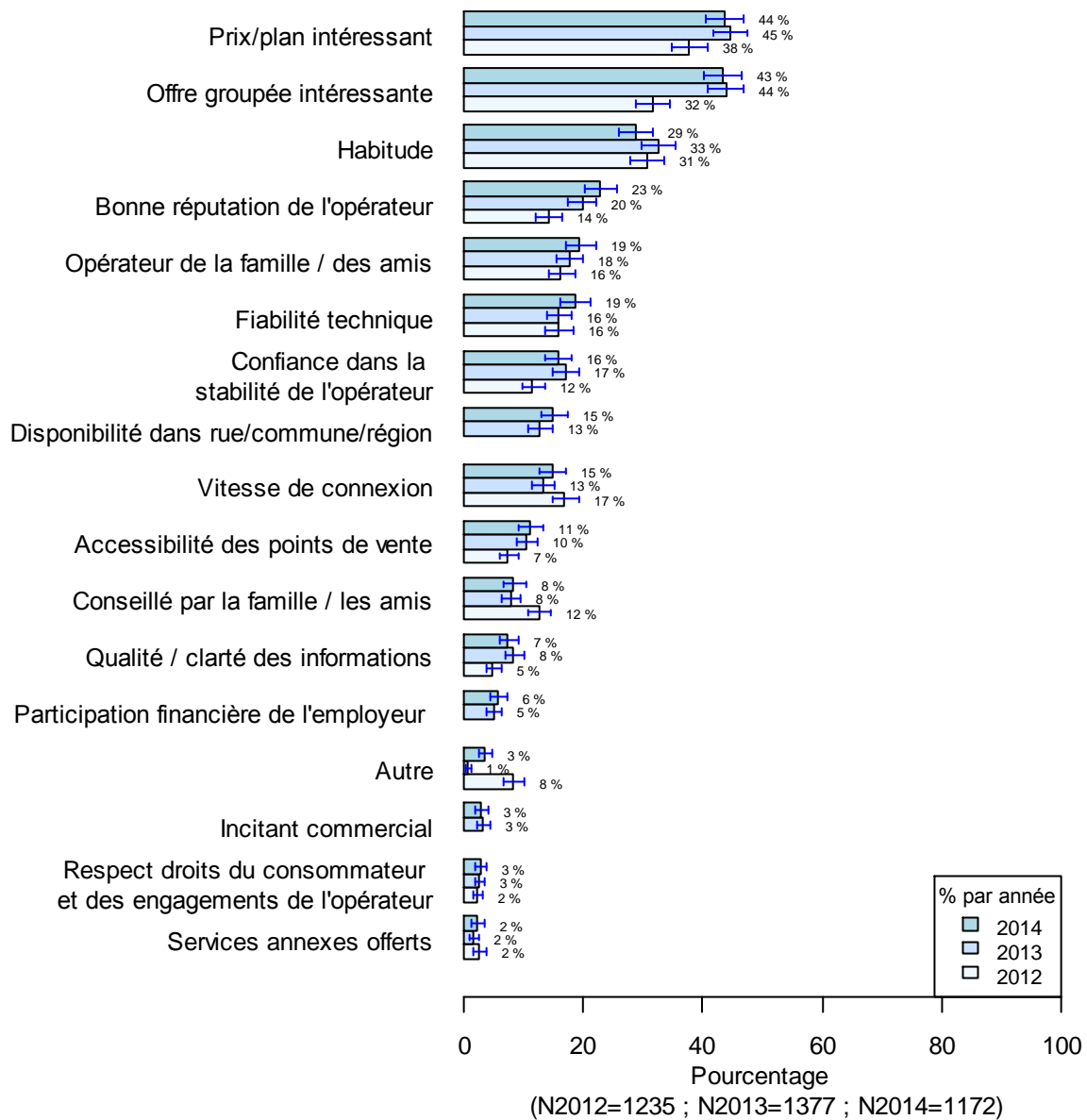


Figure 52 : Critères de choix d'un opérateur en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 44% des répondants ont sélectionné la réponse Prix/plan intéressant, 43% ont sélectionné Offre groupée intéressante, 29% ont sélectionné Habitude, 23% ont sélectionné Bonne réputation de l'opérateur, 19% ont sélectionné Opérateur de la famille / des amis, 19% ont sélectionné Fiabilité technique, 16% ont sélectionné Confiance dans la stabilité de l'opérateur, 15% ont sélectionné Disponibilité dans rue/commune/région, 15% ont sélectionné Vitesse de connexion, 11% ont sélectionné Accessibilité des points de vente, 8% ont sélectionné Conseillé par la famille / les amis, 7% ont sélectionné Qualité / clarté des informations, 6% ont

sélectionné Participation financière de l'employeur , 3% ont sélectionné Autre, 3% ont sélectionné Incitant commercial, 3% ont sélectionné Respect droits du consommateur et des engagements de l'opérateur, 2% ont sélectionné Services annexes offerts.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Disponibilité dans rue/commune/région qui passe de 13% à 15% (augmentation proportionnelle de 18% par rapport à l'an passé). La réponse Fiabilité technique passe de 16% en 2012 et 2013 pour atteindre 19% en 2014 (augmentation proportionnelle de 17% par rapport à 2013 ; augmentation proportionnelle de 17% par rapport à 2012). La réponse Bonne réputation de l'opérateur passe de 14% en 2012 à 20% en 2013 pour atteindre 23% en 2014 (augmentation proportionnelle de 16% par rapport à 2013 ; différence significative : augmentation proportionnelle de 63% par rapport à 2012). La réponse Vitesse de connexion passe de 17% en 2012 à 13% en 2013 pour atteindre 15% en 2014 (augmentation proportionnelle de 13% par rapport à 2013 ; diminution proportionnelle de 12% par rapport à 2012). La réponse Habitude passe de 31% en 2012 à 33% en 2013 pour atteindre 29% en 2014 (diminution proportionnelle de 11% par rapport à 2013 ; diminution proportionnelle de 6% par rapport à 2012). La réponse Opérateur de la famille / des amis passe de 16% en 2012 à 18% en 2013 pour atteindre 19% en 2014 (augmentation proportionnelle de 10% par rapport à 2013 ; augmentation proportionnelle de 19% par rapport à 2012). La réponse Confiance dans la stabilité de l'opérateur passe de 12% en 2012 à 17% en 2013 pour atteindre 16% en 2014 (diminution proportionnelle de 8% par rapport à 2013 ; différence significative : augmentation proportionnelle de 37% par rapport à 2012). La réponse Prix/plan intéressant passe de 38% en 2012 à 45% en 2013 pour atteindre 44% en 2014 (diminution proportionnelle de 2% par rapport à 2013 ; augmentation proportionnelle de 15% par rapport à 2012). La réponse Offre groupée intéressante passe de 32% en 2012 à 44% en 2013 pour atteindre 43% en 2014 (diminution proportionnelle de 1% par rapport à 2013 ; différence significative : augmentation proportionnelle de 37% par rapport à 2012).

Le premier critère de choix d'un opérateur est économique : un prix ou une offre groupée intéressante. Cette tendance est à la hausse entre 2012 et 2013 et reste stable depuis. Ensuite, la fidélité aux opérateurs transparait à travers l'habitude et/ou les choix de la famille et des amis. Enfin, l'image de l'opérateur semble émerger comme troisième critère, dessinant une progression constante sur les trois dernières années.

Critères de choix d'un opérateur par âge

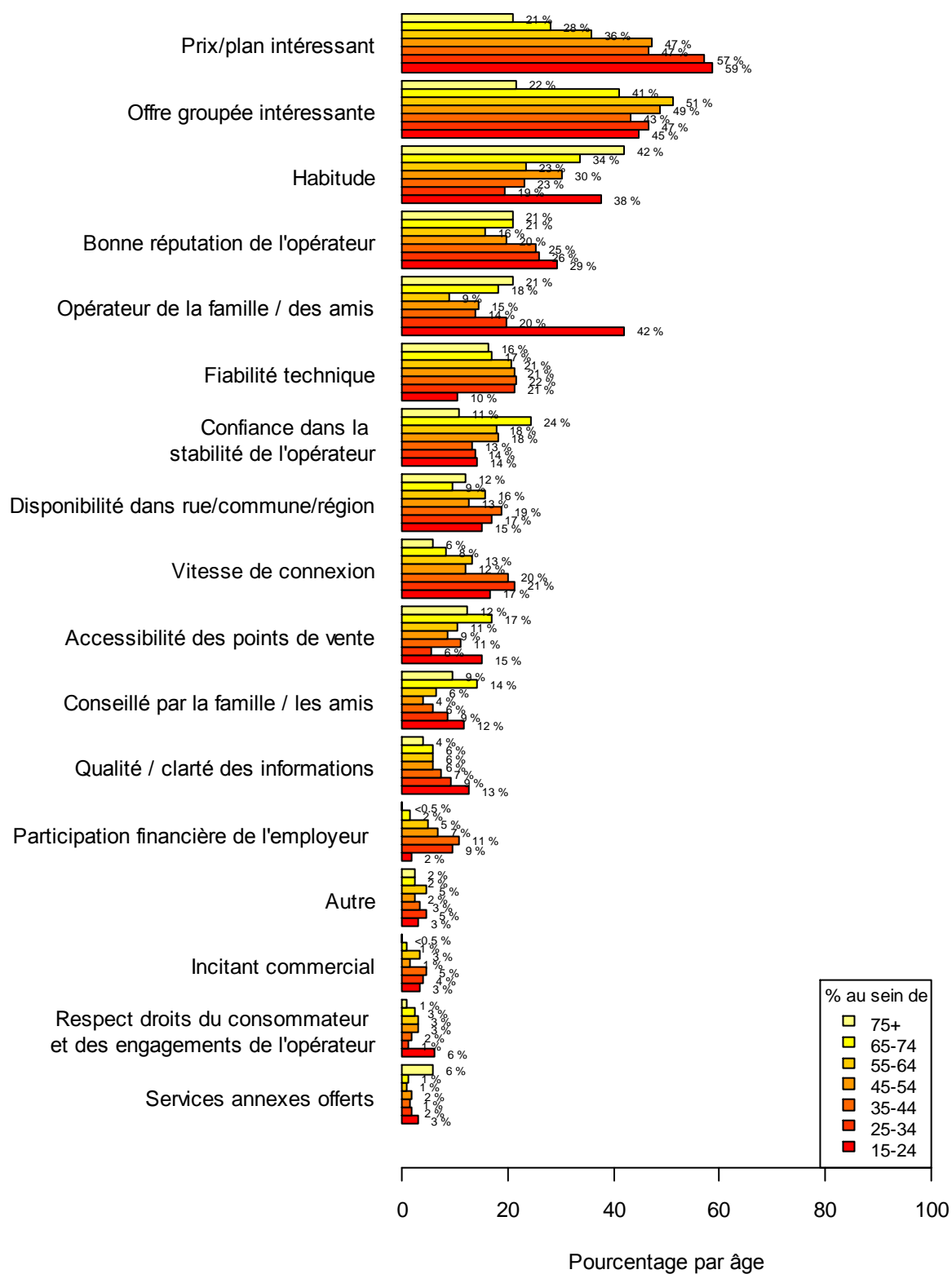


Figure 53 : Critères de choix d'un opérateur par âge

Le graphe ci-dessus illustre les critères de choix ventilés en fonction de l'âge des répondants. On constate que les critères économiques sont plus souvent cités par les plus jeunes alors que l'habitude est plus généralement associée aux deux extrémités de l'échelle d'âges. Au niveau des différences entre les sexes et les Régions, rien de fondamental n'apparaît.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	2	3	12

Table 13 : Nombre de critères de choix de l'opérateur

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 12 critères de choix parmi les 17 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 2 critères ou moins de 2 critères. 25% des répondants ont sélectionné 4 critères ou plus de 4 critères.

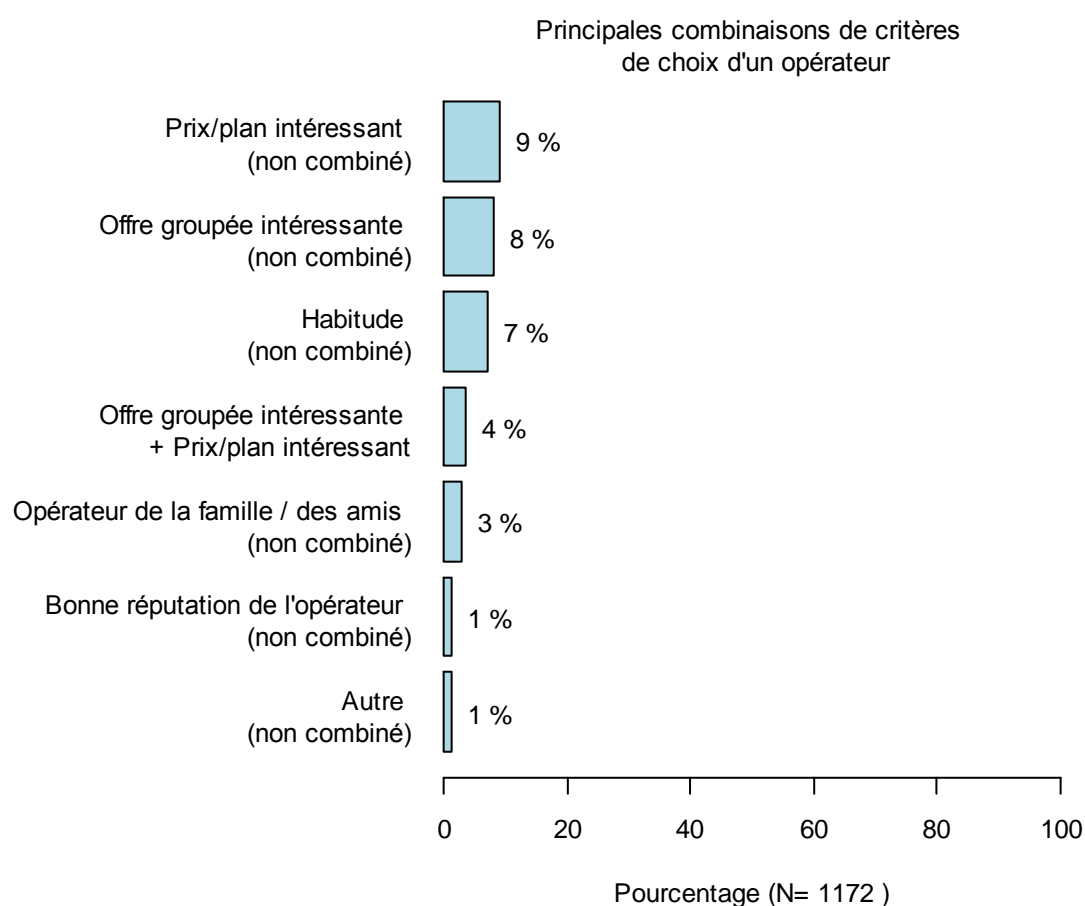


Figure 54 : Principales combinaisons de critères de choix d'un opérateur

Sur la base de ces réponses les plus fréquentes (qui ne regroupent que 34% des répondants sur le graphe tant la diversité des combinaisons de réponses est grande), on voit apparaître clairement que ce ne sont pas des combinaisons qui sont le plus souvent sélectionnées mais bien des réponses isolées (non combinées). Lorsqu'il y a combinaison, celle-ci implique les deux critères économiques.

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

Nous allons maintenant analyser cette propension à comparer les offres (Q1.4) en fonction des critères retenus pour le choix d'un opérateur (Q1.3). Pour ce faire, nous avons groupé les réponses de cette dernière question en quatre niveaux :

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

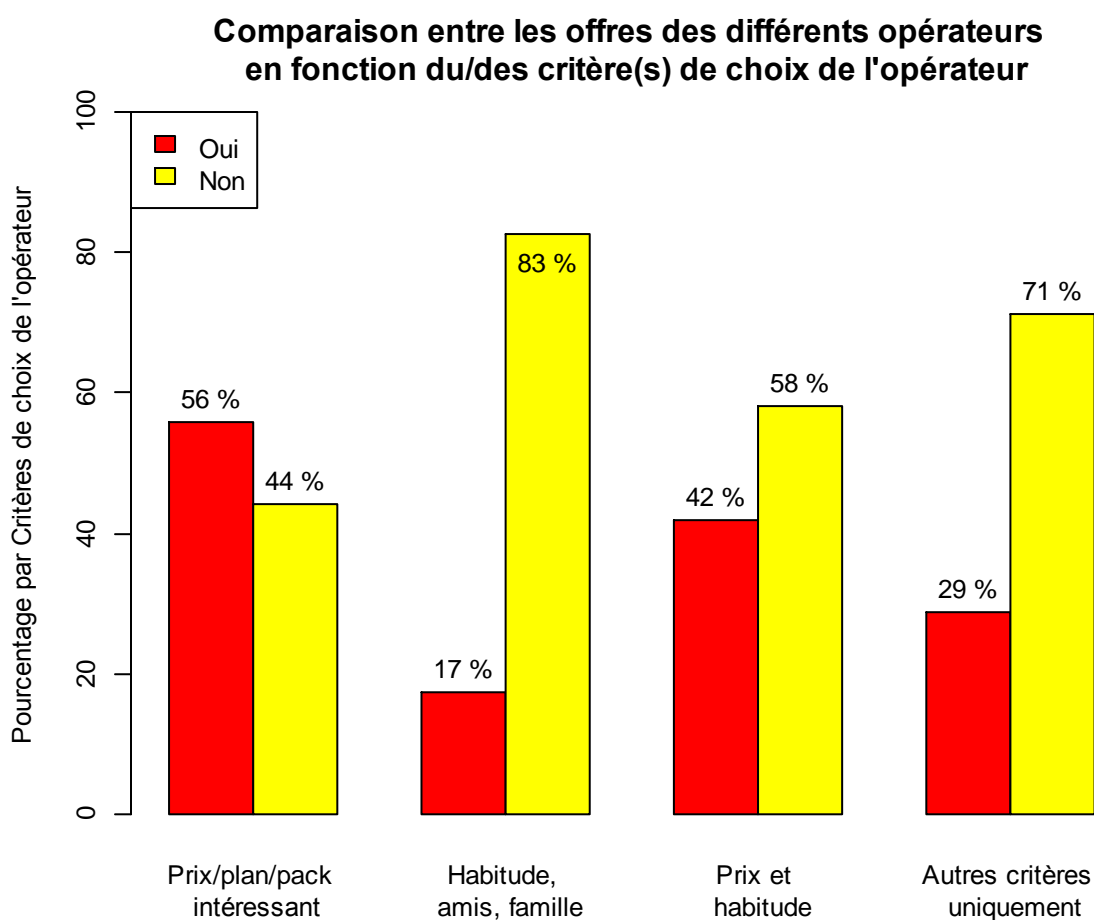


Figure 55 : Comparaison entre les offres des différents opérateurs en fonction du/des critère(s) de choix de l'opérateur

Le graphe ci-dessus confirme très largement l'hypothèse évoquée : la comparaison des offres des opérateurs est essentiellement effectuée par ceux qui placent le prix comme critère de choix des opérateurs (56% comparent parmi ceux pour qui il s'agit du seul critère contre seulement 17% parmi ceux pour qui l'habitude, les amis ou la famille constituent le seul critère). Cela ne veut pas nécessairement dire que seul le prix est comparé mais on pourrait raisonnablement penser que c'est le premier critère.

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

La question 4.16 portait sur la façon dont le consommateur a déterminé la vitesse de connexion dont il a besoin. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à Internet à domicile. Seuls 87% des répondants (1060 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

Elle était formulée comme suit : *Lorsque vous avez souscrit à une offre Internet à domicile, comment avez-vous déterminé la vitesse de connexion dont vous avez besoin? Plusieurs réponses possibles. Les réponses proposées étaient : Je n'ai pas choisi une offre Internet en fonction de la vitesse de connexion ; Je n'ai pas eu le choix à cause de limitations techniques ; La vitesse de connexion était incluse dans un pack / dans une offre ; Le vendeur m'a conseillé une certaine vitesse de connexion ; Ma famille / un(e) ami(e) / une connaissance m'a conseillé une certaine vitesse de connexion ; Je veux pouvoir accéder aux pages web instantanément (en moins d'une seconde) ; J'ai besoin d'une vitesse suffisante pour faire du télétravail ; J'ai besoin d'une vitesse suffisante pour jouer en réseau ; J'aime regarder des vidéos en ligne sans que le signal ne soit coupé ; Autre ; Je ne sais pas, je ne me souviens pas.*

**Critères de détermination de la
vitesse de connexion requise parmi
ceux qui disposent d'Internet à domicile
en 2012, 2013 et 2014**

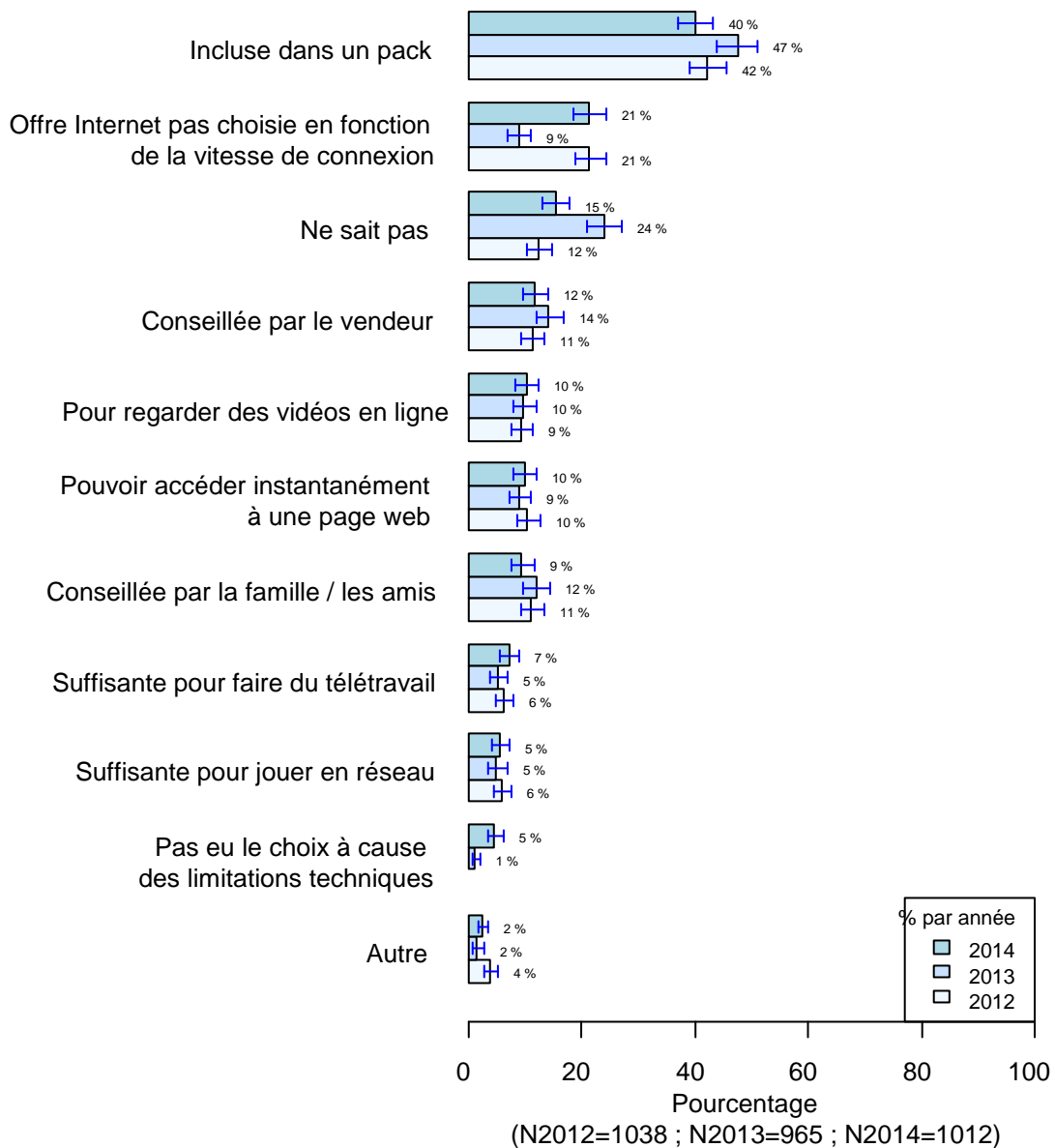


Figure 56 : Critères de détermination de la vitesse de connexion requise parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 40% de ceux qui ont Internet à domicile (33% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Incluse dans un pack, 21% (18%) ont sélectionné Offre Internet pas choisie en fonction de la vitesse de connexion, 15% (13%) ont sélectionné Ne sait pas, 12% (10%) ont sélectionné Conseillée par le vendeur, 10% (8%) ont sélectionné Pour regarder des vidéos en ligne, 10% (8%) ont sélectionné Pouvoir accéder instantanément à une page web, 9% (8%) ont sélectionné Conseillée par la famille / les amis, 7% (6%) ont sélectionné Suffisante pour faire du

télétravail, 5% (4%) ont sélectionné Suffisante pour jouer en réseau, 5% (4%) ont sélectionné Pas eu le choix à cause des limitations techniques, 2% (2%) ont sélectionné Autre.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Ne sait pas qui passe de 12% en 2012 à 24% en 2013 pour atteindre 15% en 2014 (différence significative : diminution proportionnelle de 36% par rapport à 2013 ; augmentation proportionnelle de 23% par rapport à 2012). La réponse Conseillée par le vendeur passe de 11% en 2012 à 14% en 2013 pour atteindre 12% en 2014 (diminution proportionnelle de 19% par rapport à 2013 ; augmentation proportionnelle de 4% par rapport à 2012). La réponse Incluse dans un pack passe de 42% en 2012 à 47% en 2013 pour atteindre 40% en 2014 (différence significative : diminution proportionnelle de 16% par rapport à 2013 ; diminution proportionnelle de 5% par rapport à 2012).

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

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

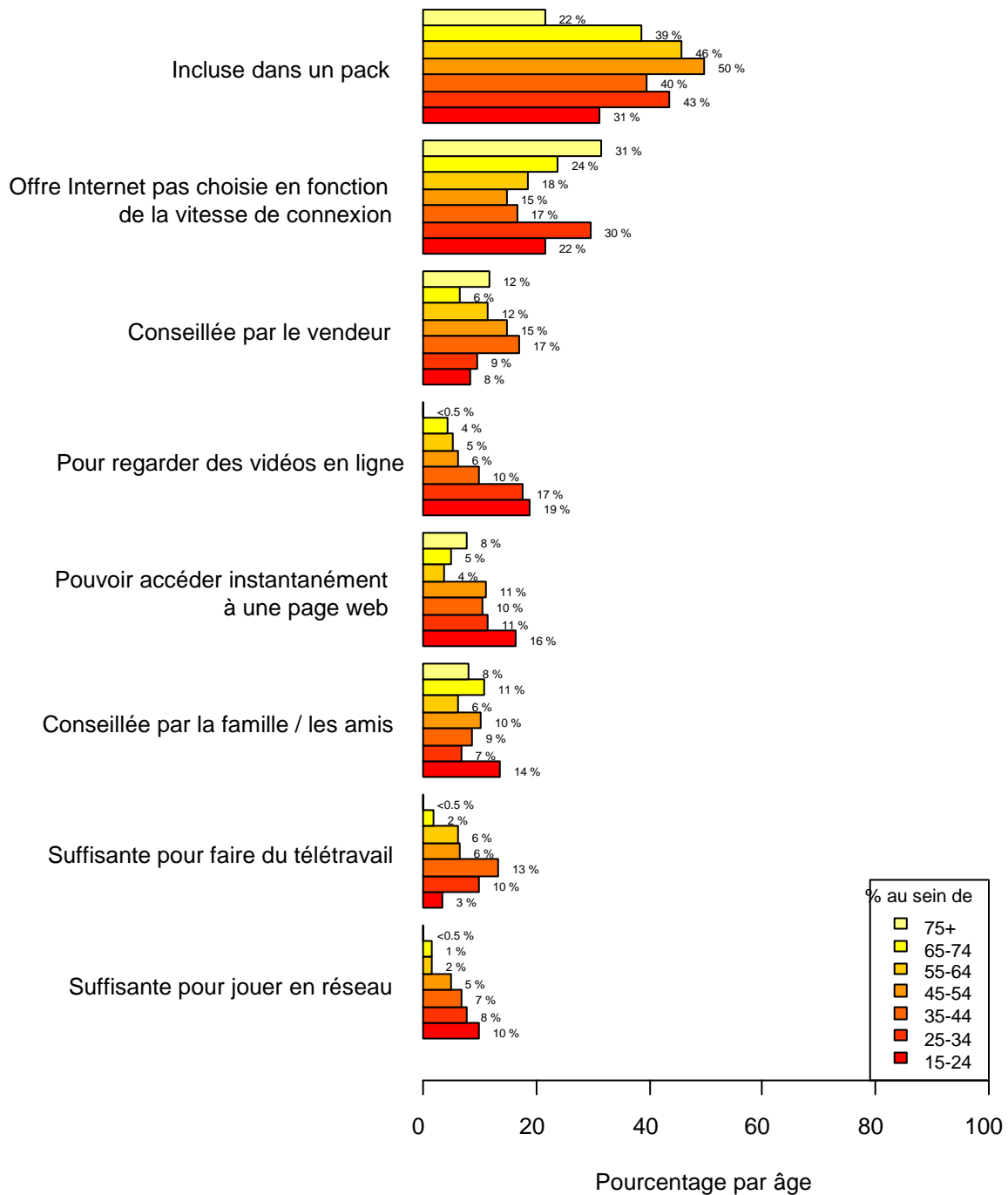


Figure 57 : Critères de détermination de la vitesse de connexion requise parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile par âge

La plus grande différence entre les classes d'âge concerne le souci des plus jeunes d'avoir une vitesse de connexion suffisante pour pouvoir regarder des vidéos en ligne et/ou jouer en réseau.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	1	2	7

Table 14 : Nombre de paramètres qui ont déterminé le choix de la vitesse de connexion

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 7 critères de choix parmi les 10 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 11% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères.

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

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

La question 2.8 portait sur l'utilisation des sites de comparaison des coûts et des services de télécommunications. La question était formulée comme suit : *Au cours de cette année, à quelle fréquence avez-vous consulté des sites de comparaison des coûts des services?* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Très souvent ; Souvent ; Parfois ; Rarement ; Jamais ; Je ne sais pas / je ne me souviens pas.*

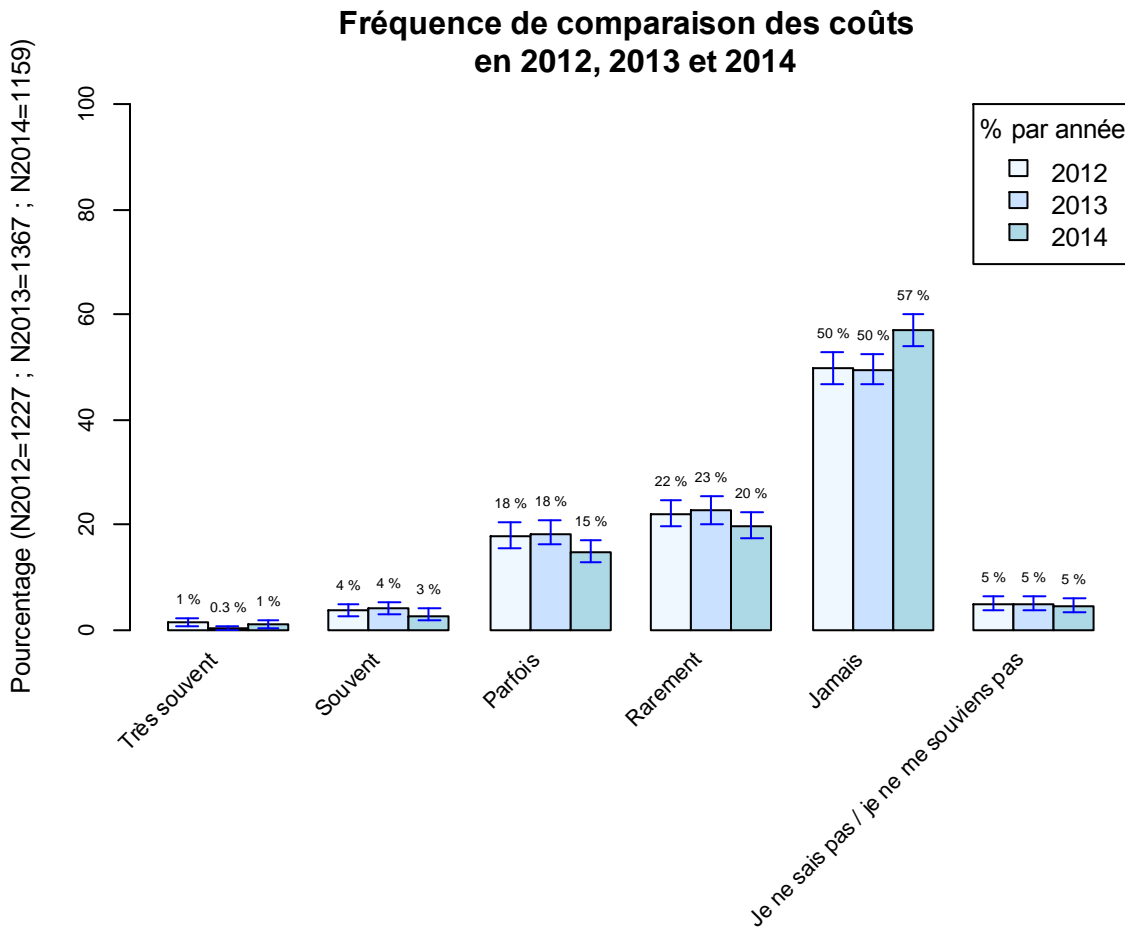


Figure 58 : Fréquence de comparaison des coûts en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 57% des répondants ont sélectionné la réponse Jamais, 20% ont sélectionné Rarement, 15% ont sélectionné Parfois, 5% ont sélectionné Je ne sais pas / je ne me souviens pas, 3% ont sélectionné Souvent, 0.9% ont sélectionné Très souvent.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif par rapport à l'an passé si ce n'est l'augmentation du nombre de personnes ne consultant jamais les sites de comparaison des coûts et services.

Une majorité de répondants n'utilise jamais les sites de comparaison des coûts et services de télécommunications. S'ils comparent, ils le font directement à l'aide des sites des opérateurs comme nous l'avons souligné à la question 1.5.

Il n'y a pas de différence significative en fonction des variables sociodémographiques.

4.7. Utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT

La question 2.9 portait sur l'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT. Cette question constituait un filtre pour la question suivante. La question était formulée comme suit : *Avez-vous déjà fait usage du comparateur tarifaire de l'IBPT (<http://www.meilleurtarif.be>)?* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Oui, à plusieurs reprises ; Oui, une fois ; Non, jamais mais j'en ai déjà entendu parler ; Non, je ne sais pas ce dont il s'agit ; Je ne sais pas.*

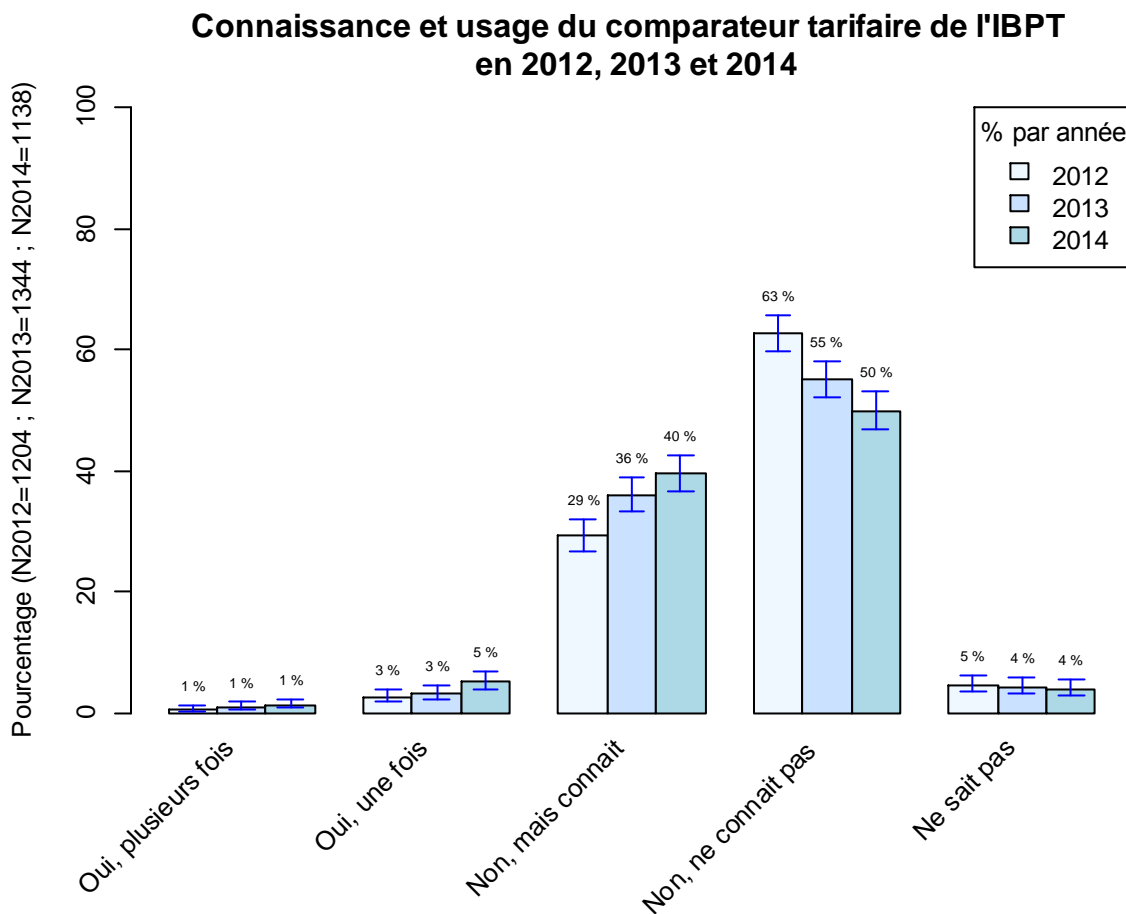


Figure 59 : Connaissance et usage du comparateur tarifaire de l'IBPT en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 50% des répondants ont sélectionné la réponse Non, ne connaît pas, 40% ont sélectionné Non, mais connaît, 5% ont sélectionné Oui, une fois, 4% ont sélectionné Ne sait pas, 1% ont sélectionné Oui, plusieurs fois.

La tendance amorcée l'an passé se confirme : les personnes connaissant le comparateur sont de plus en plus nombreuses (46 % en 2014 contre 33% en 2012).

Près d'une personne sur deux connaît le comparateur tarifaire de l'IBPT mais une majorité n'en a jamais fait l'usage.

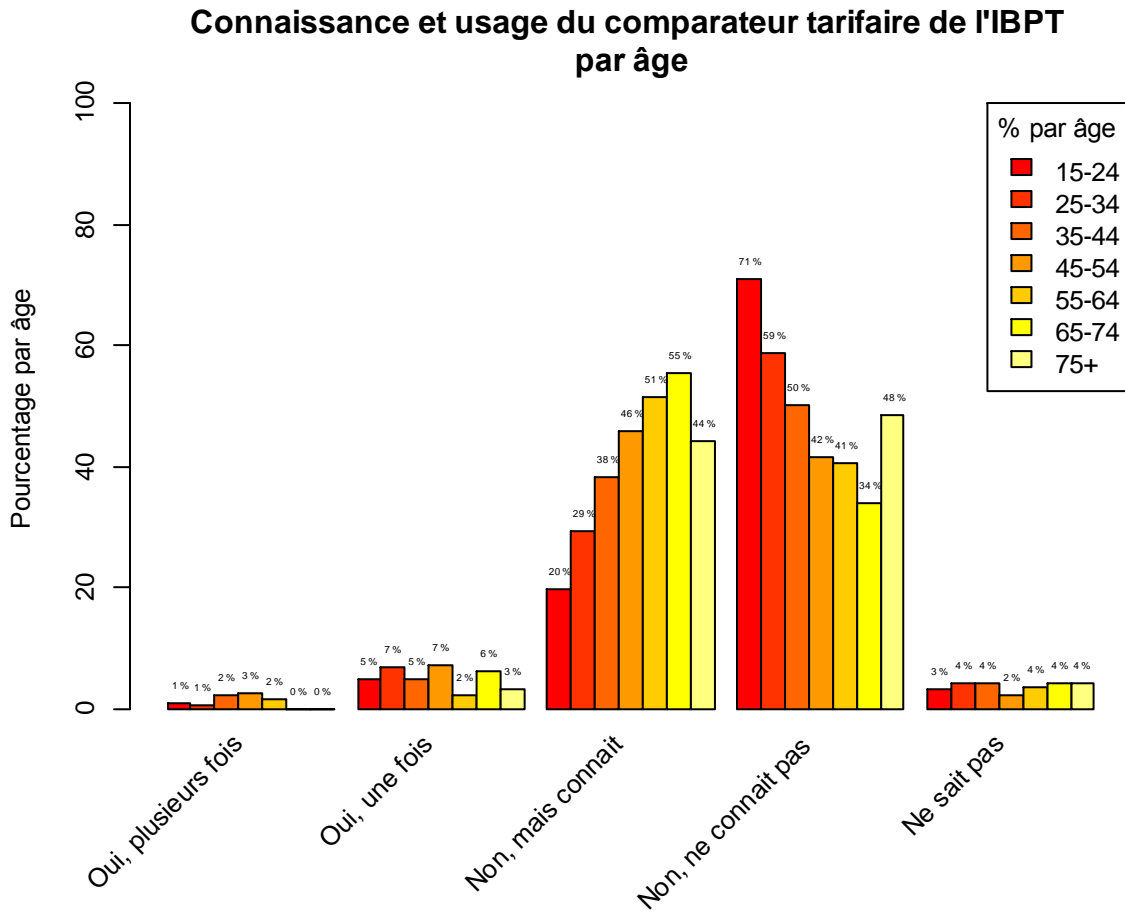


Figure 60 : Connaissance et usage du comparateur tarifaire de l'IBPT par âge

Connaissance et usage du comparateur tarifaire de l'IBPT par Région

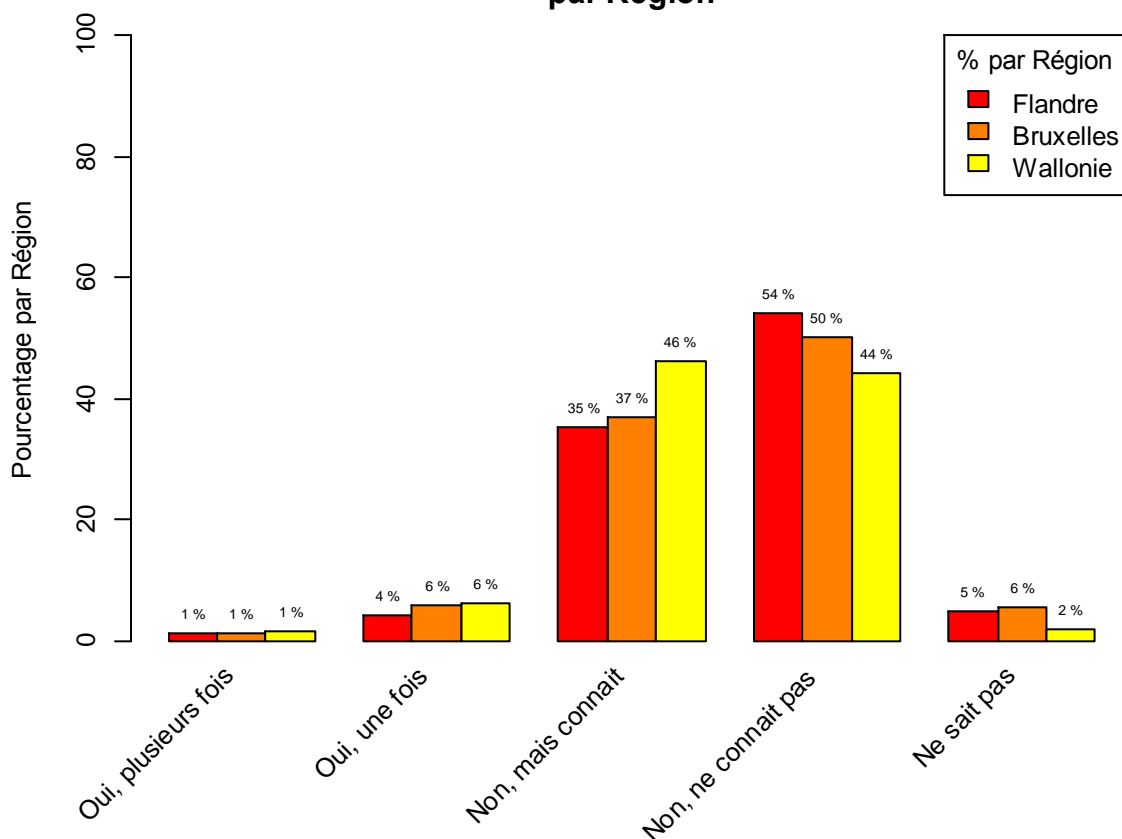


Figure 61 : Connaissance et usage du comparateur tarifaire de l'IBPT par Région

Les graphes ci-dessus nous indiquent qu'il n'y a pas de différence au niveau de l'usage effectif du simulateur. Par contre, la connaissance du simulateur est plus grande en Wallonie et augmente avec l'âge.

4.8. Dernière utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT

La question 2.9.1 portait sur le temps écoulé depuis la dernière utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT. Elle n'a été posée qu'à 6% des répondants (74 répondants après pondération) ayant déclaré avoir déjà fait usage du comparateur à la question précédente.

La question était formulée comme suit : *Si oui, vous l'avez utilisé pour la dernière fois:...* Les réponses proposées étaient les suivantes : *durant les 12 derniers mois ; il y a plus d'un an ; je ne sais pas / je ne me souviens pas*

La question est apparue en 2013.

Dernier usage du comparateur tarifaire de l'IBPT en 2013 et 2014

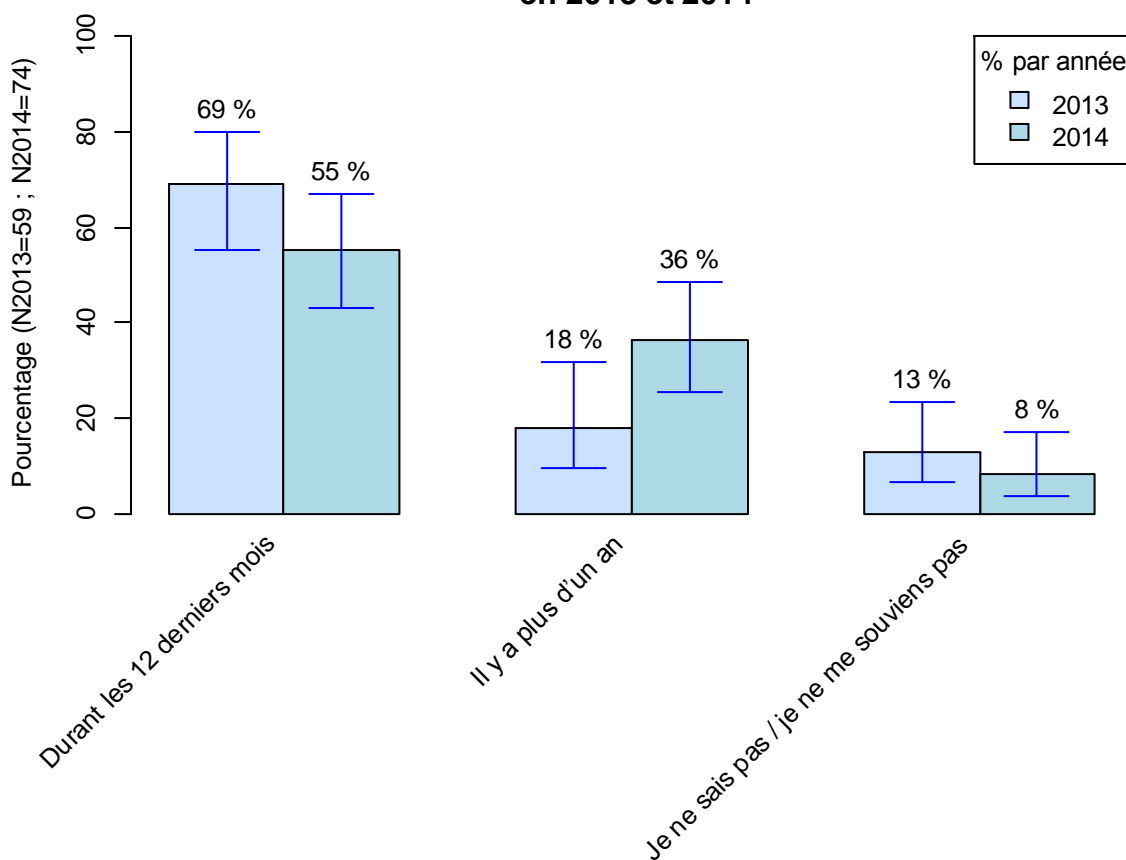


Figure 62 : Dernier usage du comparateur tarifaire de l'IBPT en 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 55% des répondants ont sélectionné la réponse Durant les 12 derniers mois, 36% ont sélectionné Il y a plus d'un an, 8% ont sélectionné Je ne sais pas / je ne me souviens pas.

Le comparateur tarifaire de l'IBPT a été principalement utilisé dans la dernière année.

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

4.9. Facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT

La question 2.10 portait sur la facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT. Elle n'a été posée qu'à 6% des répondants (74 répondants après pondération) ayant déclaré avoir déjà fait usage du comparateur tarifaire de l'IBPT.

La question était formulée comme suit : *Si vous avez déjà utilisé le comparateur tarifaire de l'IBPT, sur une échelle de 0 à 10, diriez-vous a) Qu'il est facile d'utiliser le simulateur? b) Que les résultats du simulateur étaient pertinents? Pour chaque item, la réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés Pas du tout facile/pertinents pour 0 et Tout à fait facile/pertinents pour 10. Une option Sans avis était également proposée.*

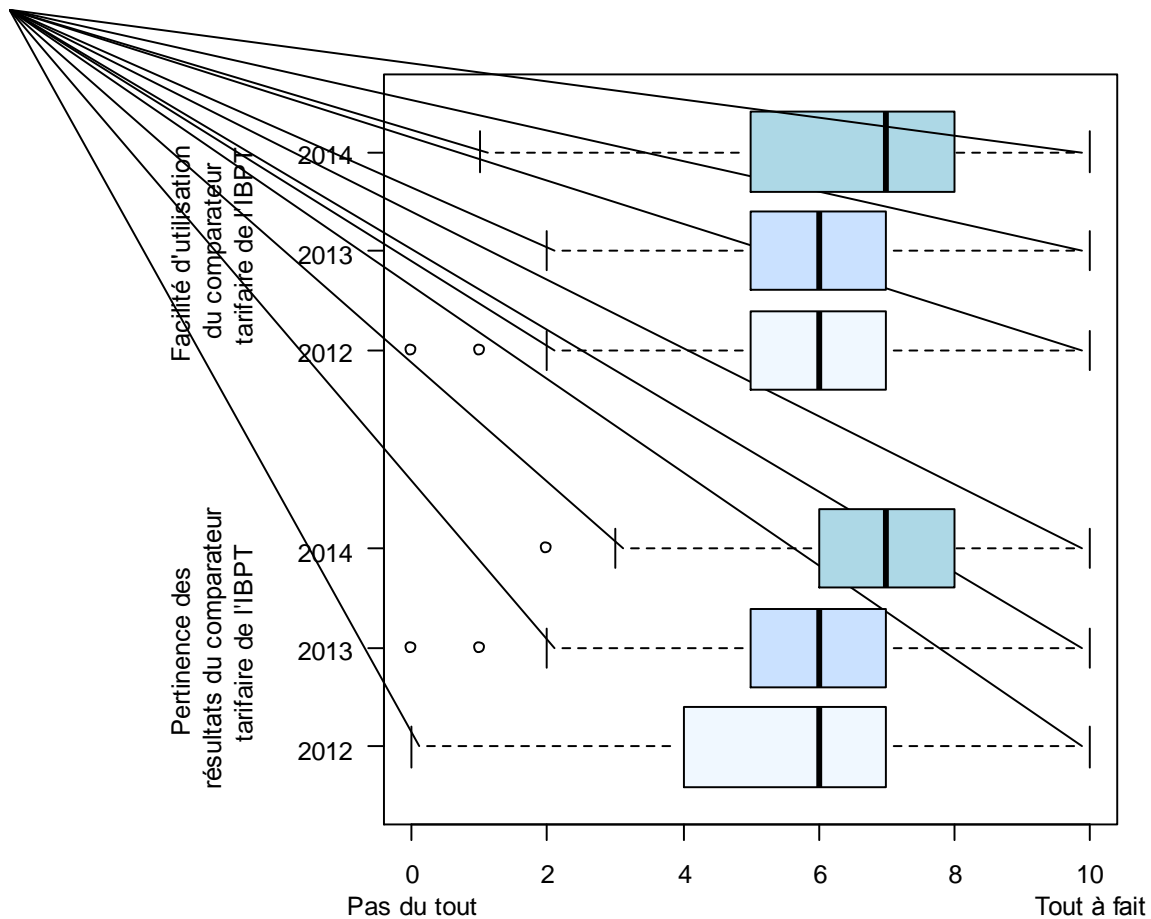


Figure 63 : Pertinence des résultats et facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT

en 2012, 2013 et 2014

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans	NAs
Facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT	1	5	7	8	10	6.4	69	4	1144
Pertinence des résultats du comparateur tarifaire de	2	6	7	8	10	6.6	68	5	1144

Table 15 : Pertinence des résultats et facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT en 2014

Le graphe et la table ci-dessus nous montrent que l'étendue de l'échelle de Likert n'a été utilisée entièrement pour aucune des variables. 95% des répondants ont donné une réponse à l'item Facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT et 5% se sont déclarés Sans avis. 93% des répondants ont donné une réponse à l'item Pertinence des résultats du comparateur tarifaire de l'IBPT et 7% se sont déclarés Sans avis.

La corrélation entre les deux items est forte ($r=0.791$).

Les utilisateurs du comparateur tarifaire le jugent de plus en plus facile d'utilisation et de plus en plus pertinent au niveau des résultats proposés.

Il ressort de ce graphe que le simulateur est relativement bien coté pour sa facilité d'utilisation et sa pertinence. Néanmoins, ces résultats sont à prendre avec précaution vu le peu de personnes ayant effectivement testé le simulateur.

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

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

La question 2.11 portait sur les changements suite à la consultation du comparateur tarifaire de l'IBPT. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir déjà utilisé le simulateur de l'IBPT. Seuls 6% des répondants (74 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

La question était formulée comme suit : *Si vous avez déjà utilisé le comparateur tarifaire de l'IBPT, cela vous a-t-il fait changer a) de plan tarifaire? b) d'opérateur?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*.

**Changement de plan tarifaire et/ou d'opérateur
suite à l'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT
parmi ceux qui ont utilisé le simulateur
en 2012, 2013 et 2014**

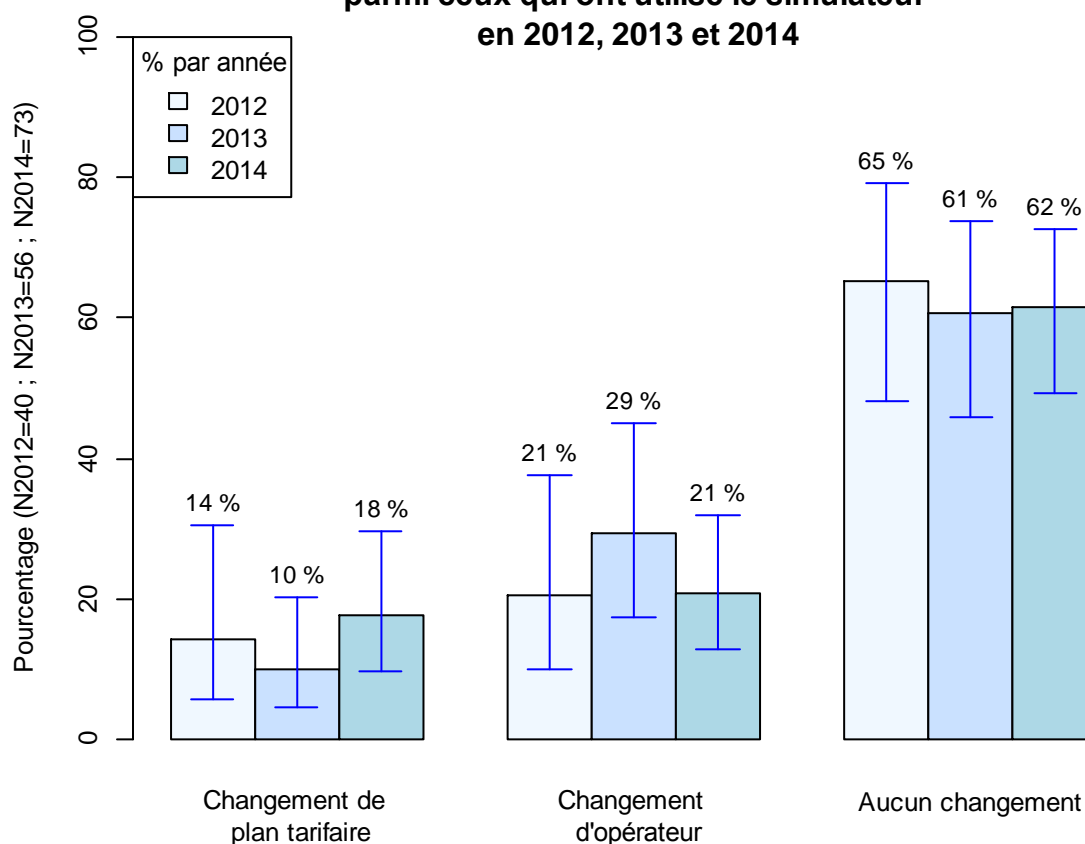


Figure 64 : Changement de plan tarifaire et/ou d'opérateur suite à l'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT parmi ceux qui ont utilisé le simulateur en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre qu'un tiers des 56 utilisateurs du comparateur tarifaire de l'IBPT (2% de l'ensemble des répondants) a changé de plan tarifaire ou d'opérateur suite à l'utilisation de celui-ci. Vu le petit nombre de répondants à cette question, ces résultats doivent être interprétés avec prudence.

Il n'y a aucun changement significatif d'année en année.

Pour synthétiser, on peut affirmer que le comparateur tarifaire de l'IBPT pourrait amener 1.6 à 3.4% de l'ensemble des Belges de plus de 15 ans à un changement d'opérateur ou de plan tarifaire.

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

4.11. Conclusions sur la comparaison des offres et des opérateurs

- Moins de la moitié des personnes comparent les offres des différents opérateurs avant de souscrire à un service. Cette proportion est encore plus faible chez les personnes plus âgées.
- Les utilisateurs semblent rencontrer des difficultés à comparer les tarifs et les services offerts par les opérateurs. Cette difficulté augmente avec l'âge.
- Lorsqu'une comparaison est faite, elle se base sur des informations collectées principalement sur les sites Internet des opérateurs ou dans leurs boutiques, auprès de la famille et des amis et dans la publicité.
- Le choix d'un opérateur est principalement guidé par des critères économiques (prix intéressant ou offre groupée), en particulier chez les jeunes. L'habitude est également un critère généralement influent. On notera en outre que les jeunes et les personnes âgées semblent nettement plus sensibles à l'influence des amis et de la famille, que ce soit par conseil ou par imitation.
- Une minorité de répondants utilisent les sites de comparaison des coûts et services de télécommunications, y compris le comparateur tarifaire de l'IBPT.
- Le comparateur tarifaire de l'IBPT semble de plus en plus connu et les utilisateurs estiment qu'il est de plus en plus facile de l'utiliser et que ses résultats sont pertinents.
- Un tiers des utilisateurs du comparateur de l'IBPT ont changé de plan tarifaire ou d'opérateur suite à la consultation du site Internet de l'IBPT.

5. Changement d'opérateur

Cette section porte sur les changements d'opérateurs et sur la perception de la facilité de changement. Seront également abordées les raisons du changement ou de l'absence de changement. Enfin, la dernière analyse de cette section portera sur les conditions qui persuaderaient le consommateur de changer d'opérateur.

Parmi les 1217 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 1024 répondants après pondération (84% de l'ensemble) ont répondu aux 4 questions non filtrées de cette section.

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

Les questions 3.1, 4.7.1 et 4.8.1 concernent l'expérience du changement d'opérateur; la première posait la question de manière générale, la seconde se centrait sur la téléphonie fixe et la troisième sur la téléphonie mobile.

La question 3.1 était formulée comme suit : *Avez-vous déjà changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*.

La question 4.7.1 portant sur la téléphonie fixe n'a été posée qu'aux 74% des répondants (899 répondants après pondération) disposant du téléphone fixe. Elle était formulée comme suit : *Avez-vous déjà changé d'opérateur de téléphonie fixe au cours de ces trois dernières années?* Les réponses proposées étaient : *Oui ; Non*.

La question 4.8.1 portant sur la téléphonie mobile n'a été posée qu'aux 95% des répondants (1157 répondants après pondération) disposant d'un GSM ou Smartphone. Elle était formulée comme suit : *Avez-vous déjà changé d'opérateur de téléphonie mobile au cours de ces trois dernières années?* Les réponses proposées étaient : *Oui ; Non*.

Les questions 4.7.1 et 4.8.1 constituaient de nouvelles questions par rapport à 2013.

Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en 2012, 2013 et 2014

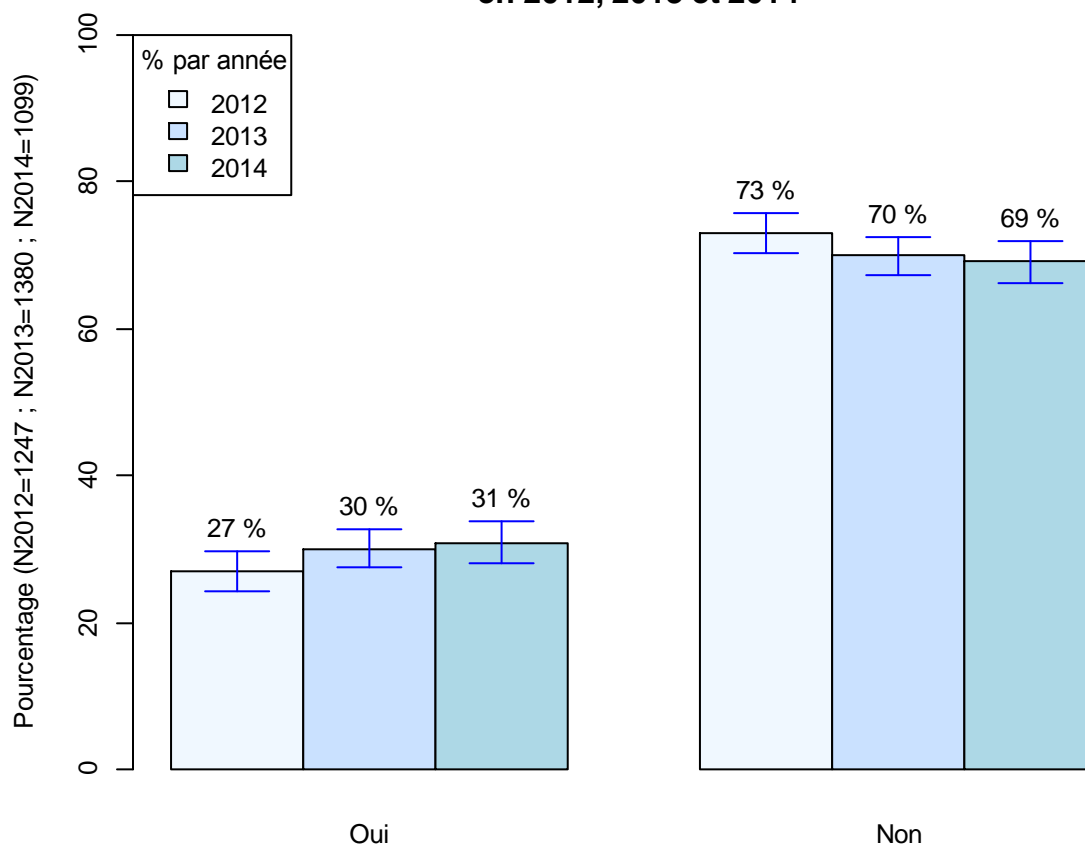


Figure 65 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 31% des répondants ont sélectionné la réponse Oui, 69% ont sélectionné Non.

Depuis 2012, le nombre de répondants qui rapportent avoir changé d'opérateur au cours des trois dernières années augmente petit à petit mais ces augmentations conséquentes (augmentation proportionnelle annuelle de 11% en 2013 et de 7% en 2014) restent non significatives.

La majorité des répondants n'ont pas changé d'opérateur au cours des trois dernières années.

Changement d'opérateur de téléphonie fixe ces trois dernières années en 2014

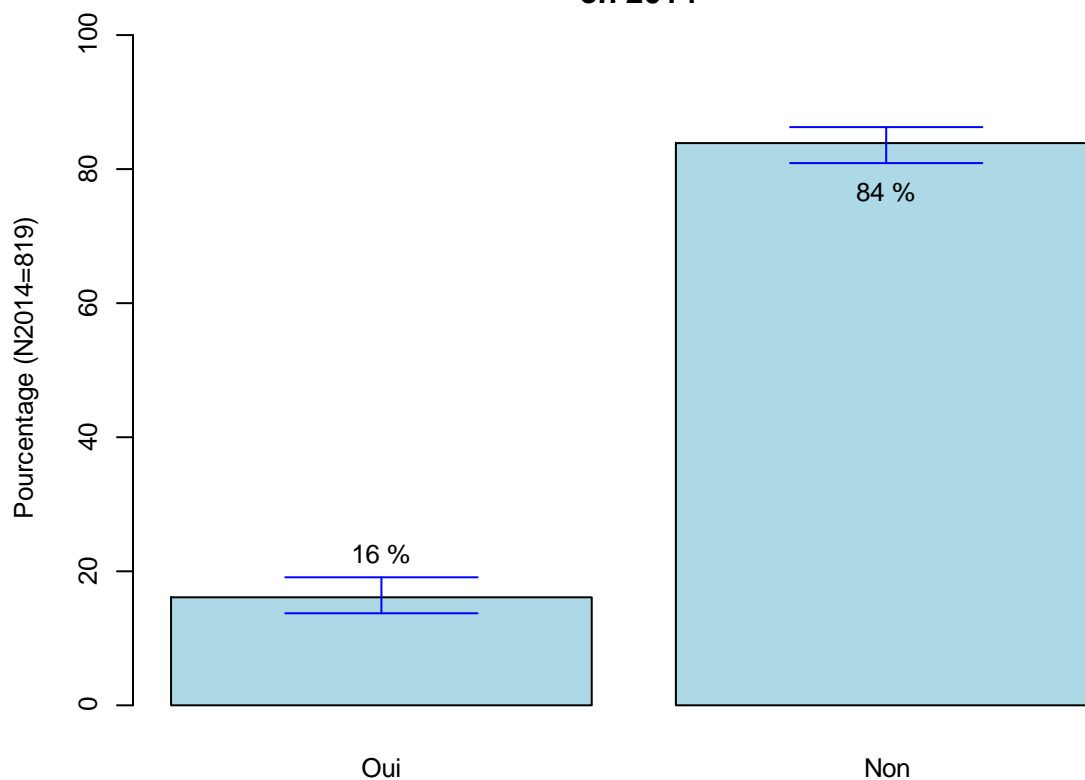


Figure 66 : Changement d'opérateur de téléphonie fixe ces trois dernières années en 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 84% des répondants ont sélectionné la réponse Non, 16% ont sélectionné Oui.

Parmi les répondants concernés par le téléphone fixe, 1 personne sur 6 a changé d'opérateur ces trois dernières années.

Changement d'opérateur de téléphonie mobile ces trois dernières années en 2014

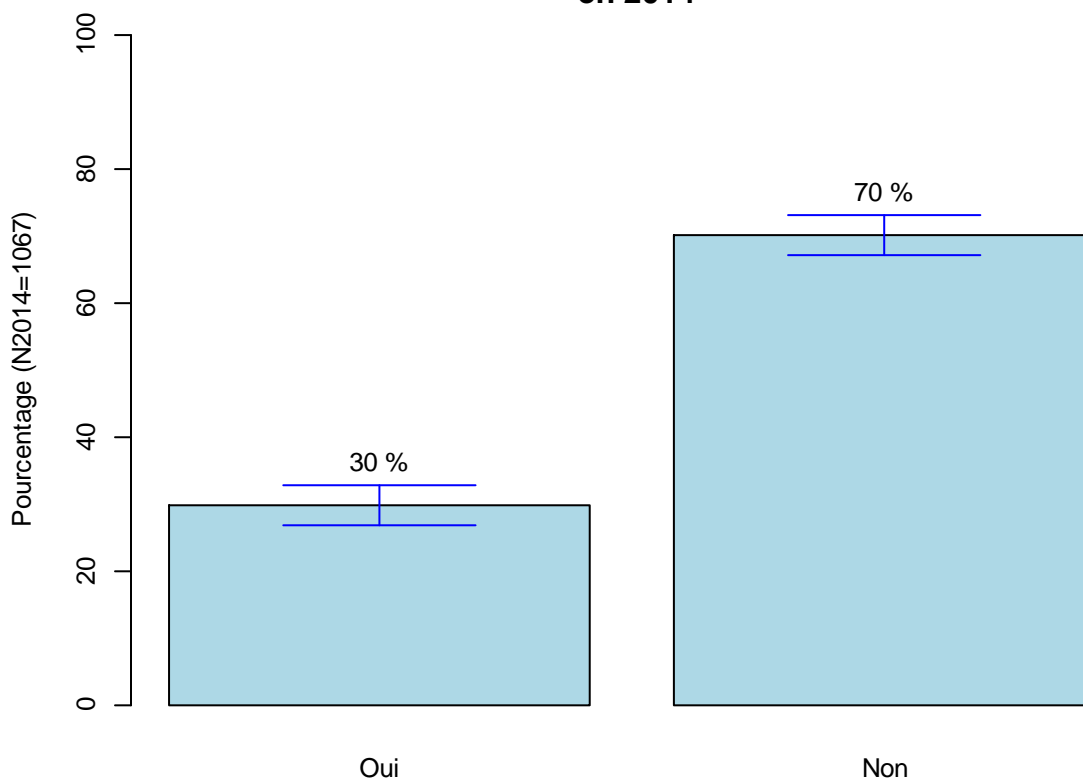


Figure 67 : Changement d'opérateur de téléphonie mobile ces trois dernières années en 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 70% des répondants ont sélectionné la réponse Non, 30% ont sélectionné Oui.

Près d'un personne sur trois a changé d'opérateur mobile ces trois dernières années. C'est près du double du taux observé sur les téléphones fixes et quasiment le seuil observé pour la question générale.

Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années par âge

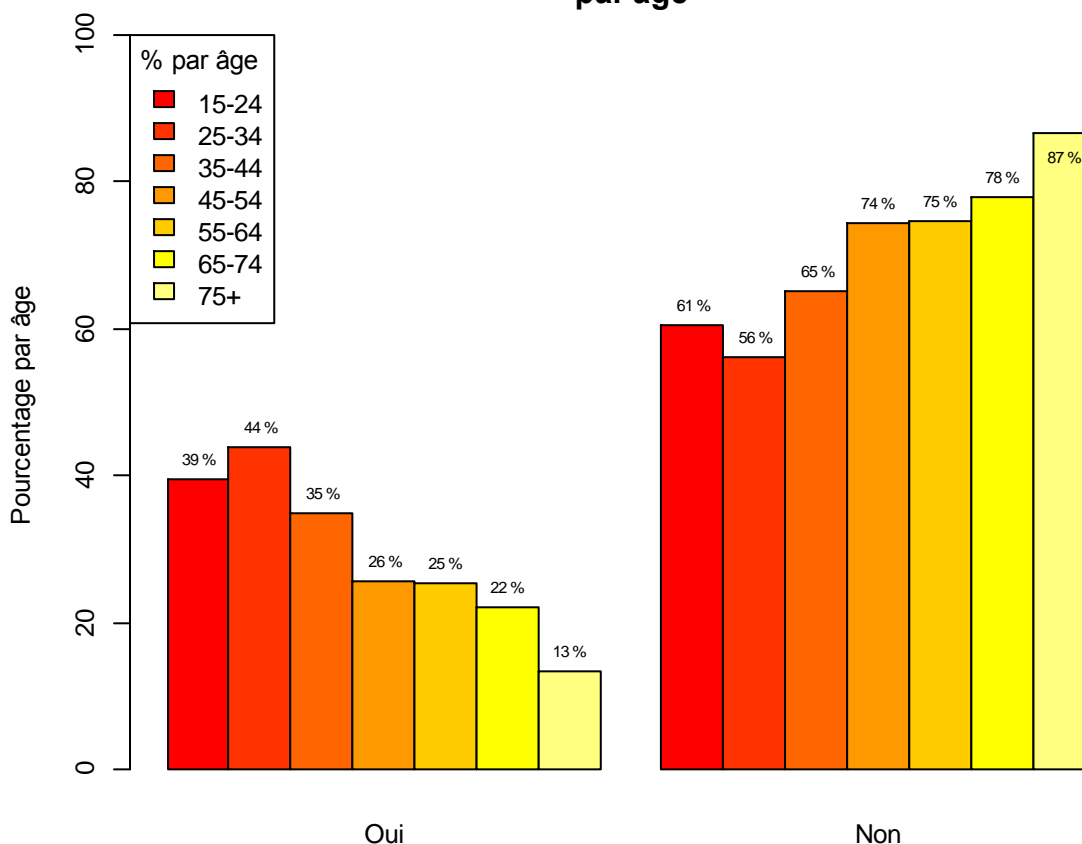


Figure 68 : Changement d'opérateur au cours des 3 dernières années par âge

Le graphe ci-dessus illustre les grandes différences dans les réponses selon les catégories d'âge. Les jeunes adultes (15-44 ans) ont plus tendance à changer d'opérateur que leurs aînés (plus de 65 ans). Il nous est impossible de déterminer s'il s'agit d'une phase d'exploration des opérateurs avant de se fidéliser avec l'un d'entre eux ou s'il s'agit d'une modification générale du comportement des nouvelles générations ayant grandi dans un monde plus concurrentiel. Notons qu'il n'y a pas de différence du même type entre les sexes et les Régions.

Changement d'opérateur de téléphonie fixe ces trois dernières années par âge

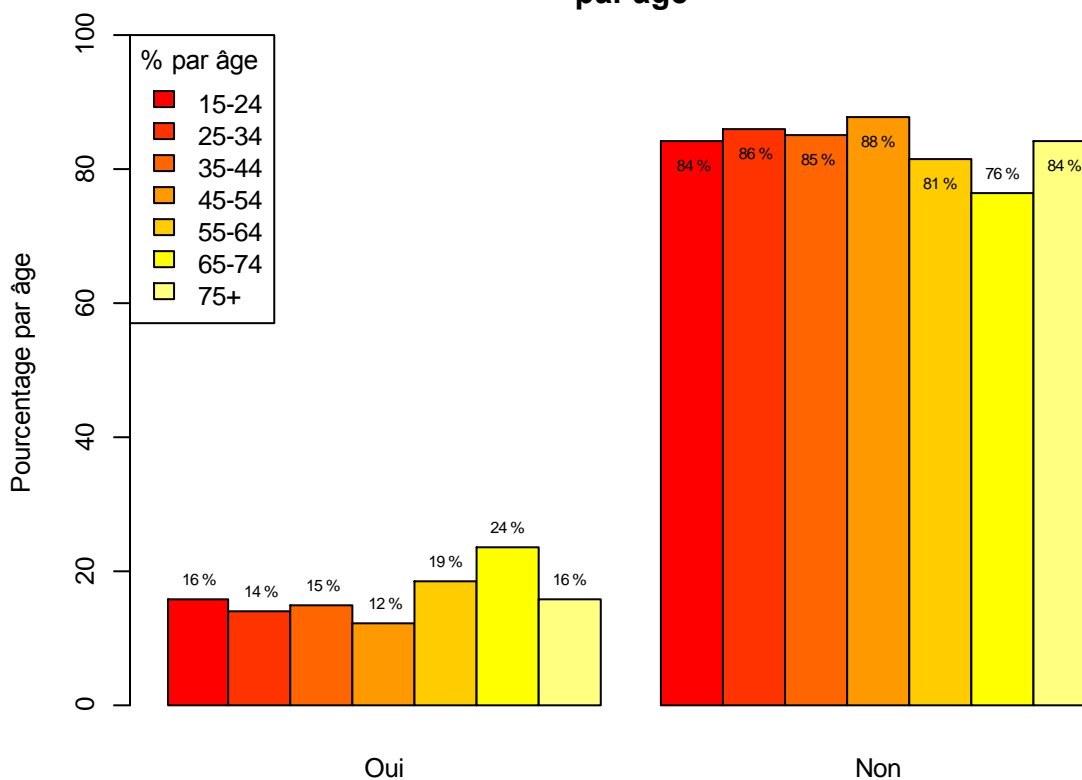


Figure 69 : Changement d'opérateur de téléphonie fixe ces trois dernières années par âge

Les différences d'âge observées sur la question générale ne sont plus présentes lorsque l'on questionne spécifiquement le changement d'opérateur de téléphonie fixe.

Changement d'opérateur de téléphonie mobile ces trois dernières années par âge

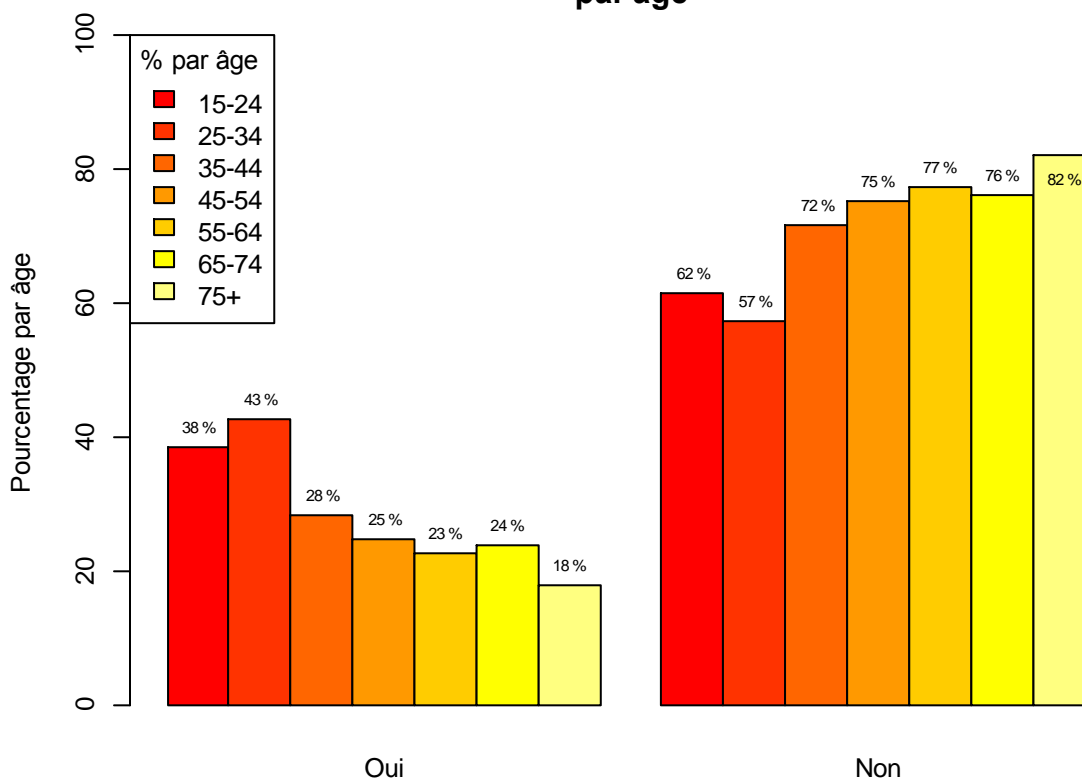


Figure 70 : Changement d'opérateur de téléphonie mobile ces trois dernières années par âge

Le graphe ci-dessus fait à nouveau apparaître l'effet d'âge observé sur la question générale, les jeunes changeant plus régulièrement que les autres.

5.2. Facilité de changer d'opérateur

À la suite des trois questions précédentes, les questions 3.4, 4.7.2 et 4.8.2 ont porté sur la facilité de changement. La question 3.4 était formulée comme suit : *Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de changer d'opérateur? Veuillez indiquer votre opinion, même si vous n'avez pas changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années.*

La question 4.7.2 portait spécifiquement sur le changement d'opérateur de téléphonie fixe. Elle n'a été posée qu'aux 74% des répondants (899 répondants après pondération) disposant du téléphone fixe. Elle était formulée comme suit : *Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de changer d'opérateur de téléphonie fixe? Veuillez indiquer votre opinion même si vous n'avez pas changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années*

La question 4.8.2 portait spécifiquement sur le changement d'opérateur de téléphonie mobile. Elle n'a été posée qu'aux 95% des répondants (1157 répondants après pondération) disposant d'un GSM ou Smartphone. Elle était formulée comme suit : *Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de changer d'opérateur de téléphonie mobile? Veuillez indiquer votre opinion même si vous n'avez pas changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années*

Les réponses proposées aux trois questions se présentaient sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés Pas du tout facile pour 0 et Tout à fait facile pour 10. Une option Sans avis était également proposée.

Les questions 4.7.2 et 4.8.2 ont été ajoutées cette année.

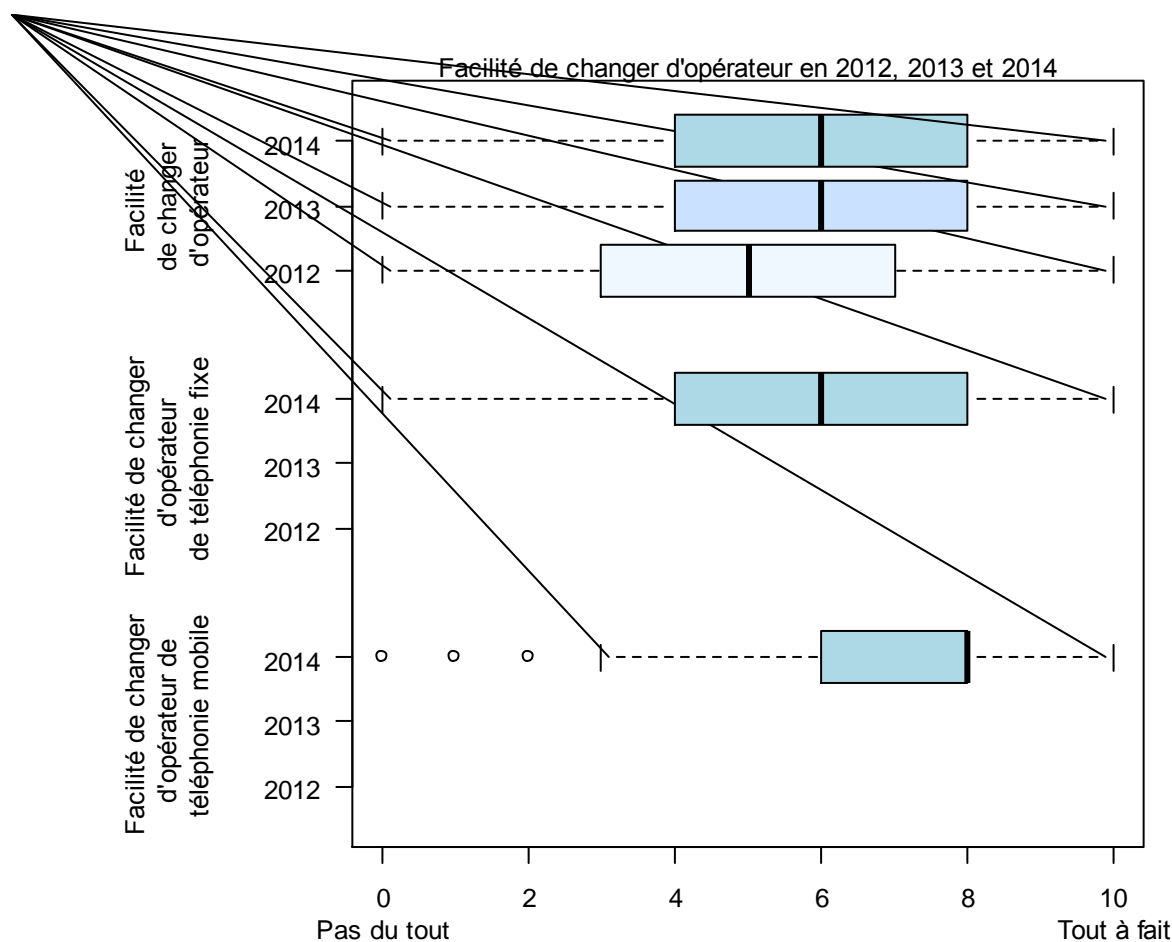


Figure 71 : Facilité de changer d'opérateur en 2012, 2013 et 2014

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Facilité de changer d'opérateur	0	4	6	8	10	6	881	223	112

Table 16 : Facilité de changer d'opérateur (question générale) en 2014

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Facilité de changer d'opérateur de téléphonie fixe	0	4	6	8	10	6.1	579	211	427

Table 17 : Facilité de changer d'opérateur de téléphonie fixe en 2014

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Facilité de changer d'opérateur de téléphonie mobile	0	6	8	8	10	7	887	172	158

Table 18 : Facilité de changer d'opérateur de téléphonie mobile en 2014

Le graphe et la table ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée pour les 3 variables. 80% des répondants ont donné une réponse à l'item Facilité de changer d'opérateur et 20% se sont déclarés Sans avis. 73% des répondants ont donné une réponse à l'item Facilité de changer d'opérateur de téléphonie fixe et 27% se sont déclarés Sans avis. 84% des répondants ont donné une réponse à l'item Facilité de changer d'opérateur de téléphonie mobile et 16% se sont déclarés Sans avis.

La corrélation entre tous les items est moyenne (r est compris entre 0.494 et 0.508).

Pour ce qui est de la question générale, la tendance observée l'an passé se confirme : il semble être de plus en plus facile de changer d'opérateur.

Ce graphe nous montre que, de manière générale, il y a plus de personnes qui trouvent qu'il est facile de changer d'opérateur que de personnes qui estiment le changement d'opérateur difficile. Plus de 50% des répondants donnent une cote comprise entre 7 et 10 sur 10 face à cette affirmation.

Pour la facilité à changer d'opérateur de téléphonie fixe, 50% des répondants donnent une cote comprise entre 6 et 10. Les cotes sont légèrement inférieures à celles de la facilité de changer en téléphonie mobile.

A l'inverse, lorsqu'il s'agit de la téléphonie mobile, les répondants trouvent qu'il est plus facile de changer d'opérateur. 50% d'entre eux donnent une cote comprise entre 8 et 10 cette fois (au moins 25% des répondants donnent exactement la cote de 8/10 et 25% une cote supérieure ou égale à 8/10).

Quels que soient l'âge, le sexe ou la Région d'origine du répondant, les réponses à ces questions restent sensiblement les mêmes.

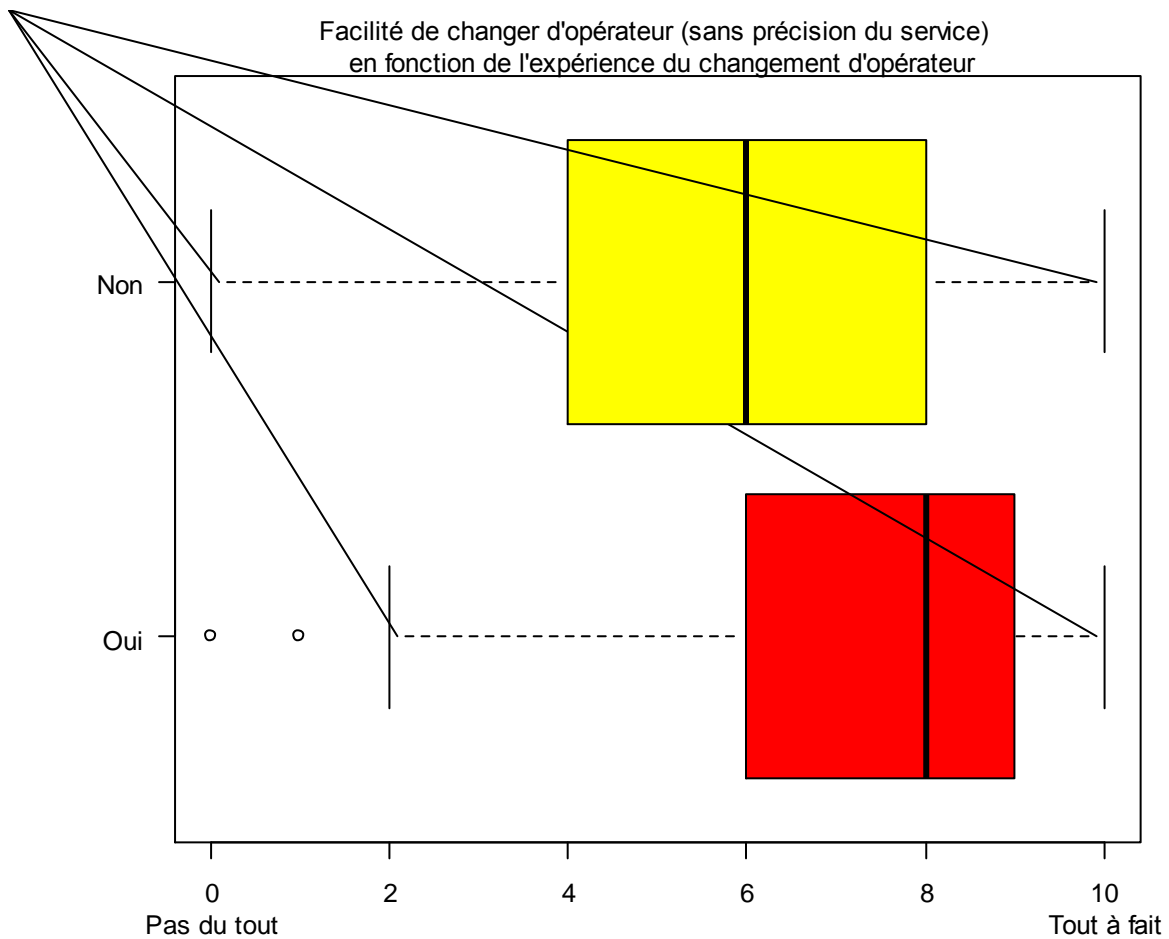


Figure 72 : Facilité de changer d'opérateur (sans précision du service) en fonction de l'expérience du changement d'opérateur

Les personnes qui ont fait l'expérience du changement (Q3.1, Q4.7.1, Q4.7.2) considèrent qu'il est plus facile de changer d'opérateur que ceux qui n'en ont pas fait l'expérience. Ce constat est le même sur la question générale (ci-dessus) que sur les deux questions spécifiques (graphes ci-dessus).

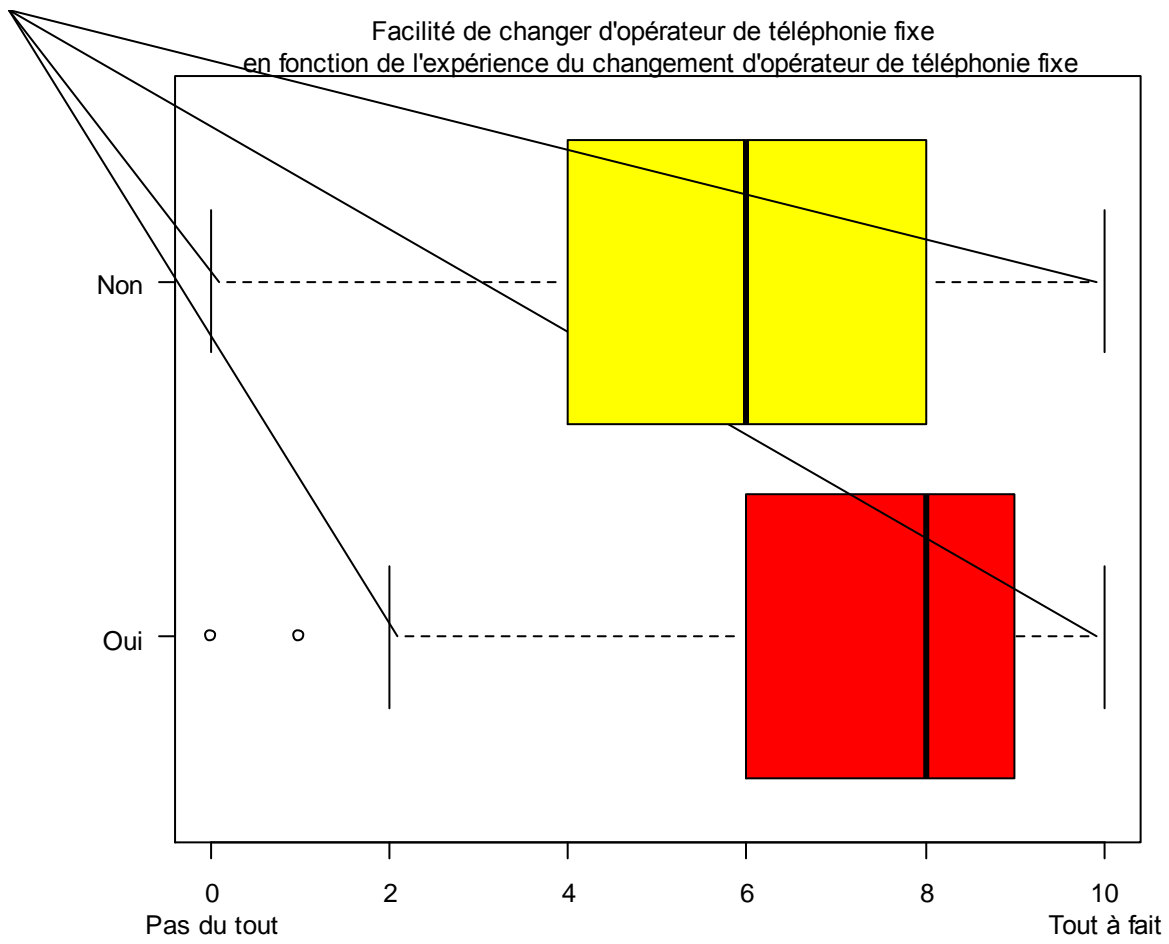


Figure 73 : Facilité de changer d'opérateur de téléphonie fixe en fonction de l'expérience du changement d'opérateur de téléphonie fixe

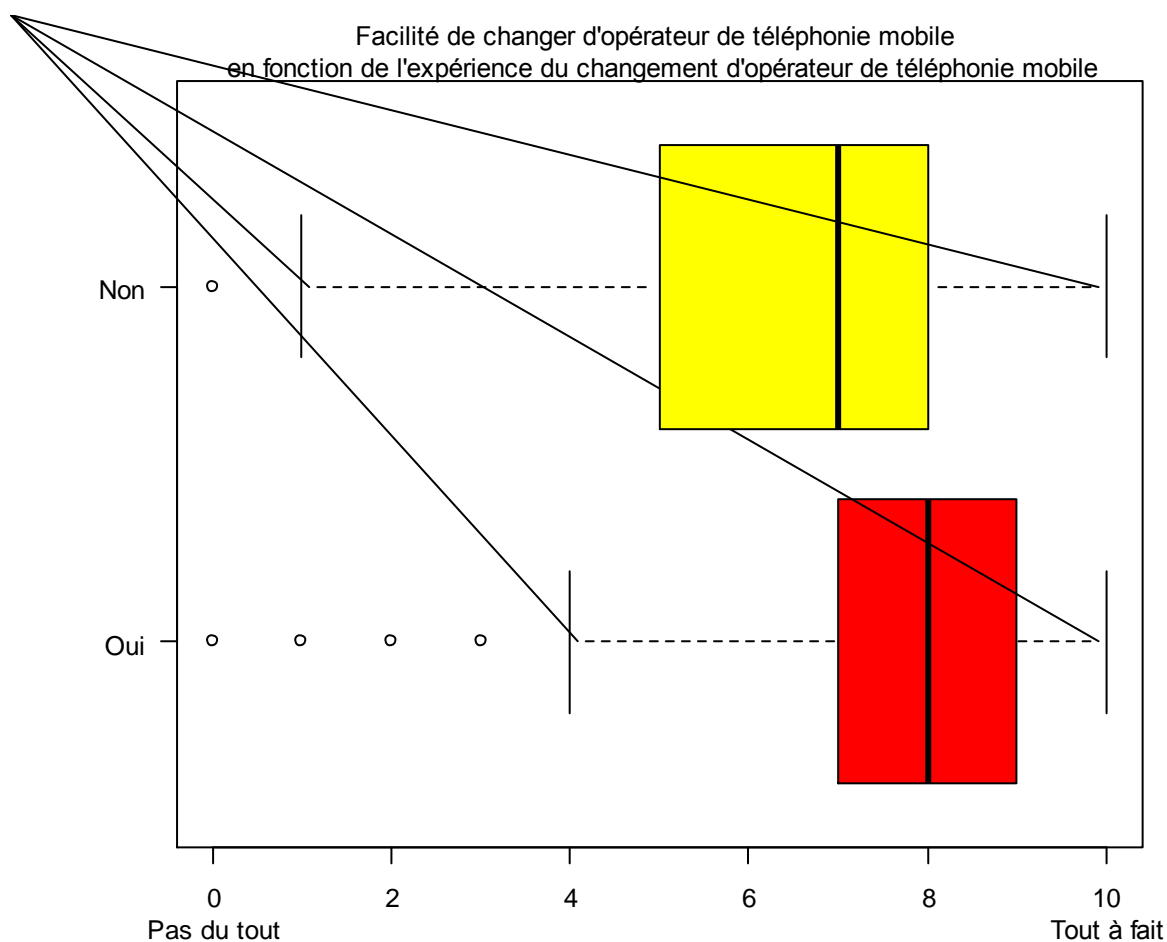


Figure 74 : Facilité de changer d'opérateur de téléphonie mobile en fonction de l'expérience du changement d'opérateur de téléphonie mobile

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

La question 3.2 portait sur les raisons pour lesquelles les consommateurs n'ont pas changé d'opérateur depuis 3 ans. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré ne pas avoir changé d'opérateur depuis 3 ans à la question précédente. Seuls 69% des répondants (760 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

La question était formulée comme suit : *Si vous n'avez pas changé d'opérateur depuis trois ans, quelles en sont les raisons? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Je n'ai pas envie de changer ; Je suis globalement satisfait de mon opérateur ; Mon opérateur m'offre le meilleur rapport qualité / prix ; Le bénéfice financier à en tirer est trop faible ; Je ne savais pas qu'il était possible de changer d'opérateur ; Cela me coûterait trop cher de payer des indemnités de départ / à cause des frais liés au changement ; Ça me paraît trop compliqué / ça risque de me prendre trop de temps ; Je ne sais pas facilement comparer les différents plans tarifaires ; Je*

suis lié par une offre groupée (ou pack) ; Je ne souhaite pas changer de numéro de téléphone ou d'adresse e-mail ; Je ne connais pas les autres opérateurs du marché ; Je ne fais pas confiance aux autres opérateurs du marché ; Je n'ai pas d'équivalent disponible dans ma région ; Mon opérateur est choisi par mon employeur ; Mon opérateur est celui choisi par la plupart de mes proches (ma famille/mes amis) ; Autre.

Raisons pour n'avoir pas changé d'opérateur
 parmi ceux qui n'ont pas changé depuis 3 ans
 en 2012, 2013 et 2014

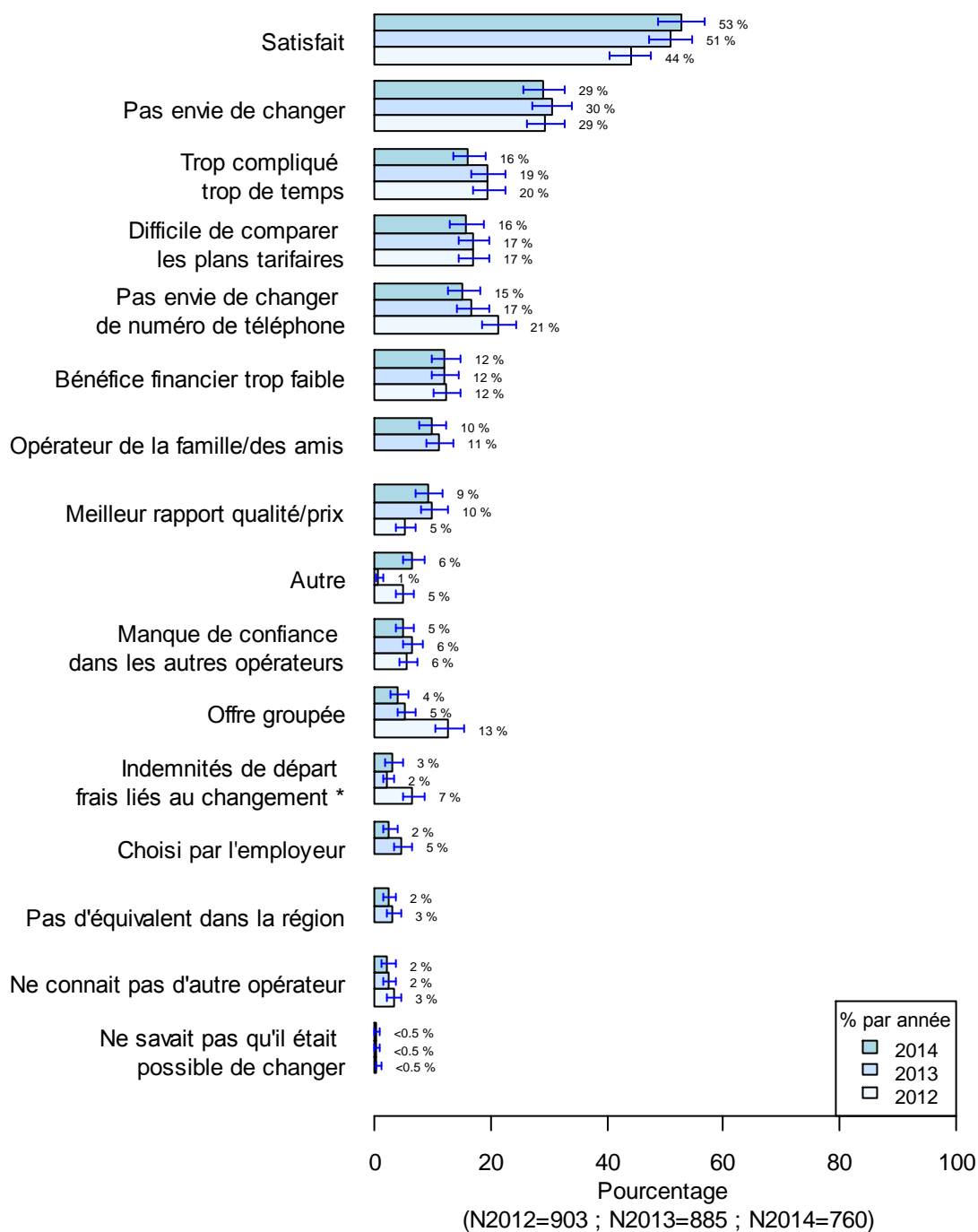


Figure 75 : Raisons pour n'avoir pas changé d'opérateur parmi ceux qui n'ont pas changé depuis 3 ans en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus⁷ nous montre que 53% de ceux qui n'ont pas changé d'opérateur depuis 3 ans (37% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Satisfait, 29% (20%) ont sélectionné Pas envie de changer, 16% (11%) ont sélectionné Trop compliqué trop de temps, 16% (11%) ont sélectionné Difficile de comparer les plans tarifaires, 15% (10%) ont sélectionné Pas envie de changer de numéro de téléphone, 12% (8%) ont sélectionné Bénéfice financier trop faible, 10% (7%) ont sélectionné Opérateur de la famille/des amis, 9% (6%) ont sélectionné Meilleur rapport qualité/prix, 6% (4%) ont sélectionné Autre, 5% (3%) ont sélectionné Manque de confiance dans les autres opérateurs, 4% (3%) ont sélectionné Offre groupée, 3% (2%) ont sélectionné Indemnités de départ frais liés au changement, 2% (2%) ont sélectionné Choisi par l'employeur, 2% (2%) ont sélectionné Pas d'équivalent dans la région, 2% (2%) ont sélectionné Ne connaît pas d'autre opérateur, 0.2% (0.1%) ont sélectionné Ne savait pas qu'il était possible de changer.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Trop compliqué trop de temps qui passe de 20% en 2012 à 19% en 2013 pour diminuer jusqu'à 16% en 2014 (diminution proportionnelle de 17% par rapport à 2013 ; diminution proportionnelle de 17% par rapport à 2012). La réponse Pas envie de changer de numéro de téléphone passe de 21% en 2012 à 17% en 2013 pour descendre à 15% en 2014 (diminution proportionnelle de 9% par rapport à 2013 ; différence significative : diminution proportionnelle de 29% par rapport à 2012). La réponse Satisfait passe de 44% en 2012 à 51% en 2013 pour atteindre 53% en 2014 (augmentation proportionnelle de 4% par rapport à 2013 ; différence significative : augmentation proportionnelle de 20% par rapport à 2012).

Les raisons principales pour ne pas avoir changé d'opérateur sont la satisfaction et l'absence d'envie de changer. Notons que le fait de ne pas vouloir changer de numéro de téléphone est une raison citée dans 15% des cas alors que la portabilité des numéros de téléphone est assurée depuis quelques années.

Il n'y a pas de différence marquante dans les réponses ventilées par âge, sexe ou Région.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	2	2	8

Table 19 : Nombre de raisons pour lesquelles il n'y a pas eu changement d'opérateur

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 8 critères de choix parmi les 13 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 2 critères ou moins de 2 critères. 23% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères. L'analyse des combinaisons ne fait ressortir aucune combinaison particulière mis à part l'association entre l'absence d'envie de changer et l'item satisfait.

⁷ Par rapport au questionnaire des années précédentes, les termes « à cause des frais liés au changement » a été ajouté à l'item Cela me coûterait trop cher de payer des indemnités de départ.

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

La question 3.3 portait sur les raisons pour lesquelles les consommateurs ont changé d'opérateur au cours des trois dernières années. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir changé d'opérateur au cours des trois dernières années à la question 3.1. Seuls 31% des répondants (339 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

La question était formulée comme suit : *Si vous avez changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années, quelles en sont les raisons? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Tarif plus intéressant ou promotion chez un autre opérateur ; Problèmes rencontrés avec l'opérateur précédent ; Mauvais rapport qualité/prix de l'opérateur précédent ; Offre non adaptée suite à un changement de ma situation (déménagement, etc.) ; Simple envie de changer; L'opérateur précédent a été repris par un autre opérateur que je n'apprécie pas ; Il est devenu plus facile de changer d'opérateur ; Autre.*

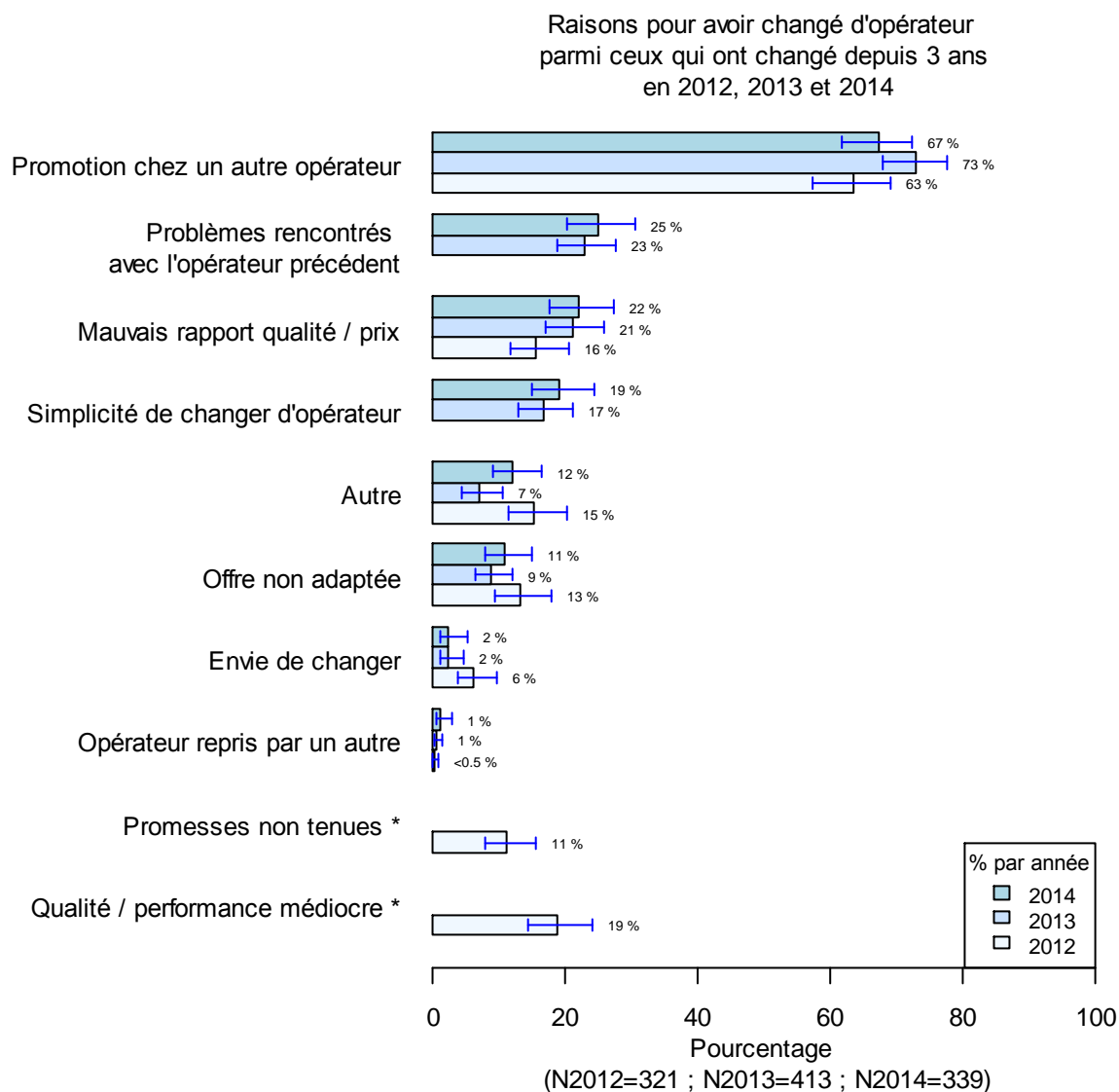


Figure 76 : Raisons pour avoir changé d'opérateur parmi ceux qui ont changé depuis 3 ans en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 67% de ceux qui ont changé d'opérateur depuis 3 ans (21% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Promotion chez un autre opérateur, 25% (8%) ont sélectionné Problèmes rencontrés avec l'opérateur précédent, 22% (7%) ont sélectionné Mauvais rapport qualité / prix, 19% (6%) ont sélectionné Simplicité de changer d'opérateur, 12% (4%) ont sélectionné Autre, 11% (3%) ont sélectionné Offre non adaptée, 2% (0.8%) ont sélectionné Envie de changer, 1% (0.4%) ont sélectionné Opérateur repris par un autre.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Simplicité de changer d'opérateur qui passe de 17% à 19% (augmentation proportionnelle de 15% par rapport à l'an passé). La réponse Mauvais rapport qualité / prix passe de 16% en 2012 à 21% en 2013 pour atteindre 22% en 2014

(augmentation proportionnelle de 5% par rapport à 2013 ; augmentation proportionnelle de 42% par rapport à 2012).

Une seule raison sort du lot : il s'agit de l'argument économique de la promotion chez un autre opérateur. Pour 22 à 29% des répondants, ce sont les items relatifs à la déception chez l'ancien opérateur qui ont été choisis.

Il n'y a rien de particulier à souligner quant à l'analyse en fonction des variables sociodémographiques.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	1	2	5

Table 20 : Nombre de raisons pour lesquelles il y a eu changement d'opérateur

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 5 critères de choix parmi les 8 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 14% des répondants ont sélectionné 3 critères ou plus de 3 critères. L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

5.5. Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur

La question 3.5 portait sur les solutions qui persuaderaient le consommateur de changer d'opérateur. La question était formulée comme suit : *S'il vous semble difficile de changer d'opérateur (quelles qu'en soient les raisons), laquelle ou lesquelles de ces solutions vous persuaderai(en)t de le faire? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Pas d'application, il ne me semble pas difficile de changer d'opérateur ; Changement gratuit d'opérateur ; Une fiche d'information standardisée qui permette une description des offres avec une structure identique quel que soit l'opérateur ; Un site Internet indépendant des opérateurs indiquant l'offre la moins chère pour votre profil d'utilisation ; Une durée de contrat plus courte ; Confiance dans la stabilité des tarifs du nouvel opérateur envisagé ; Confiance dans la stabilité du service du nouvel opérateur envisagé ; Une facilité technique et administrative du changement ; Une information sur les performances réelles du service (vitesse de connexion par exemple) ; Je suis satisfait, je ne pense pas changer d'opérateur ; Autre.*

Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur en 2012, 2013 et 2014

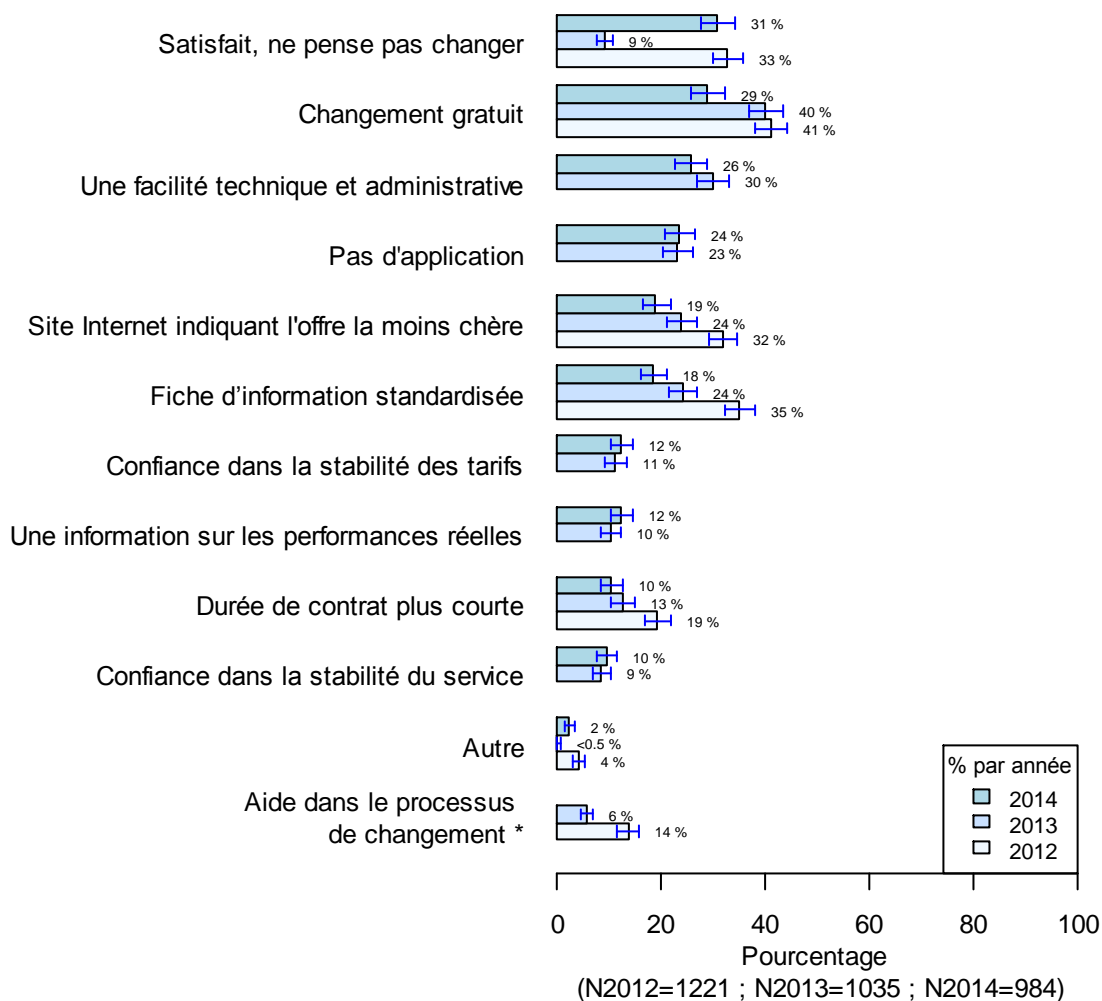


Figure 77 : Solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus⁸ nous montre que 31% des répondants ont sélectionné la réponse Satisfait, ne pense pas changer, 29% ont sélectionné Changement gratuit, 26% ont sélectionné Une facilité technique et administrative, 24% ont sélectionné Pas d'application, 19% ont sélectionné Site Internet indiquant l'offre la moins chère, 18% ont sélectionné Fiche d'information standardisée, 12% ont sélectionné Confiance dans la stabilité des tarifs, 12% ont sélectionné Une information sur les performances réelles, 10% ont sélectionné Durée de contrat plus courte, 10% ont sélectionné Confiance dans la stabilité du service, 2% ont sélectionné Autre.

Le changement le plus visible concerne la réponse Satisfait, ne pense pas changer qui avait fortement chuté l'an passé et semble être revenu à son seuil initial cette année. Il est difficile d'expliquer ce

⁸ Par rapport au questionnaire des années précédentes, l'item Aide dans le processus de changement a été retiré.

changement, si ce n'est que le nombre de non réponses était plus élevé l'an passé sur cette question. Au-delà de ce constat, le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Changement gratuit qui passe de 41% en 2012 à 40% en 2013 pour atteindre 29% en 2014 (différence significative : diminution proportionnelle de 29% par rapport à 2013 ; différence significative : diminution proportionnelle de 31% par rapport à 2012). La réponse Fiche d'information standardisée passe de 35% en 2012 à 24% en 2013 pour atteindre 19% en 2014 (différence significative : diminution proportionnelle de 23% par rapport à 2013 ; différence significative : diminution proportionnelle de 47% par rapport à 2012). La réponse Site Internet indiquant l'offre la moins chère passe de 32% en 2012 à 24% en 2013 pour atteindre 19% en 2014 (diminution proportionnelle de 20% par rapport à 2013 ; différence significative : diminution proportionnelle de 41% par rapport à 2012). La réponse Durée de contrat plus courte passe de 19% en 2012 à 13% en 2013 pour atteindre 10% en 2014 (diminution proportionnelle de 19% par rapport à 2013 ; différence significative : diminution proportionnelle de 47% par rapport à 2012).

Près d'une personne sur trois se déclare satisfaite et ne souhaite pas changer. Le premier incitant au changement d'opérateur reste la gratuité du changement, talonné cette année par les facilités techniques et administratives. Ensuite, c'est une description plus claire des offres (par l'intermédiaire de fiches d'information standardisée ou d'un comparateur tarifaire comme celui de l'IBPT) qui incite au changement.

Rien de fondamental n'apparaît à l'analyse des croisements avec les variables sociodémographiques.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	2	3	8

Table 21 : Nombre de solutions qui persuaderaient de changer d'opérateur

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 8 critères de choix parmi les 9 options proposées (nous avons mis de côté les options *Pas d'application* et *Satisfait, ne pense pas changer pour cette partie de l'analyse*). La moitié des répondants sélectionnent 2 critères ou moins de 2 critères. 12% des répondants ont sélectionné 4 critères ou plus de 4 critères. Aucune combinaison particulière d'item ne ressort de l'analyse.

5.6. Conclusions sur les changements d'opérateur

- Près d'un tiers des personnes ont changé d'opérateur au cours des trois dernières années. Les jeunes adultes ont davantage tendance à changer d'opérateur que leurs aînés.
- On change deux fois plus d'opérateur de téléphonie mobile que d'opérateur de téléphonie fixe.
- Les personnes sont généralement satisfaites de la facilité avec laquelle on peut changer d'opérateur et il semble plus facile de changer d'opérateur mobile que de téléphonie fixe.

L'expérience du changement d'opérateur donne l'impression que le changement est plus facile.

- Une promotion chez un opérateur concurrent est la raison la plus fréquemment mise en avant pour justifier un changement d'opérateur.
- La majorité des personnes qui n'ont pas changé d'opérateur étaient satisfaites ou n'avaient simplement pas envie de changer. On notera toutefois que la complexité de la démarche ou la croyance que l'on devra changer de numéro de téléphone sont aussi des freins au changement.
- La gratuité du changement, une description standardisée des offres et l'accès à un site Internet indiquant l'offre la moins chère pour le profil d'utilisation pousseraient à effectuer un changement souhaité.

6. Information et responsabilisation du consommateur

Cette section porte sur l'information du consommateur au sujet de ses droits et des devoirs de l'opérateur. Des sujets relativement variés ont été abordés, de l'information sur le plan tarifaire le moins cher à la vitesse de connexion Internet nécessaire en passant par la connaissance des durées de contrat.

Parmi les 1217 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 1014 répondants après pondération (83% de l'ensemble) ont répondu aux 5 questions non filtrées de cette section.

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

La question 4.4 était formulée comme suit : *De manière générale, vous sentez-vous bien informé en ce qui concerne vos droits à l'égard des opérateurs de télécommunications?* La réponse proposée se présentait sous la forme d'une échelle de Likert à 11 niveaux, de 0 à 10, dont les extrêmes étaient labellisés Très mal informé pour 0 et Très bien informé pour 10. Une option Sans avis était également proposée.

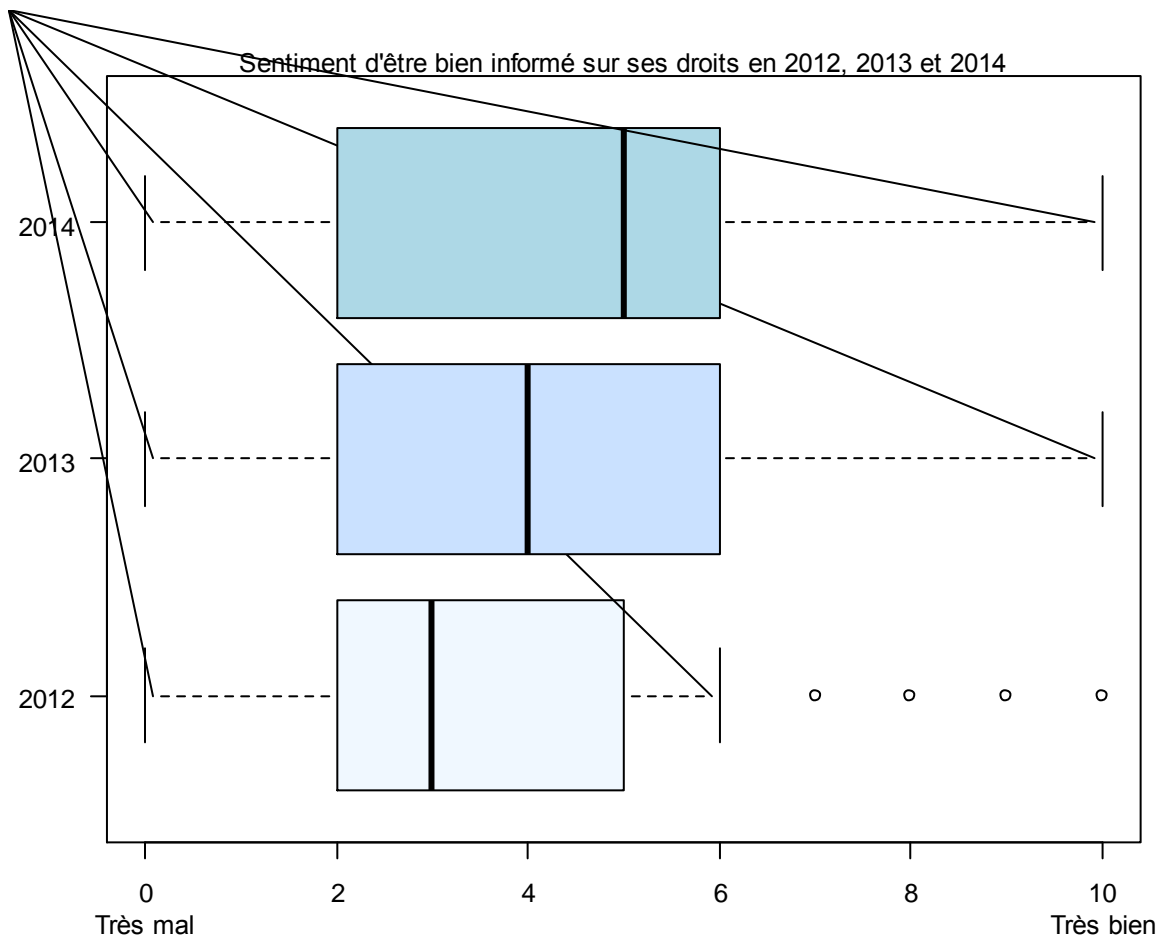


Figure 78 : Sentiment d'être bien informé sur ses droits en 2012, 2013 et 2014

	Min	Q25%	Q50%	Q75%	Max	Mean	N	Sans avis	NAs
Sentiment d'être bien informé sur ses droits	0	2	5	6	10	4.3	962	115	140

Table 22 : Sentiment d'être bien informé sur ses droits en 2014

Le graphe et la table ci-dessus nous montrent que toute l'étendue de l'échelle de Likert a été utilisée. 89% des répondants ont donné une réponse à l'item Sentiment d'être bien informé sur ses droits et 11% se sont déclarés Sans avis.

Cette année, la moitié des répondants sont sur la partie positive de l'échelle contre à peine un quart en 2012. La progression positive observée l'an passé se confirme donc même si une personne sur deux se sent toujours mal informée.

La moitié des répondants donne une cote inférieure ou égale à 5/10 pour la qualité d'information sur les droits. C'est mieux que les années précédentes mais reste faible comparativement aux autres échelles contenues dans le questionnaire. Le constat négatif est donc sans équivoque.

Quels que soient l'âge, le sexe ou la Région d'origine du répondant, les réponses à cette question restent les mêmes.

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

La question 4.1 portait sur l'obligation de l'opérateur de proposer un tarif adapté au profil moyen de consommation. La question était formulée comme suit : *A votre avis, votre opérateur est-il tenu de vous proposer un plan tarifaire adapté à votre profil moyen de consommation (pour la téléphonie fixe et la téléphonie mobile)?* Les réponses proposées étaient : *Oui, tous les mois ; Oui, au moins deux fois par an ; Oui, une fois par an ; Non, jamais ; Je ne sais pas.*

La réponse correcte est une fois par an.

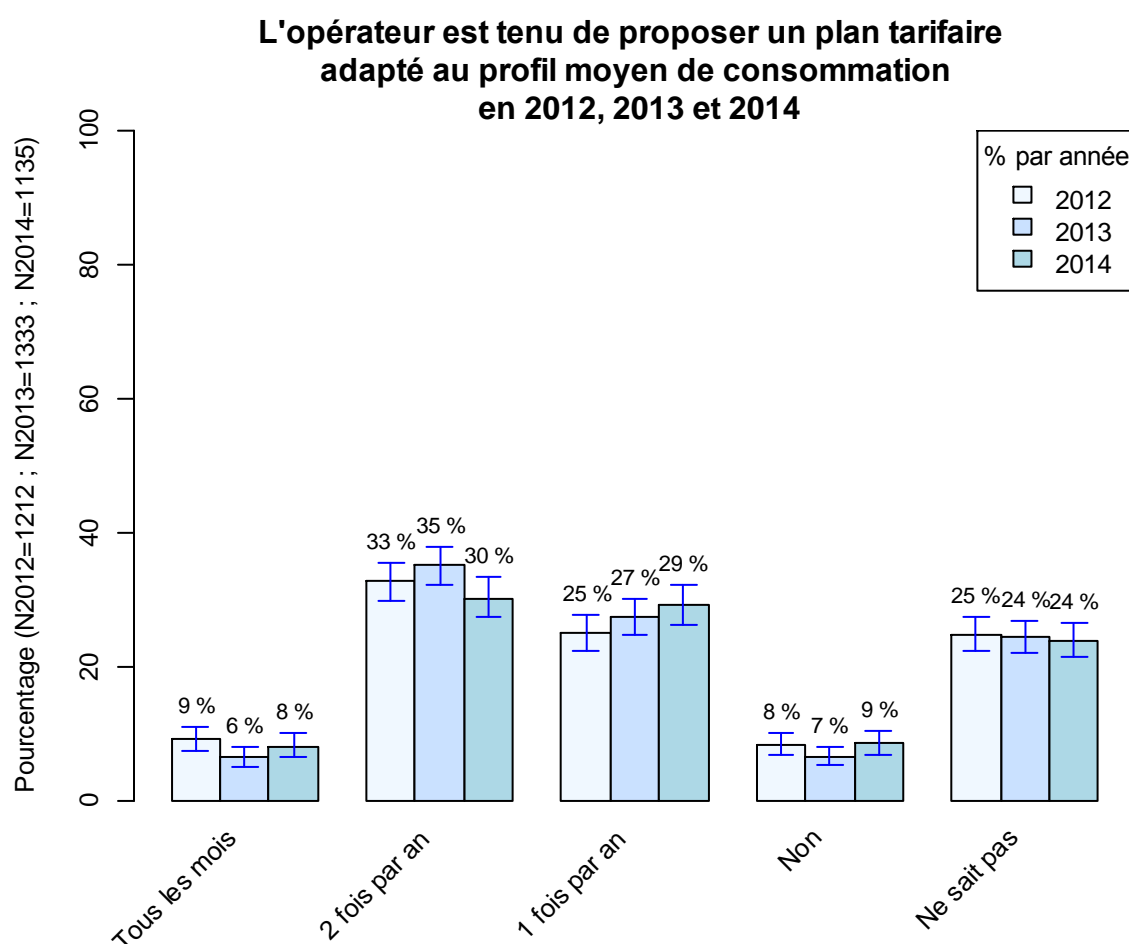


Figure 79 : L'opérateur est tenu de proposer un plan tarifaire adapté au profil moyen de consommation en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 30% des répondants ont sélectionné la réponse 2 fois par an, 29% ont sélectionné 1 fois par an, 24% ont sélectionné Ne sait pas, 9% ont sélectionné Non, 8% ont sélectionné Tous les mois.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Une majorité de répondants (67%) pense que l'opérateur est tenu de proposer un tarif adapté au profil moyen de consommation. 30% des répondants pensent qu'il doit le faire bi annuellement, alors qu'en fait il ne doit le faire qu'annuellement.

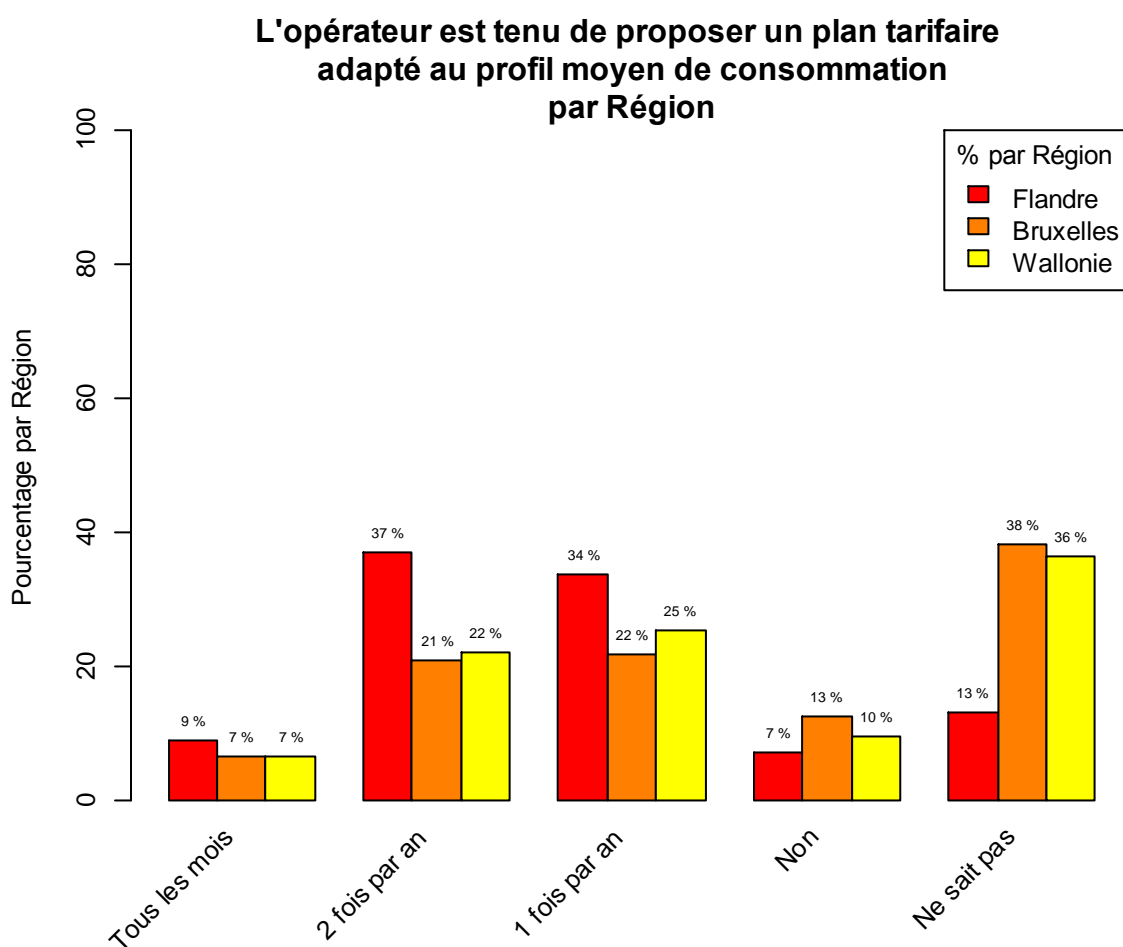


Figure 80 : L'opérateur est tenu de proposer un plan tarifaire adapté au profil moyen de consommation par Région

Le graphe ci-dessus illustre les différences dans les réponses par Région : la Flandre semble mieux informée que les deux autres Régions même si la précision sur la fréquence de la proposition reste souvent erronée. Il n'y a pas de différence marquante par sexe et âge.

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

La question 4.2 portait sur le fait de savoir si l'opérateur a déjà proposé un tarif adapté au profil moyen de consommation. Elle était formulée comme suit : *Votre opérateur vous a-t-il déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation?* Les réponses proposées étaient *Oui*, *Non* et *Je ne sais pas*. Cette question constituait un filtre pour la question suivante.

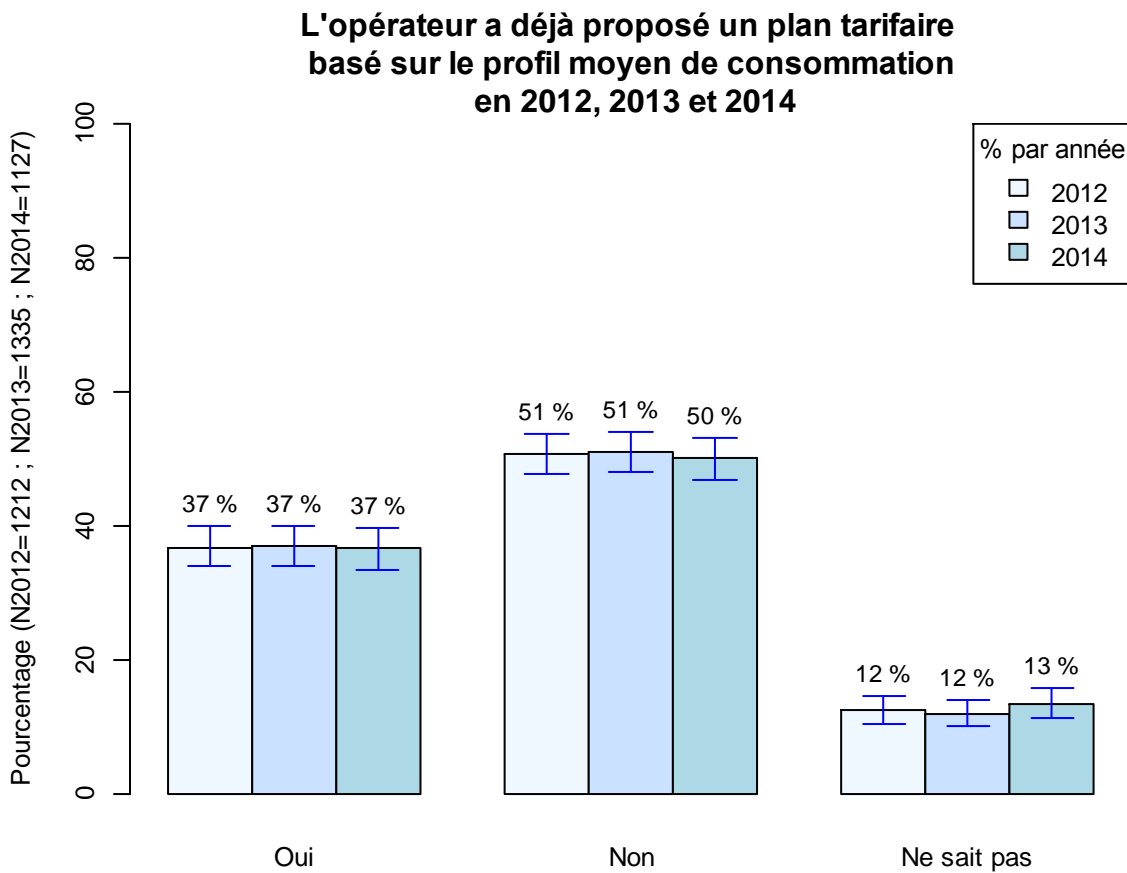


Figure 81 : L'opérateur a déjà proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 50% des répondants ont sélectionné la réponse Non, 37% ont sélectionné Oui, 13% ont sélectionné Ne sait pas.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Un tiers des répondants se rappellent s'être déjà vus proposer un tarif adapté au profil moyen de consommation.

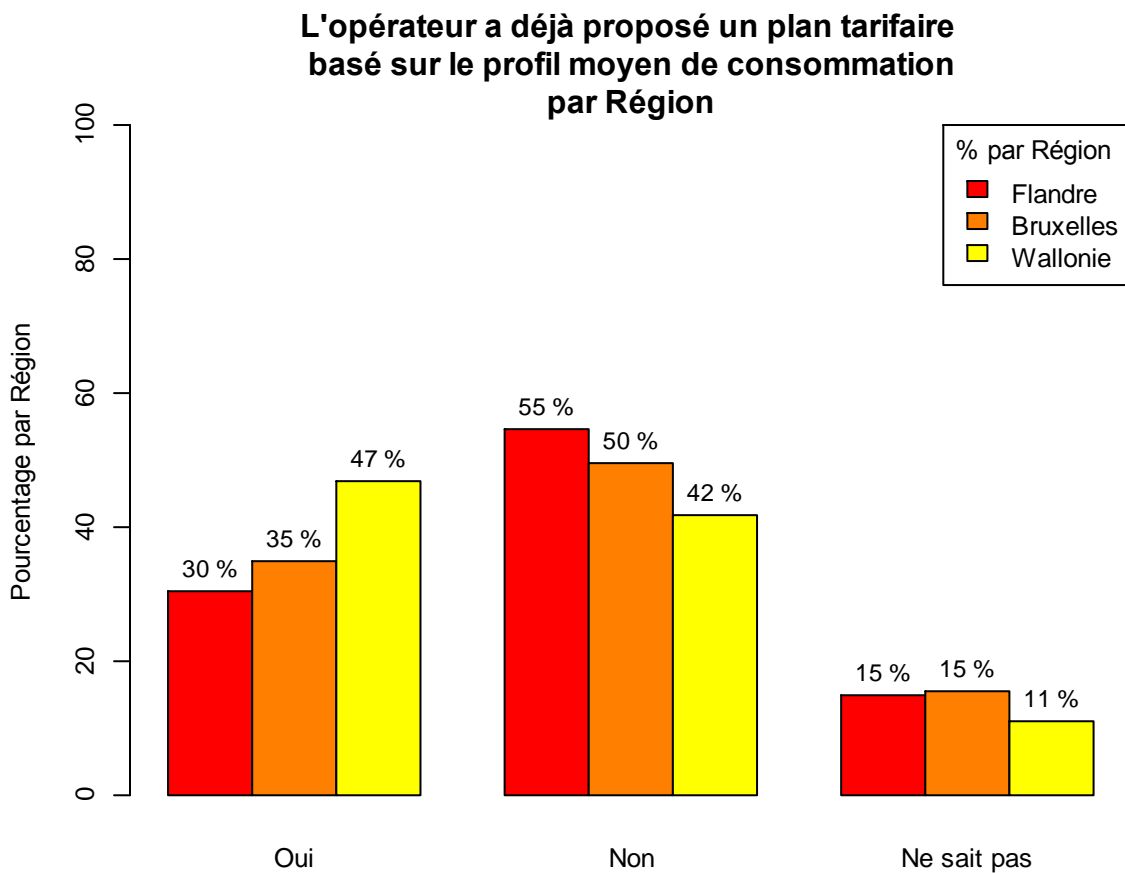


Figure 82 : L'opérateur a déjà proposé un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation par Région

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

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

La question 4.3 portait sur le changement de plan tarifaire suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir reçu une proposition de plan tarifaire adapté à leur profil moyen à la question

précédente. Seuls 37% des répondants (412 individus après pondération) sont donc concernés par cette question. En outre, cette question constituait un filtre pour la question suivante.

Elle était formulée comme suit : *Si votre opérateur vous a déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation, cela vous a-t-il fait changer votre plan tarifaire?* Les réponses proposées étaient *Oui* et *Non*.

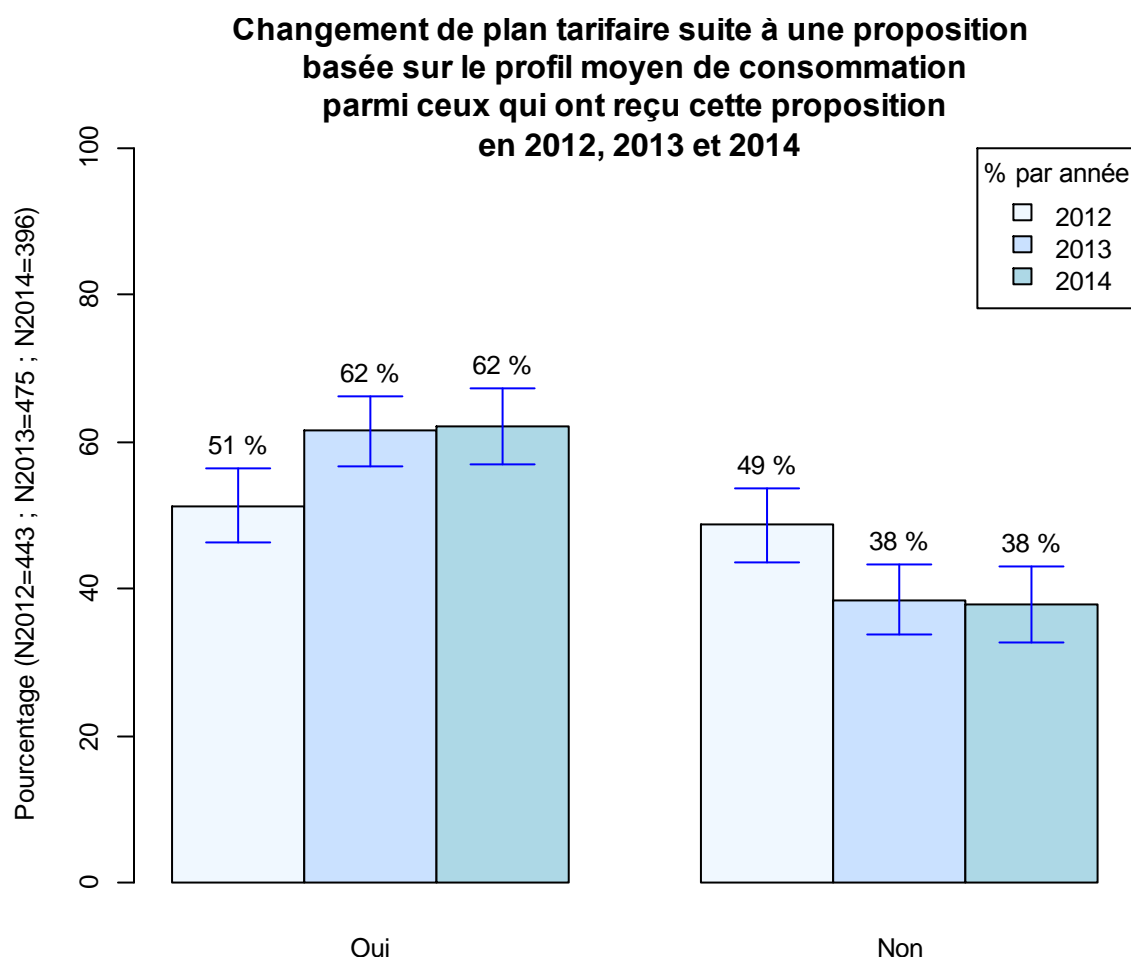


Figure 83 : Changement de plan tarifaire suite à une proposition basée sur le profil moyen de consommation parmi ceux qui ont reçu cette proposition en 2012, 2013 et 2014

Le graphique ci-dessus nous montre que 62% de ceux qui se sont vu proposer un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation (22% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse *Oui*, 38% (13%) ont sélectionné *Non*.

Entre 2012 et 2013, nous avons constaté une augmentation du nombre de répondants rapportant avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition reçue. Cette année, nous obtenons des résultats similaires à l'an passé.

Près de deux tiers des répondants semblent avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition basée sur leur profil moyen de consommation.

Il y a peu de différences en fonction des variables sociodémographiques.

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

La question 4.3.1 portait sur les raisons qui ont fait que le consommateur n'a pas changé de tarif suite à la proposition de l'opérateur d'un tarif adapté au profil moyen de consommation. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré n'avoir pas changé de plan tarifaire après s'être vu proposer un changement de plan tarifaire adapté à leur profil moyen. Seuls 38% des répondants à la question précédente, soit 12% de l'ensemble (150 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

Dans la foulée de la question précédente, elle était dès lors formulée comme suit : *Si non, pour quelles raisons? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient : *J'avais déjà le plan tarifaire suggéré ; Je n'y ai pas prêté attention ; Je n'ai pas pris cette information au sérieux, je pensais que c'était une publicité ; Le plan tarifaire proposé ne me semblait pas correspondre à mes besoins ; Je craignais que le plan tarifaire proposé ne me coûte plus cher ; Je craignais d'être lié à un nouvel abonnement ; Autre.*

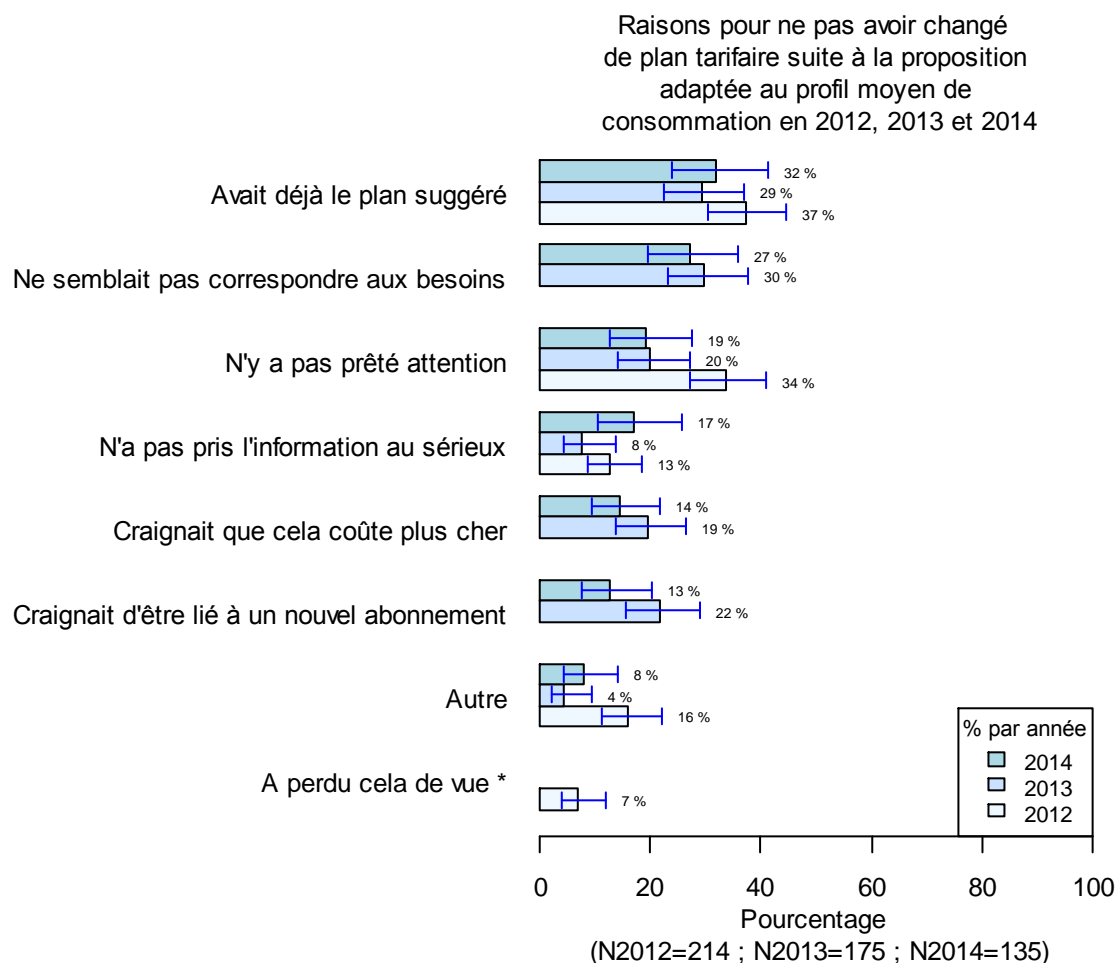


Figure 84 : Raisons pour ne pas avoir changé de plan tarifaire suite à la proposition adaptée au profil moyen de consommation en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 32% de ceux qui se sont vu proposer un plan tarifaire basé sur le profil moyen de consommation mais n'ont pas changé suite à cela (29% de ceux qui se sont vu proposer un plan tarifaire ; 4% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Avait déjà le plan suggéré, 27% (24% ; 3%) ont sélectionné Ne semblait pas correspondre aux besoins, 19% (17% ; 2%) ont sélectionné N'y a pas prêté attention, 17% (15% ; 2%) ont sélectionné N'a pas pris l'information au sérieux, 14% (13% ; 2%) ont sélectionné Craignait que cela coûte plus cher, 13% (12% ; 2%) ont sélectionné Craignait d'être lié à un nouvel abonnement, 8% (7% ; 1%) ont sélectionné Autre.

Il n'y a pas de changement significatif ou de tendance qui se dessine sur les trois années étudiées.

La majorité des répondants considère que le plan suggéré ne correspondait pas à leurs besoins ou bien avaient déjà le plan suggéré. Notons que le nombre de répondants ne souhaitant pas être lié à un nouvel abonnement est en décroissance par rapport à l'an passé, ce qui pourrait indiquer que les répondants ont connaissance de la nouvelle législation qui permet de changer d'opérateur après une période de six mois.

Il n'y a pas de différences marquantes entre les âges, les sexes et les Régions.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	1	1	5

Table 23 : Nombre de raisons pour lesquelles il n'y a pas eu de changement de plan tarifaire sur base du profil moyen de consommation

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 5 critères de choix parmi les 14 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 20% des répondants ont sélectionné 2 critères ou plus de 2 critères. L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

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

La question 4.5 portait sur la connaissance du consommateur de l'endroit où trouver la date de fin de contrat. Elle était formulée comme suit : *Si vous avez un contrat à durée déterminée pour l'un ou l'autre des services de télécommunications que vous utilisez (ex : GSM, téléphone fixe), savez-vous où trouver la date de fin de votre contrat avec votre opérateur actuel? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient : *Oui, elle se trouve dans mon contrat ; Oui, elle se trouve sur chacune de mes factures ; Oui, elle se trouve sur ma facture une fois par an ; Oui, elle se trouve sur le site Web de mon opérateur ; Non, je dois en faire la demande à mon opérateur ; Non, je ne sais pas ; Pas d'application, je n'ai pas de contrat à durée déterminée ; Autre.*

Les réponses correctes quant à savoir où se trouve la date de fin des contrats à durée déterminée sont « dans le contrat » et « sur chaque facture » pour les détenteurs d'un contrat à durée déterminée. « Pas d'application » peut être considéré comme une bonne réponse pour les contrats à durée indéterminée.

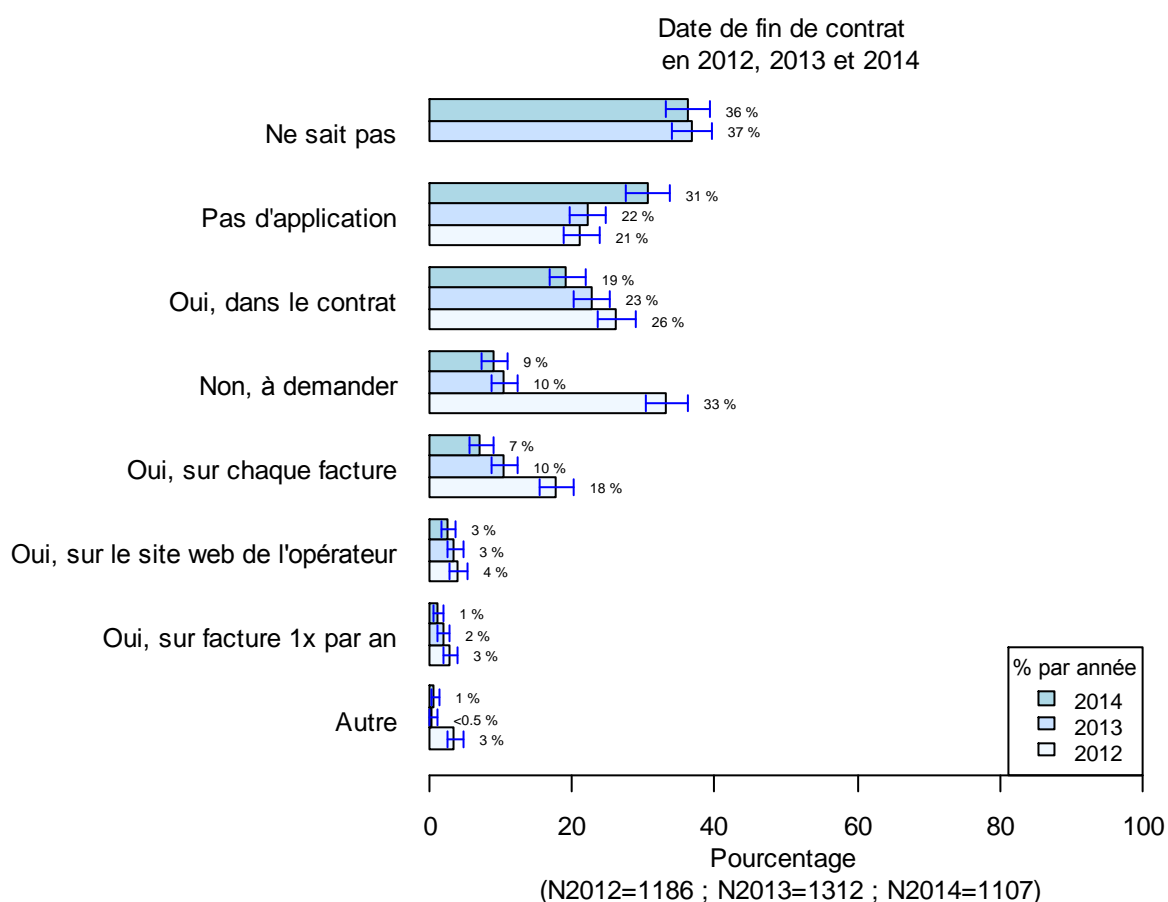


Figure 85 : Date de fin de contrat en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 36% des répondants ont sélectionné la réponse Ne sait pas⁹, 31% ont sélectionné Pas d'application, 19% ont sélectionné Oui, dans le contrat, 9% ont sélectionné Non, à demander, 7% ont sélectionné Oui, sur chaque facture, 3% ont sélectionné Oui, sur le site web de l'opérateur, 1% ont sélectionné Oui, sur facture 1x par an, 0.7% ont sélectionné Autre. Notons que les 31% qui ont sélectionné la réponse Pas d'application sont théoriquement ceux qui ne disposent pas de contrat à durée déterminée.

Les bonnes réponses, dans le contrat et sur chaque facture, sont en diminution constante d'année en année. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que la réponse « pas d'application » est en nette augmentation. Celle-ci correspond à une nouvelle bonne réponse pour les détenteurs d'un contrat à durée indéterminée.

Une majorité de répondants ne sait pas où se trouve la date de fin de contrat. Seuls 19% savent que cette date se retrouve sur le contrat et seuls 7% savent qu'on la retrouve également sur chaque facture.

⁹ Cette option de réponse n'était pas présente dans le questionnaire en 2012.

Au niveau des différences entre les classes d'âge, les sexes et les Régions, rien de fondamental n'apparaît.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	1	1	3

Table 24 : Nombre de possibilités de trouver la date de fin de contrat

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 3 réponses parmi les 7 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent une seule réponse. 5% des répondants ont sélectionné 2 réponses ou plus de 2 réponses. L'analyse des combinaisons les plus fréquentes n'a pas lieu d'être pour cette question vu que plus de la moitié des répondants ne donnent qu'une seule réponse et non une combinaison.

6.7. **Le consommateur sait-il identifier des numéros surtaxés?**

La question 4.6 teste la capacité des répondants à identifier des numéros surtaxés. Elle était formulée comme suit : *D'après vous, quels numéros parmi les suivants sont des numéros surtaxés? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient : 0900 65432 ; 1713 ; 3403 ; 0912 84 838 ; 0903 654 32 ; 078 876 543 ; 09 352 678 ; *Je ne sais pas.*

Les réponses correctes sont le 0900 65432, le 0903 654 32 et le 3403.

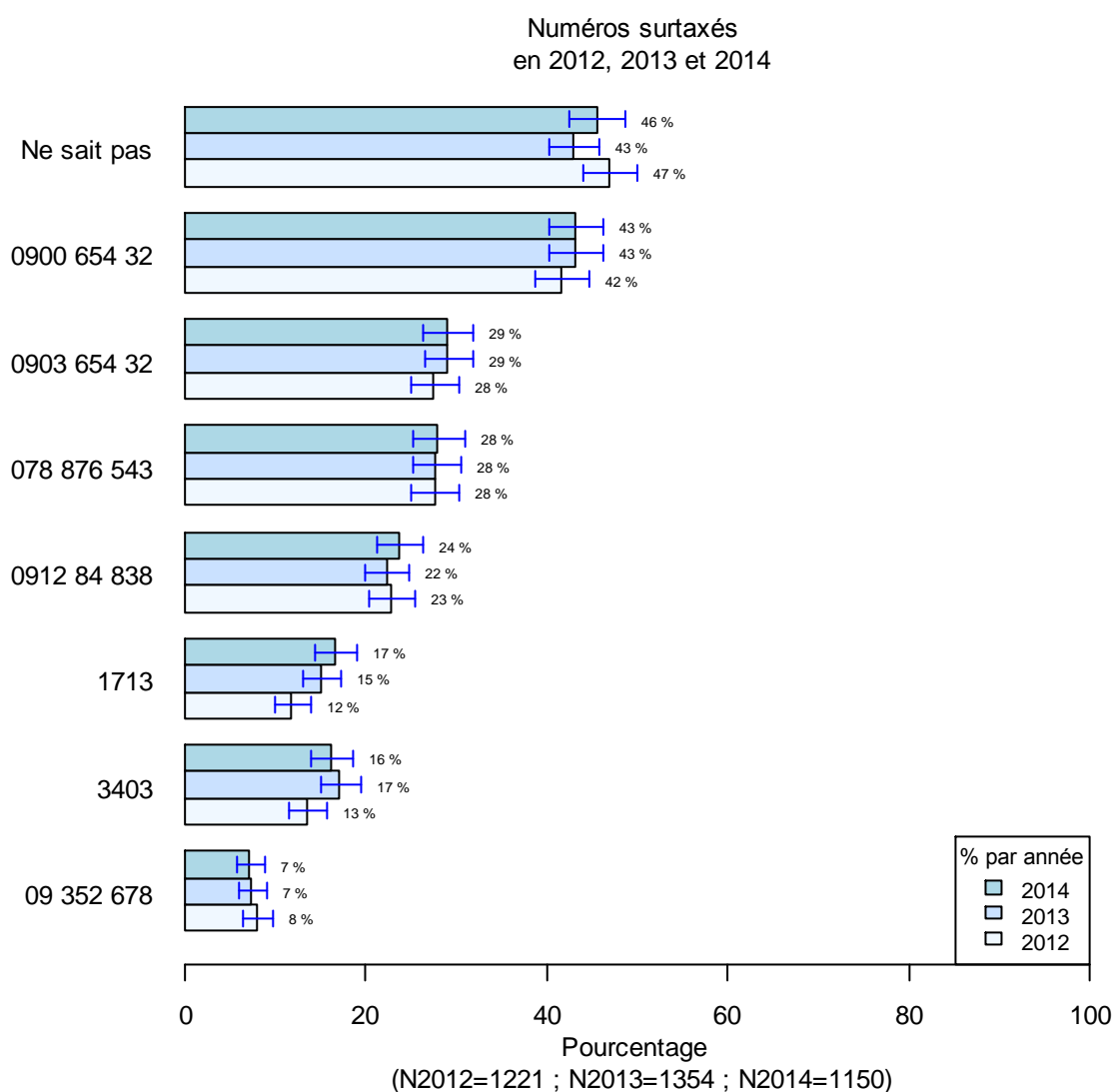


Figure 86 : Numéros surtaxés en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 46% des répondants ont sélectionné la réponse Ne sait pas, 43% ont sélectionné 0900 654 32, 29% ont sélectionné 0903 654 32, 28% ont sélectionné 078 876 543, 24% ont sélectionné 0912 84 838, 17% ont sélectionné 1713, 16% ont sélectionné 3403, 7% ont sélectionné 09 352 678.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse 1713 qui passe de 12% en 2012 à 15% en 2013 pour atteindre 17% en 2014 (augmentation proportionnelle de 11% par rapport à 2013; différence significative : augmentation proportionnelle de 41% par rapport à 2012). La réponse 3403 passe de 13% en 2012 à 17% en 2013 pour atteindre 16% en 2014 (diminution proportionnelle de 6% par rapport à 2013 ; augmentation proportionnelle de 20% par rapport à 2012).

Près de la moitié des répondants ne savent pas identifier un numéro surtaxé. L'autre moitié des répondants identifient correctement le 0900 et plus de la moitié identifient également le 0903 mais pas le 3403.

Il n'y a pas de différence marquante en fonction des variables sociodémographiques.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	1	3	7

Table 25 : Nombre numéros surtaxés dans la liste (à l'exclusion de la réponse Ne sait pas)

La table ci-dessus nous indique quant à elle que les répondants qui ont sélectionné autre chose que Ne sait pas à cette question ont sélectionné entre 1 et 7 numéros parmi les 7 numéros proposés. La moitié des répondants sélectionnent un seul numéro. 20% des répondants ont sélectionné 4 numéros ou plus de 4 numéros.

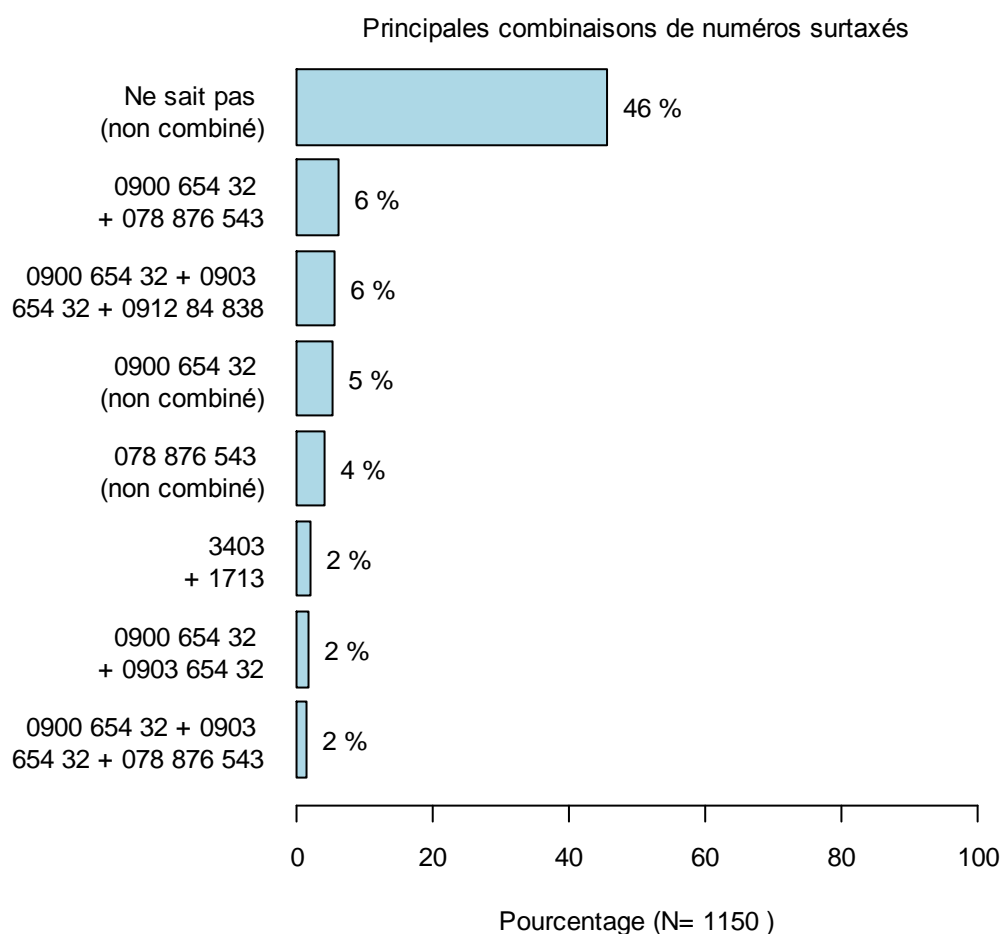


Figure 87 : Principales combinaisons de numéros surtaxés

Le graphe ci-dessus nous confirme que très peu de répondants (moins de 1%) sont capables de donner la bonne combinaison de numéros surtaxés.

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

La question 4.7 portait sur la connaissance du consommateur de la possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe quand on change d'opérateur. Elle n'a été posée qu'aux 74% des répondants (899 répondants après pondération) disposant du téléphone fixe.

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

La réponse correcte est Oui.

Possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe en 2012, 2013 et 2014

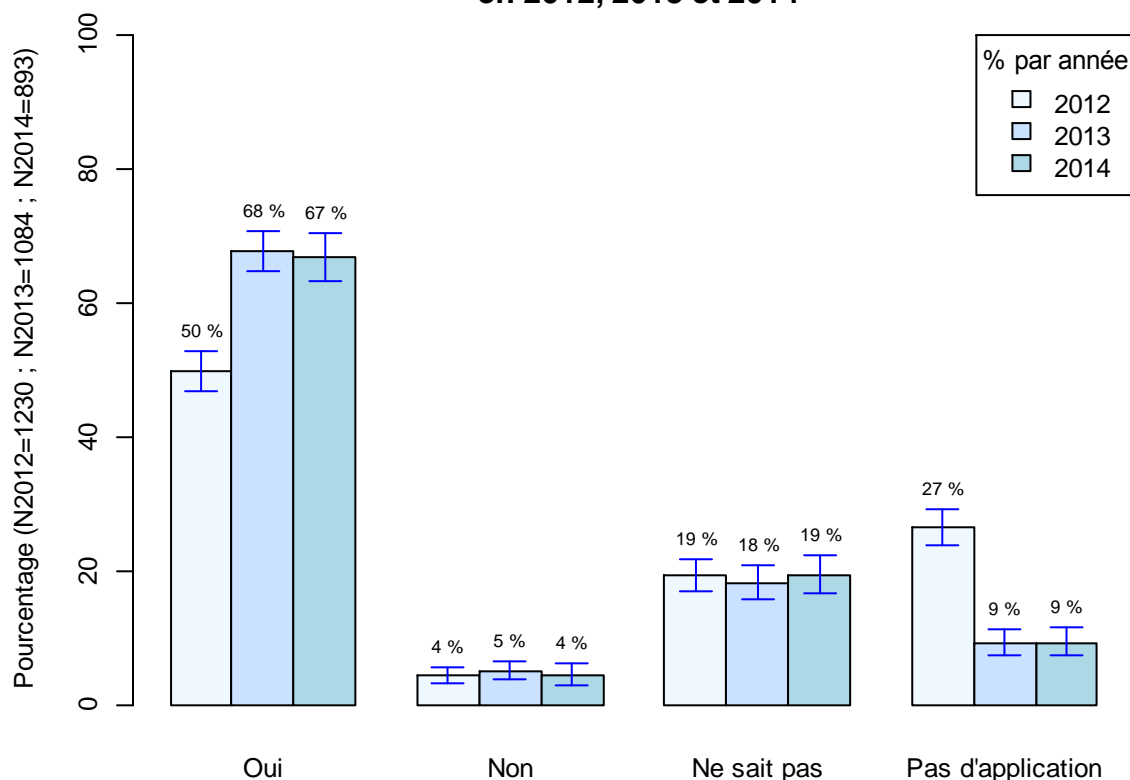


Figure 88 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone fixe en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 67% des répondants ont sélectionné la réponse Oui, 19% ont sélectionné Ne sait pas, 9% ont sélectionné Pas d'application, 4% ont sélectionné Non.

L'augmentation de la bonne réponse, Oui, observée l'an passé se stabilise cette année.

Parmi les répondants concernés par le téléphone fixe, deux personnes sur trois savent qu'elles peuvent conserver leur numéro fixe. Néanmoins, le fait de ne pas vouloir changer de numéro était invoqué comme frein au changement dans la question 3.2. Une personne sur trois reste donc à informer.

Il n'y a pas de différence liée aux variables sociodémographiques.

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

La question 4.8 portait sur la connaissance du consommateur de la possibilité de conserver son numéro de GSM quand on change d'opérateur. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré utiliser un GSM ou Smartphone à la première question. Seuls 95% des répondants (1157 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

Elle était formulée comme suit : *Pensez-vous qu'il est possible de conserver votre numéro de GSM même si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?* Les réponses proposées étaient : *Oui* ; *Non* ; *Je ne sais pas*.

La réponse correcte est **Oui**.

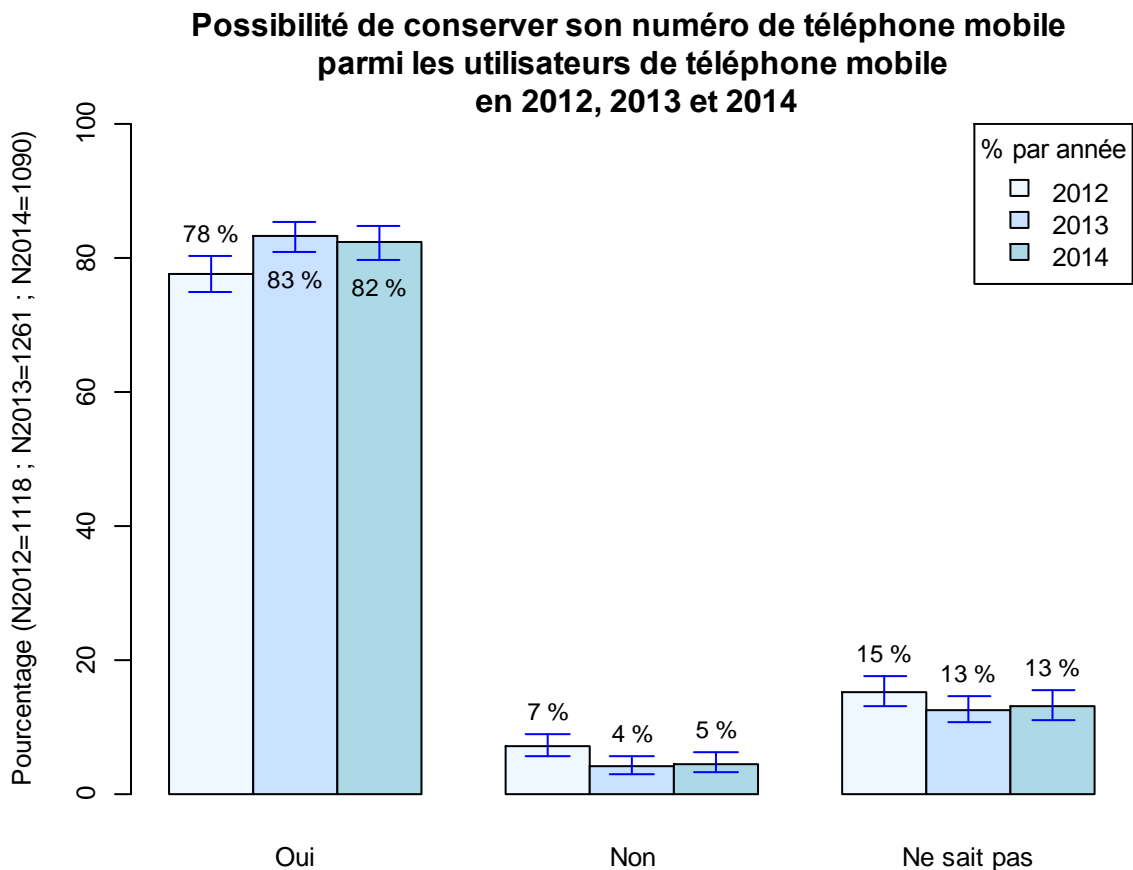


Figure 89 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 82% de ceux qui ont un GSM (74% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Oui, 13% (12%) ont sélectionné Ne sait pas, 5% (4%) ont sélectionné Non.

Il n'y a pas de changement marquant sur les trois années étudiées.

Une majorité de répondants savent qu'ils peuvent conserver leur numéro de GSM. La portabilité des numéros semble mieux connue en ce qui concerne le GSM que le téléphone fixe.

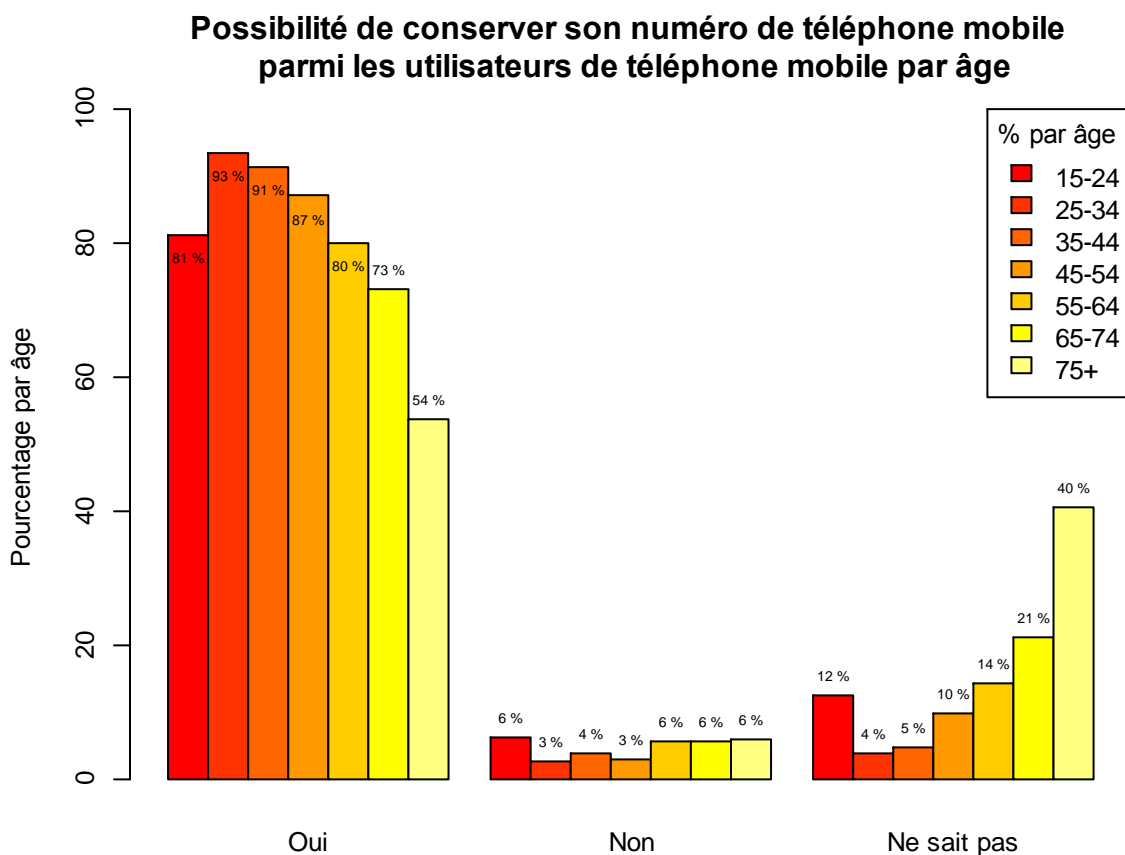


Figure 90 : Possibilité de conserver son numéro de téléphone mobile parmi les utilisateurs de téléphone mobile par âge

Le graphe ci-dessus illustre de grandes différences dans les réponses selon la catégorie d'âge : les jeunes adultes sont les mieux informés au sujet de la possibilité de conserver son numéro de GSM quand on change d'opérateur. Les personnes de plus de 75 ans qui disposent d'un téléphone portable ne savent généralement pas répondre à la question.

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

La question 4.13 portait sur la possibilité de conserver l'adresse e-mail personnalisée mise à disposition par son opérateur Internet à domicile lors du changement d'opérateur. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à Internet à domicile. Seuls 87% des répondants (1060 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

Elle était formulée comme suit : *Si vous avez une adresse e-mail avec votre nom mise à disposition par votre opérateur, pensez-vous qu'il vous est possible de conserver cette adresse lorsque vous n'êtes plus client chez cet opérateur?* Les réponses proposées étaient : *Oui, quelques jours ; Oui, environ 1 mois ; Oui, pendant 6 mois ; Oui, de manière indéterminée ; Non ; Je ne sais pas si j'ai une adresse à mon nom mise à disposition par mon opérateur ; Je ne sais pas s'il est possible de conserver cette adresse.*

La réponse correcte au moment de la récolte des données était Oui, pendant 6 mois. La réponse correcte est désormais 18 mois.

Conservation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile en 2012, 2013 et 2014

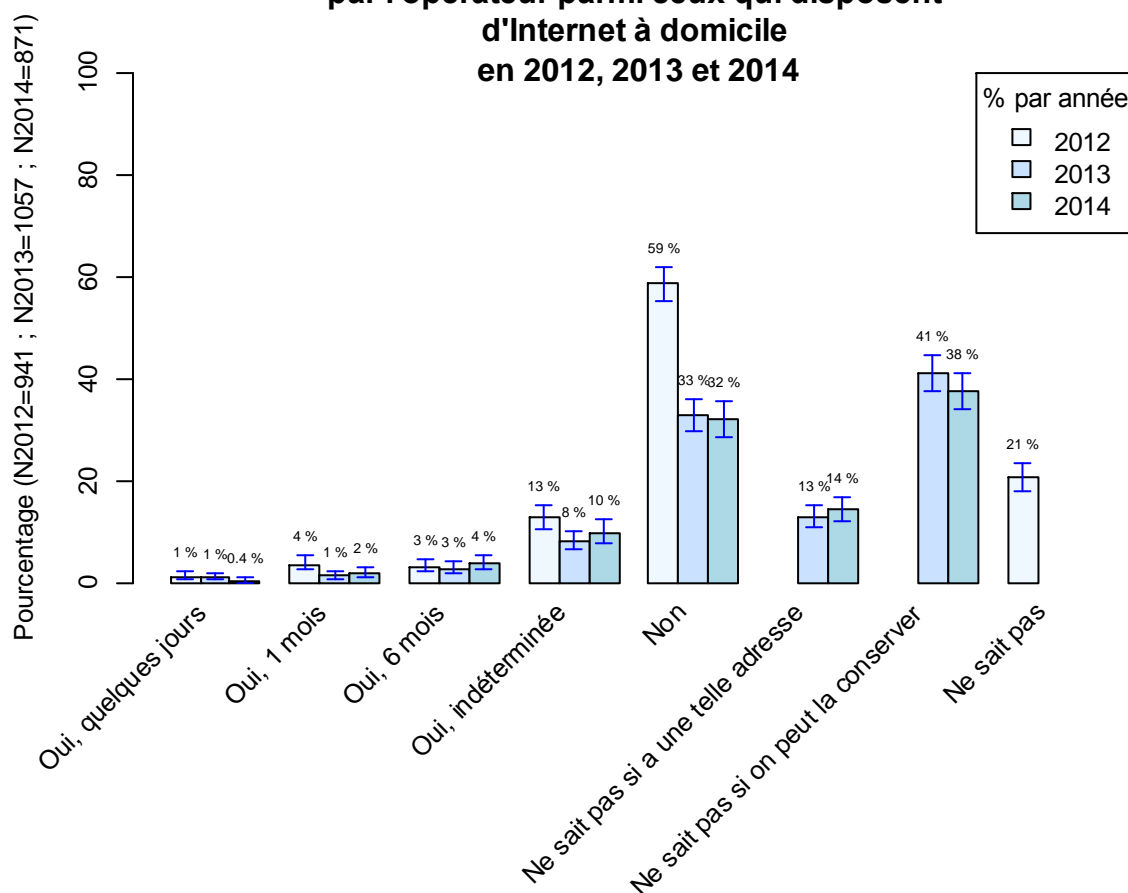


Figure 91 : Conservation de l'adresse e-mail mise à disposition par l'opérateur parmi ceux qui disposent d'Internet à domicile en 2012, 2013 et 2014

Le graphe¹⁰ ci-dessus nous montre que 38% de ceux qui ont Internet à domicile (27% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Ne sait pas si on peut la conserver, 32% (23%) ont sélectionné Non, 14% (10%) ont sélectionné Ne sait pas si a une telle adresse, 10% (7%) ont sélectionné Oui, indéterminée, 4% (3%) ont sélectionné Oui, 6 mois, 2% (1%) ont sélectionné Oui, 1 mois, 0,4% (0,3%) ont sélectionné Oui, quelques jours.

Il n'y a rien à noter quant à l'évolution annuelle.

Une majorité de répondants ne sait pas qu'il est possible de conserver l'adresse e-mail mise à disposition par son opérateur Internet à domicile lors du changement d'opérateur. La bonne réponse au moment de l'enquête, pendant 6 mois, n'est sélectionnée que par 4% des répondants.

Il n'y a pas de différence marquante en fonction des variables sociodémographiques.

¹⁰ Par rapport au questionnaire des années précédentes, l'item Ne sait pas a été remplacé par les items Ne sait pas si a une telle adresse et Ne sait pas si on peut la conserver.

6.11. Le consommateur sait-il à quelles conditions il peut résilier son abonnement GSM sans frais?

La question 4.10 portait sur la connaissance du consommateur de la possibilité de résilier son abonnement GSM sans frais. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un abonnement de GSM. Seuls 69% des répondants (835 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

Elle était formulée comme suit : *Selon vous à quelle(s) condition(s) pouvez-vous résilier votre abonnement GSM actuel sans frais? Plusieurs réponses possibles.* Les réponses proposées étaient : *Lors d'une hausse de prix ; Sans préavis mais après une durée minimum après le début du contrat ; À l'échéance moyennant le préavis prévu dans le contrat ; Sans préavis à l'échéance ; Sans préavis à tout moment ; Avec préavis à tout moment ; Je ne sais pas ; Autre.*

Les bonnes réponses sont lors d'une hausse de prix et sans préavis mais après une durée minimum après le début du contrat. On notera toutefois que certains opérateurs offrent la possibilité de résilier leur contrat à tout moment sans condition mais il ne s'agit pas d'une obligation légale.

Résiliation d'un abonnement mobile sans frais
 parmi les utilisateurs de téléphone mobile
 en 2012, 2013 et 2014

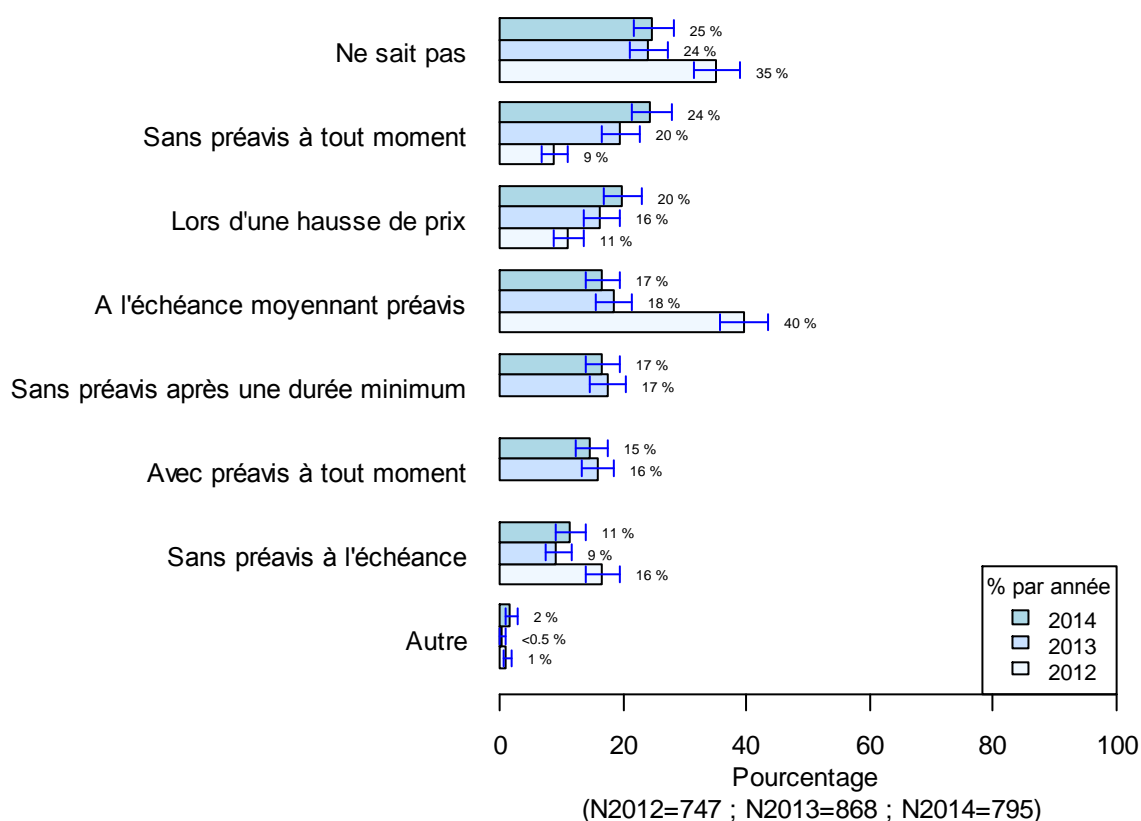


Figure 92 : Résiliation d'un abonnement mobile sans frais parmi les utilisateurs de téléphone mobile en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 26% de ceux qui ont un abonnement pour leur téléphone mobile (18% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Sans préavis à tout moment, 24% (17%) ont sélectionné A l'échéance moyennant préavis, 23% (14%) ont sélectionné Sans préavis après une durée minimum, 22% (12%) ont sélectionné Lors d'une hausse de prix, 21% (12%) ont sélectionné Avec préavis à tout moment, 12% (11%) ont sélectionné Sans préavis à l'échéance, 0.2% (8%) ont sélectionné Autre, 0% (1%) ont sélectionné Ne sait pas.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Lors d'une hausse de prix qui passe de 11% en 2012 à 16% en 2013 pour atteindre 20% en 2014 (augmentation proportionnelle de 21% par rapport à 2013 ; différence significative : augmentation proportionnelle de 82% par rapport à 2012). La réponse À l'échéance moyennant préavis confirme sa chute de l'an passé. La réponse Sans préavis à tout moment continue sa montée, probablement poussée par les campagnes publicitaires de certains opérateurs. **Moins d'un répondant sur cinq sait qu'il peut résilier son abonnement sans préavis moyennant une durée minimum et près d'un sur quatre ne sait pas du tout quand il peut résilier son abonnement sans frais. La plupart des répondants ne savent pas**

qu'une hausse de prix (supérieure à l'index) donne l'autorisation de changer d'opérateur même si cette réponse augmente d'année en année.

Il n'y a pas de différence fondamentale basée sur les variables sociodémographiques.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	1	1	5

Table 26 : Nombre de possibilités de résilier son abonnement mobile sans frais (hors Ne sait pas)

La table ci-dessus nous indique que les répondants n'ayant pas sélectionné Ne sait pas à cette question sélectionnent entre 1 et 5 possibilités de réponse parmi les 6 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent un seul critère. 23% des répondants ont sélectionné 2 critères ou plus de 2 critères.

L'analyse des associations les plus fréquentes n'a pas de sens vu que plus de trois répondants sur quatre ne fournissent qu'une réponse.

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

La question 4.11 portait sur la connaissance du consommateur de la possibilité de résilier son abonnement GSM sans frais mais elle portait cette fois sur le délai minimum avant résiliation. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un abonnement de GSM. Seuls 69% des répondants (835 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

Elle était formulée comme suit : *Selon vous, après quelle durée minimum à dater du début du contrat pouvez-vous résilier votre abonnement GSM actuel sans frais?* Les réponses proposées étaient : *Pas de durée minimum ; Après 6 mois ; Après 1 an ; Après 2 ans ; Autre ; Je ne sais pas.*

La bonne réponse est après 6 mois. Comme à la question précédente, il est important de noter que certains opérateurs offrent la possibilité de résilier leur contrat à tout moment sans préavis mais il ne s'agit pas d'une obligation légale.

La question est apparue en 2013.

Durée minimum avant de pouvoir résilier son contrat GSM en 2013 et 2014

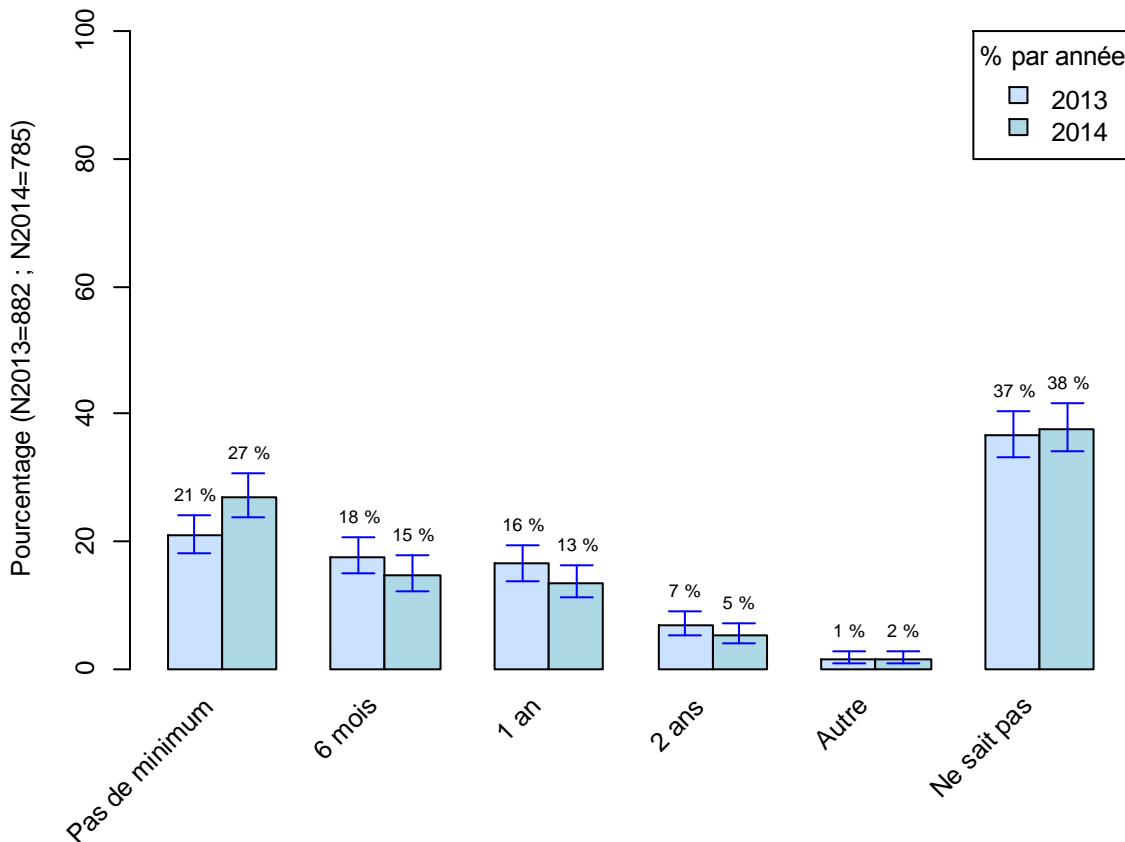


Figure 93 : Durée minimum avant de pouvoir résilier son contrat GSM en 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 38% des répondants ont sélectionné la réponse Ne sait pas, 27% ont sélectionné Pas de minimum, 15% ont sélectionné 6 mois, 13% ont sélectionné 1 an, 5% ont sélectionné 2 ans, 2% ont sélectionné Autre.

Il n'y a pas de changement majeur par rapport à l'an passé si ce n'est la réponse Pas de minimum qui augmente sensiblement.

Parmi les répondants concernés par la téléphonie mobile, 38% ne savent pas quand ils peuvent résilier leur abonnement GSM sans frais. Plus d'un répondant sur quatre pense qu'il n'y a pas de durée minimum et seuls 15% connaissent la bonne réponse à savoir 6 mois.

Durée minimum avant de pouvoir résilier son contrat GSM par âge

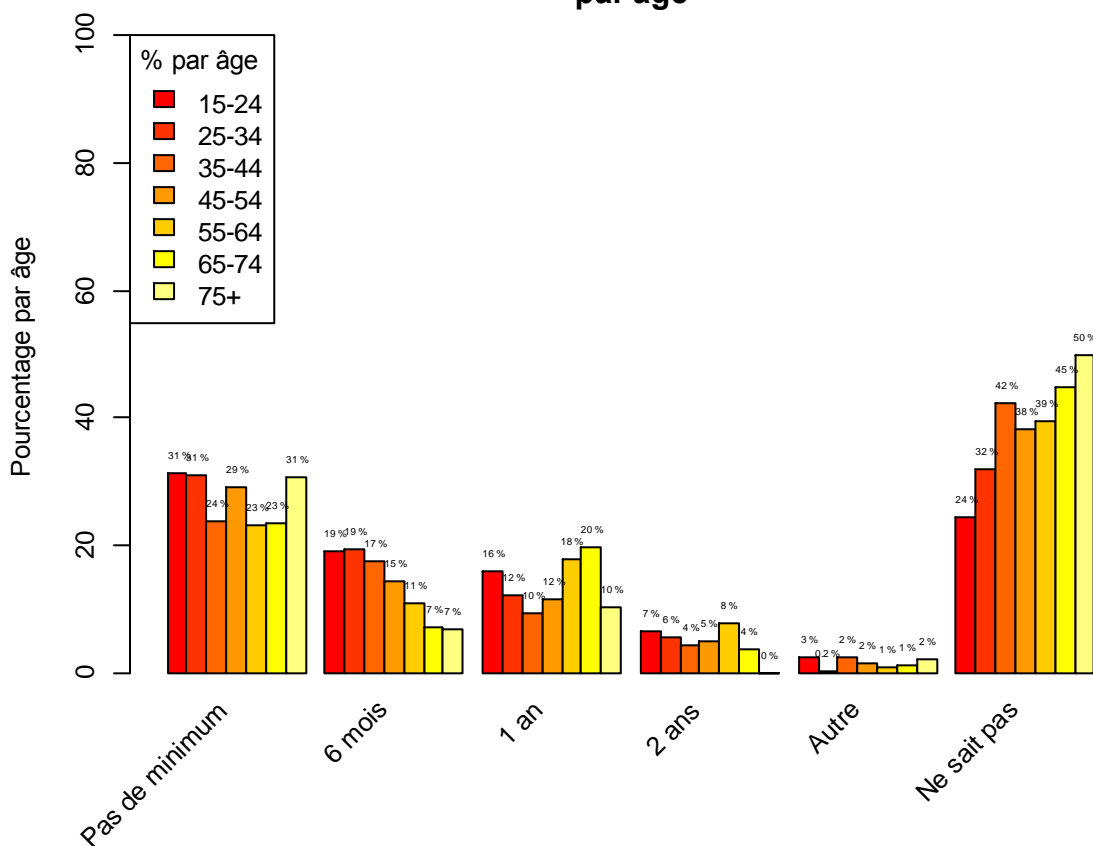


Figure 94 : Durée minimum avant de pouvoir résilier son contrat GSM par âge

Le graphe ci-dessus nous montre que ce sont essentiellement les plus âgés qui ne savent pas répondre à la question et que les plus jeunes sont mieux au courant de la bonne réponse, à savoir 6 mois.

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

La question 4.15 portait sur la connaissance du consommateur de la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter ses e-mails à domicile. Cette question n'a été posée qu'aux personnes ayant déclaré avoir un accès à Internet à domicile. Seuls 87% des répondants (1060 individus après pondération) sont donc concernés par cette question.

Elle était formulée comme suit : *Selon vous, quelle est la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter vos e-mails à domicile (pas pour télécharger des vidéos ou des*

films)? Les réponses proposées étaient : *Au minimum 2 Mbps ; Au minimum 10 Mbps ; Au minimum 20 Mbps ; Au minimum 50 Mbps ; Je ne sais pas.*

La bonne réponse est 1 à 2 Mbps.

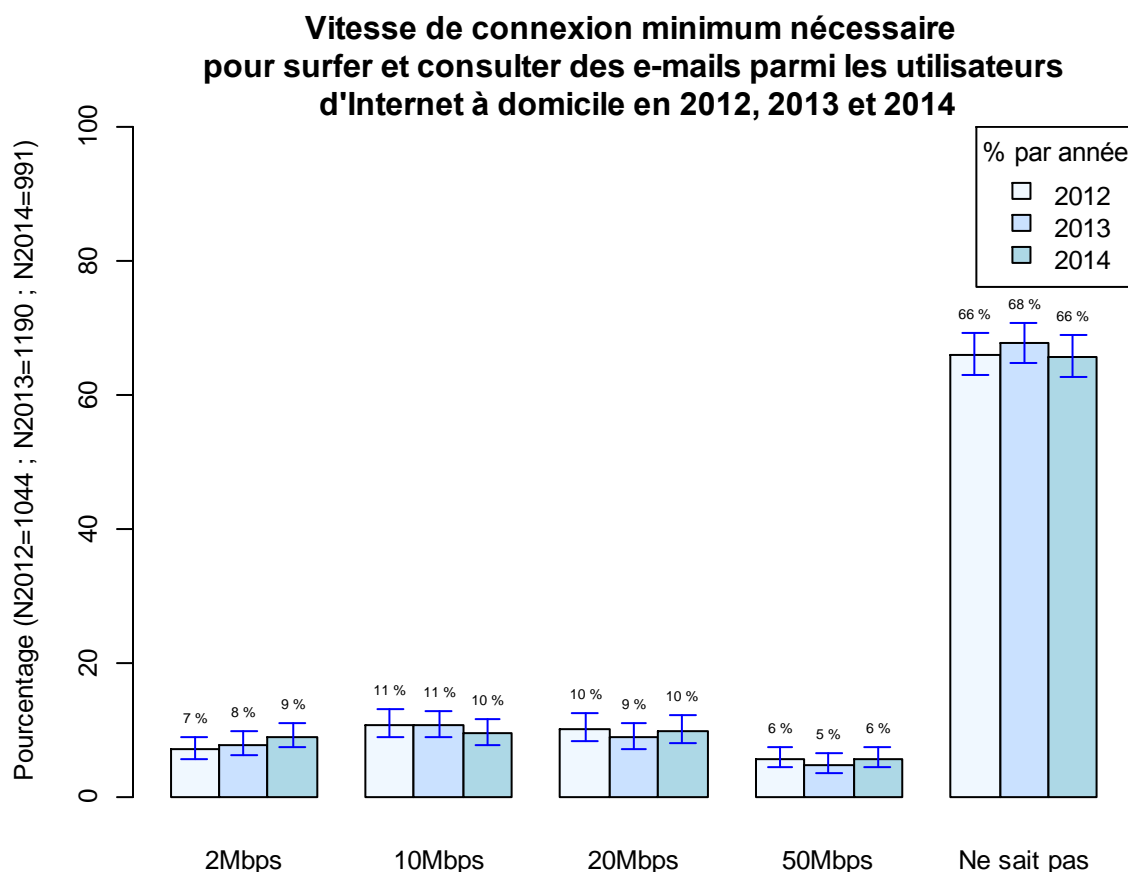


Figure 95 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et consulter des e-mails parmi les utilisateurs d'Internet à domicile en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 66% de ceux qui ont Internet à domicile (54% de l'ensemble des répondants) ont sélectionné la réponse Ne sait pas, 10% (8%) ont sélectionné 20 Mbps, 10% (8%) ont sélectionné 10 Mbps, 9% (7%) ont sélectionné 2 Mbps, 6% (5%) ont sélectionné 50 Mbps.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Une majorité des répondants n'a aucune idée de la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter des e-mails et seuls 9% connaissent la bonne réponse.

Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et consulter des e-mails parmi les utilisateurs d'Internet à domicile par âge

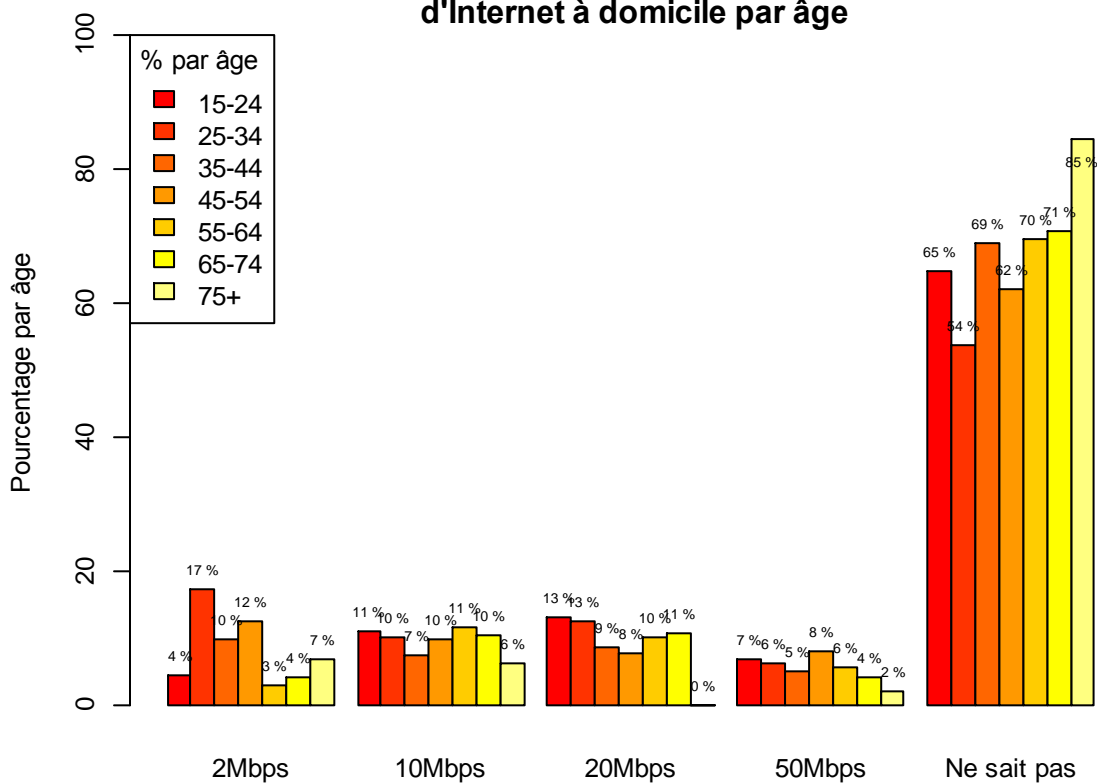


Figure 96 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et consulter des e-mails parmi les utilisateurs d'Internet à domicile par âge

Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et consulter des e-mails parmi les utilisateurs d'Internet à domicile par sexe

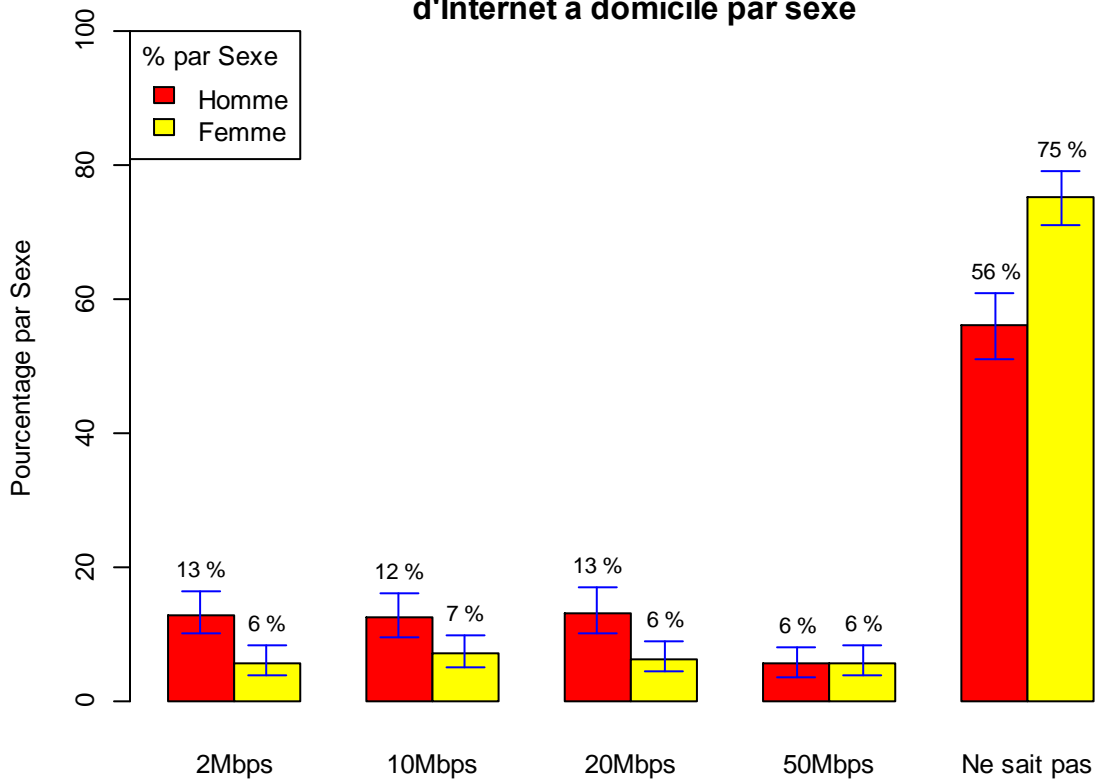


Figure 97 : Vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer et consulter des e-mails parmi les utilisateurs d'Internet à domicile par sexe

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

6.14. Conclusions sur l'information du consommateur

- Seul un utilisateur sur deux a le sentiment d'être bien informé sur ses droits.
- Deux tiers des répondants savent que leur opérateur doit leur proposer un plan tarifaire adapté à leur profil moyen de consommation.
- Un tiers des répondants se souvient avoir reçu une proposition de plan tarifaire adapté à leur profil moyen de consommation.

- Parmi ceux qui s'en souviennent, deux tiers ont alors changé de plan tarifaire. Les autres estiment que le plan proposé ne correspondait pas à leurs besoins ou indiquent avoir déjà le plan tarifaire adapté.
- Lorsqu'on leur demande s'ils savent où trouver la date de fin de leur contrat avec leur opérateur actuel, une majorité (un répondant sur trois) déclare ne pas savoir. Les bonnes réponses (dans le contrat, sur chaque facture ou pas d'application pour les contrats à durée indéterminée) ne sont connues que d'une personne sur cinq au maximum.
- Identifier n'importe quel numéro surtaxé pose problème à la moitié des utilisateurs et les numéros du type 3403 sont très peu connus comme étant surtaxés.
- La portabilité des numéros de téléphone fixe est moins connue (deux tiers) que celle des téléphones mobiles (plus de 80%).
- Les personnes qui disposent d'un abonnement de téléphonie mobile ne savent généralement pas dans quelles conditions, ni après quel délai ils peuvent résilier leur abonnement.
- Seuls 3% des répondants savent qu'ils peuvent garder l'usage de l'adresse e-mail fournie par l'opérateur durant 6 mois après avoir changé d'opérateur.
- Deux tiers ignorent la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter ses e-mails à domicile.

7. Le Service universel

Cette dernière section porte sur le service universel. Les thèmes abordés sont l'utilisation des services de renseignements et de l'annuaire téléphonique ainsi que la connaissance du tarif social.

Parmi les 1217 répondants conservés après nettoyage et validation des données, 585 répondants après pondération (48% de l'ensemble) ont répondu aux 5 questions non filtrées de cette section.

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

La question 5.1 portait sur l'outil utilisé pour rechercher un numéro de téléphone. La question était formulée comme suit : *Lorsque vous cherchez un numéro de téléphone, consultez-vous... (plusieurs réponses possibles)*. Les réponses proposées étaient les suivantes : *Les pages blanches en version papier ; Les pages jaunes en version papier ; Le service de renseignements par téléphone ; Un annuaire sur Internet ; Un moteur de recherche (ex : Google) ; Autre.*

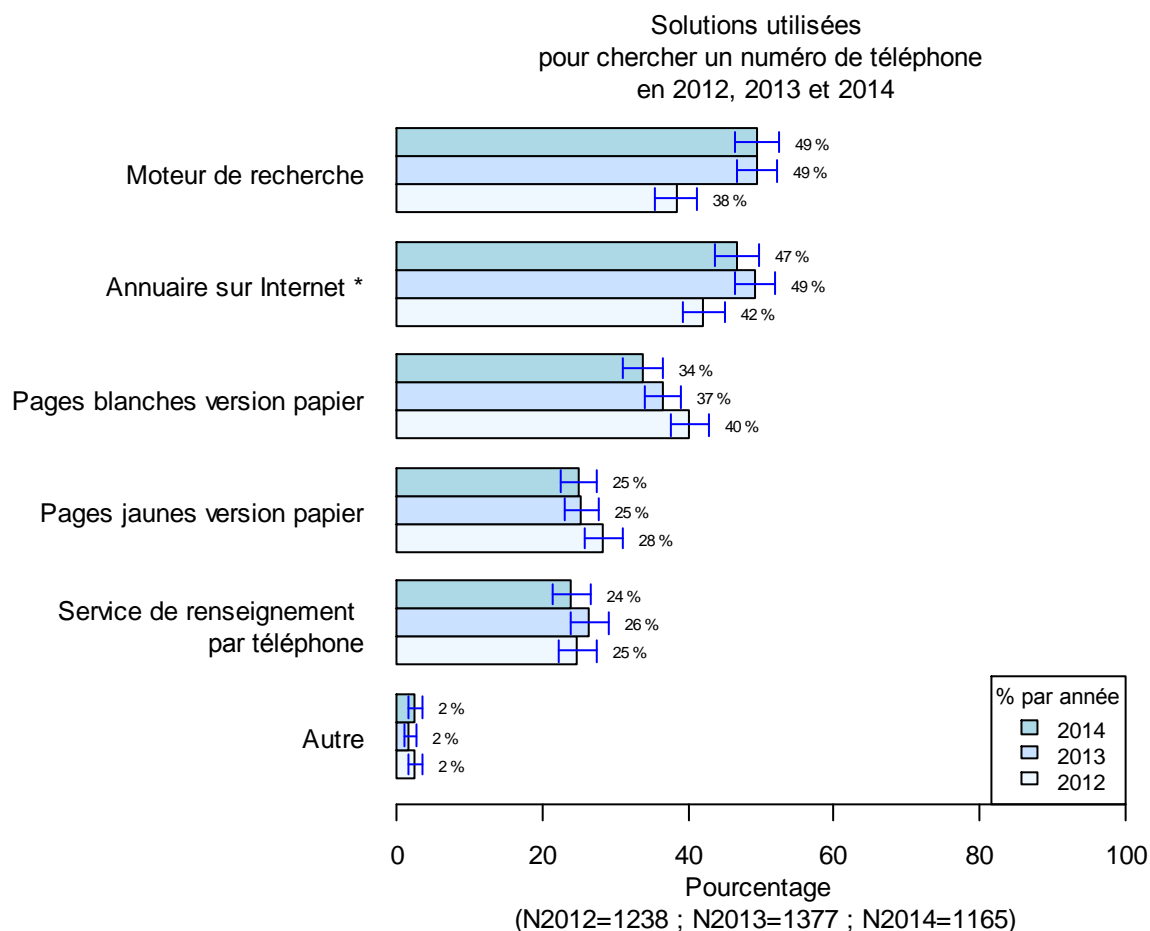


Figure 98 : Solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus¹¹ nous montre que 49% des répondants ont sélectionné la réponse Moteur de recherche, 47% ont sélectionné Annuaire sur Internet, 34% ont sélectionné Pages blanches version papier, 25% ont sélectionné Pages jaunes version papier, 24% ont sélectionné Service de renseignement par téléphone, 2% ont sélectionné Autre.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Pages blanches version papier qui passe de 40% en 2012 à 37% en 2013 pour atteindre 34% en 2014 (diminution proportionnelle de 8% par rapport à 2013 ; différence significative : diminution proportionnelle de 16% par rapport à 2012). La réponse Annuaire sur Internet * passe de 42% en 2012 à 49% en 2013 pour atteindre 47% en 2014 (diminution proportionnelle de 5% par rapport à 2013 ; augmentation proportionnelle de 11% par rapport à 2012). La réponse Pages jaunes version papier passe de 28% en 2012 à 25% en 2013 et reste stable à 25% en 2014 (diminution proportionnelle de 1% par rapport à 2013 ; diminution proportionnelle de 12% par rapport à 2012). La réponse Moteur de recherche passe de

¹¹ Par rapport au questionnaire des années précédentes, l'item Annuaire en ligne a été reformulé en Annuaire sur Internet.

38% en 2012 à 49% en 2013 pour atteindre 49% en 2014 (diminution proportionnelle de 0% par rapport à 2013 ; différence significative : augmentation proportionnelle de 29% par rapport à 2012).

Les moteurs de recherche et les annuaires en ligne sont utilisés de manière équivalente par près d'une personne sur deux. Ils sont tous deux en augmentation par rapport à l'enquête de 2012. Les ressources papiers sont en lente mais constante perte de vitesse.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	2	2	5

Table 27 : Nombre de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 5 sources d'information parmi les 6 options proposées. La moitié des répondants sélectionnent 2 critères ou moins de 2 critères. 18% des répondants ont sélectionné 3 sources ou plus de 3 sources.

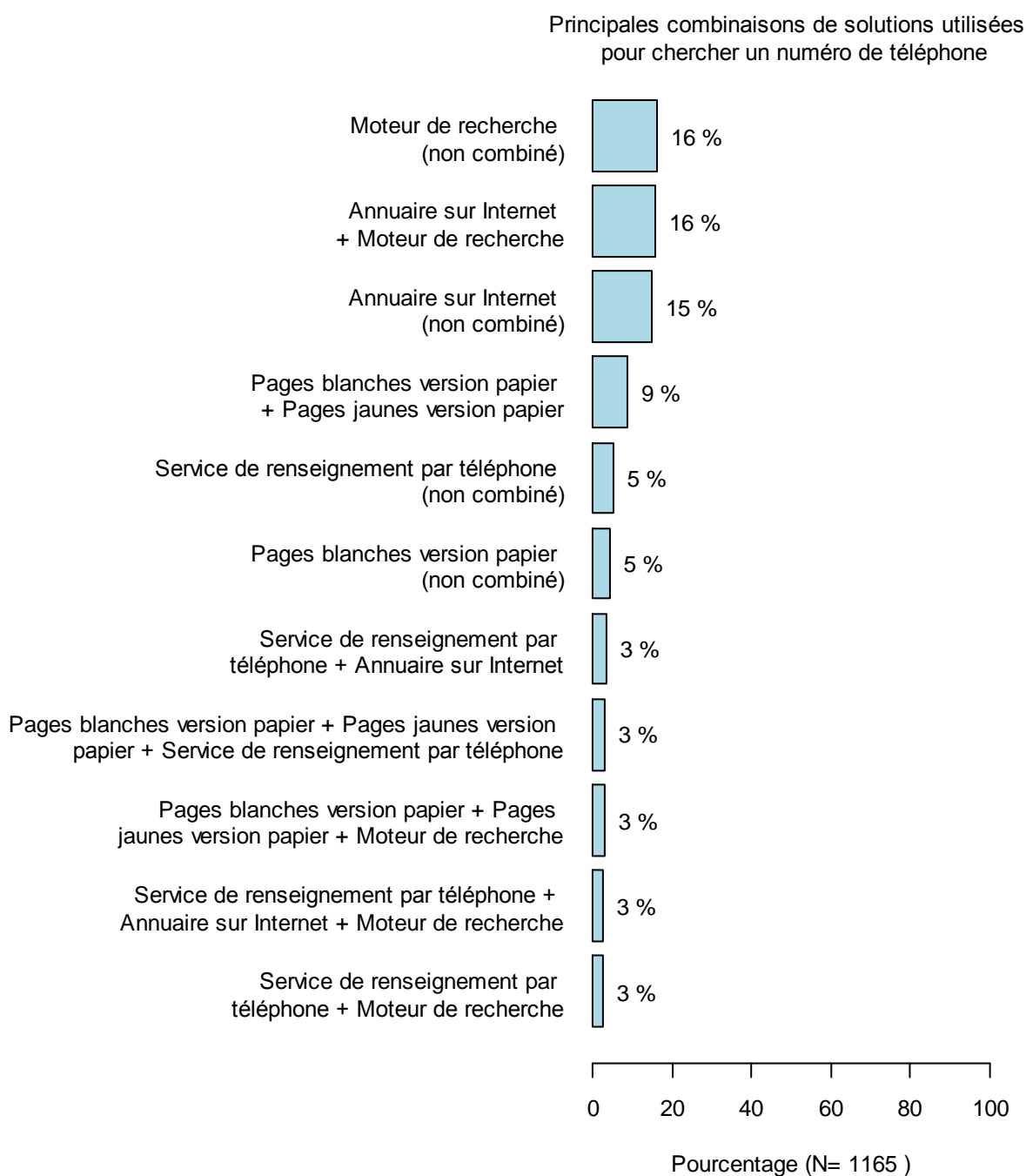


Figure 99 : Principales combinaisons de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone

Partant de ce constat, nous avons étudié les associations de réponses les plus fréquentes (graphe ci-dessus). Il en ressort que l'association la plus fréquente est Moteur de recherche (non combiné) sélectionnée par 16.2 % des répondants. Ensuite, l'association Annuaire sur Internet + Moteur de recherche est sélectionnée par 15.9 % des répondants. Enfin, c'est la réponse isolée Annuaire sur Internet (non combiné) qui ressort, sélectionnée par 14.7 % des répondants.

Sur la base de ces réponses les plus fréquentes, l'hypothèse d'un monde papier, ou offline, séparé d'un monde numérique, ou online, déjà évoquée dans l'analyse des résultats de l'enquête 2012 et 2013 se confirme cette année encore. Autrement dit, il semble que les utilisateurs du ou des annuaire(s) téléphonique(s) version papier soient des personnes bien distinctes de celles qui ont recours à l'information par Internet. Le graphe ci-dessous en est l'illustration.

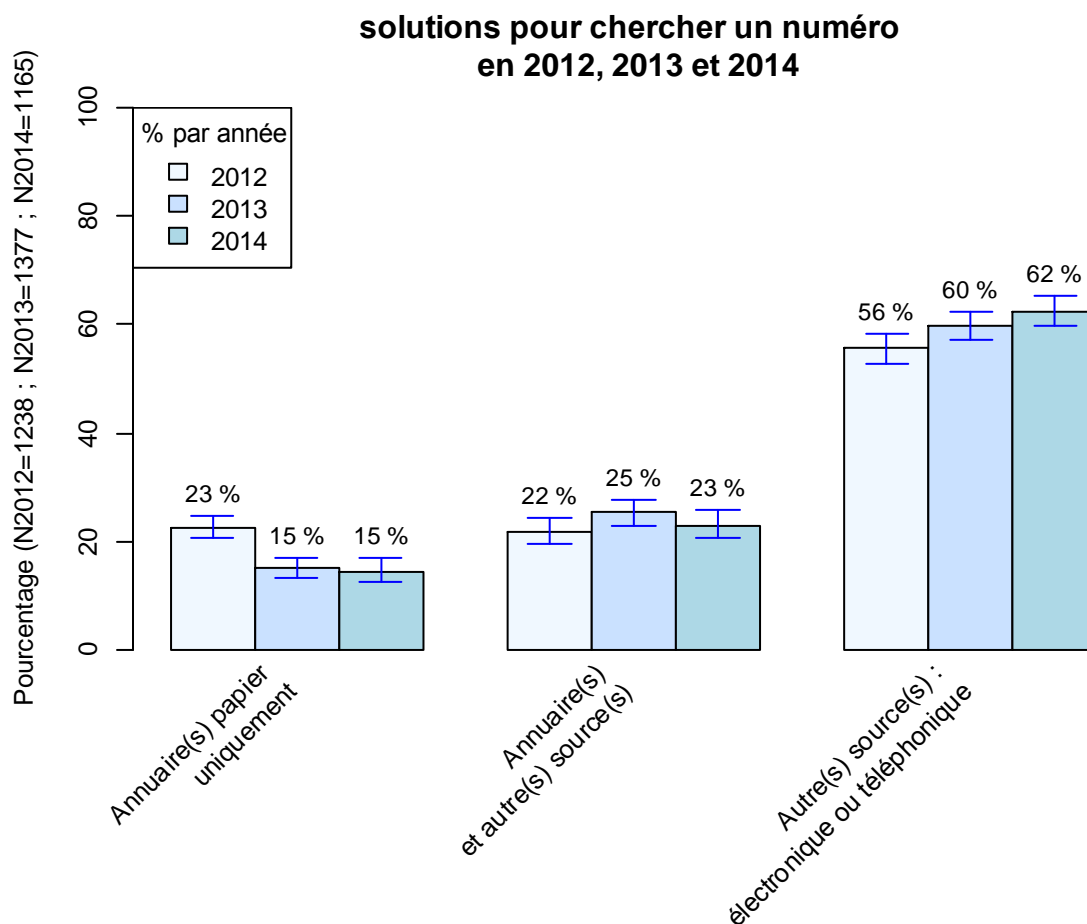


Figure 100 : solutions pour chercher un numéro en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 15% des répondants ont sélectionné la réponse Annuaire(s) papier uniquement, 23% ont sélectionné Annuaire(s) et autre(s) source(s), 62% ont sélectionné Autre(s) source(s) : électronique ou téléphonique. On constate comme précédemment que les annuaires papiers utilisés exclusivement sont en diminution d'année en année alors que les ressources électroniques prennent le chemin inverse.

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

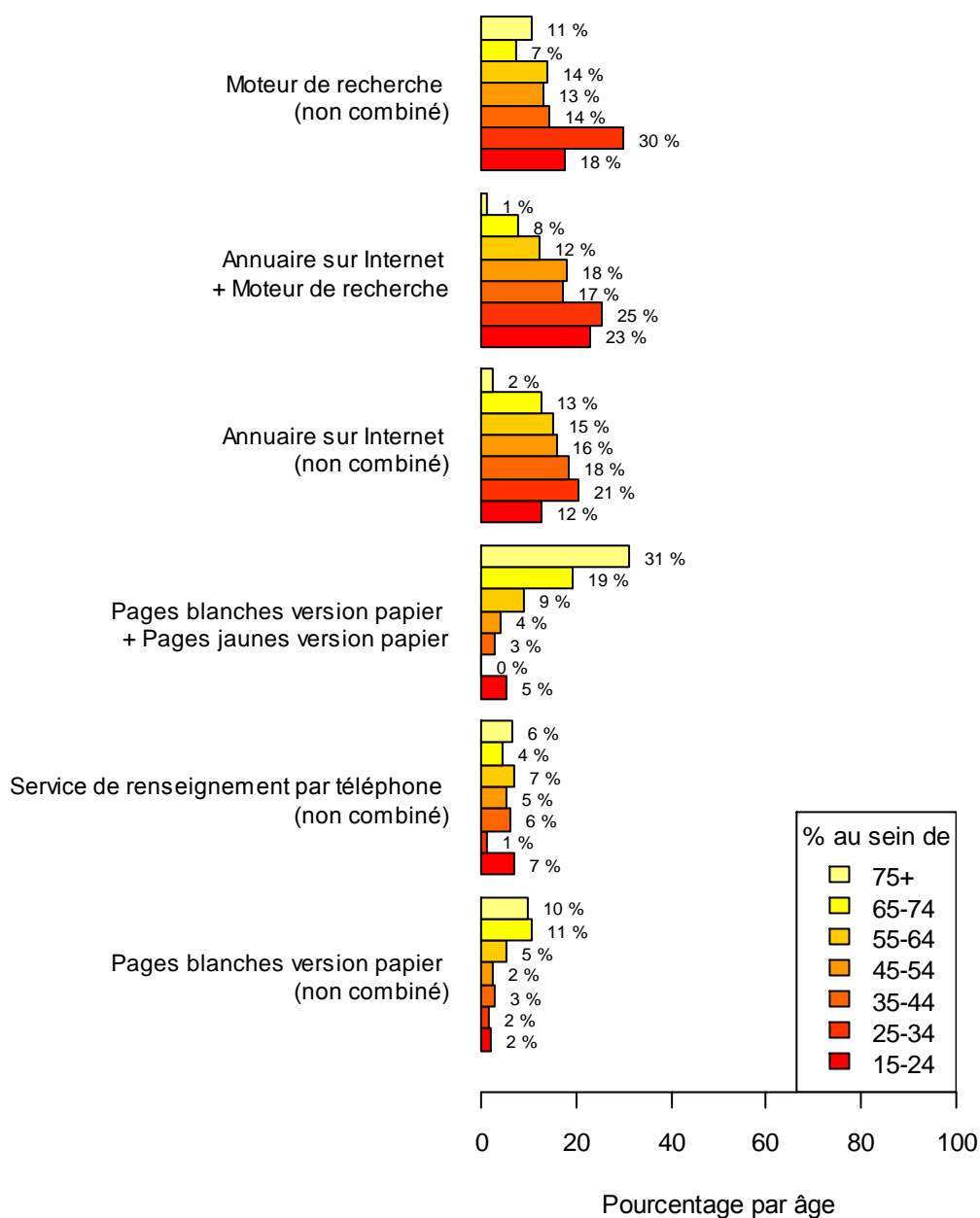


Figure 101 : Analyse par âge des combinaisons de solutions utilisées pour chercher un numéro de téléphone par âge

Partant de cette hypothèse de deux mondes distincts, papier versus électronique, nous avons étudié ces combinaisons fréquentes séparées par âge (graphe ci-dessus). Le constat est clair : les utilisateurs des annuaires téléphoniques sont majoritairement des personnes âgées de plus de 65 ans alors que les utilisateurs des moteurs de recherche et d'annuaires en ligne ont moins de 65 ans. Entre les sexes, la même analyse ne révèle rien d'intéressant. Au niveau des Régions, on retrouve trace des différences d'âge mais rien de plus.

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

La question 5.3 portait sur la fréquence d'utilisation des pages d'information contenues dans les annuaires papier. La question était formulée comme suit : *A quelle fréquence, consultez-vous les pages d'information (numéros d'appel d'urgence, Télé-Accueil, Child Focus, etc.) contenues dans les annuaires papier?* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Plus d'une fois par semaine ; Une fois par semaine à une fois par mois ; Plusieurs fois par an ; Très rarement ; Jamais.*

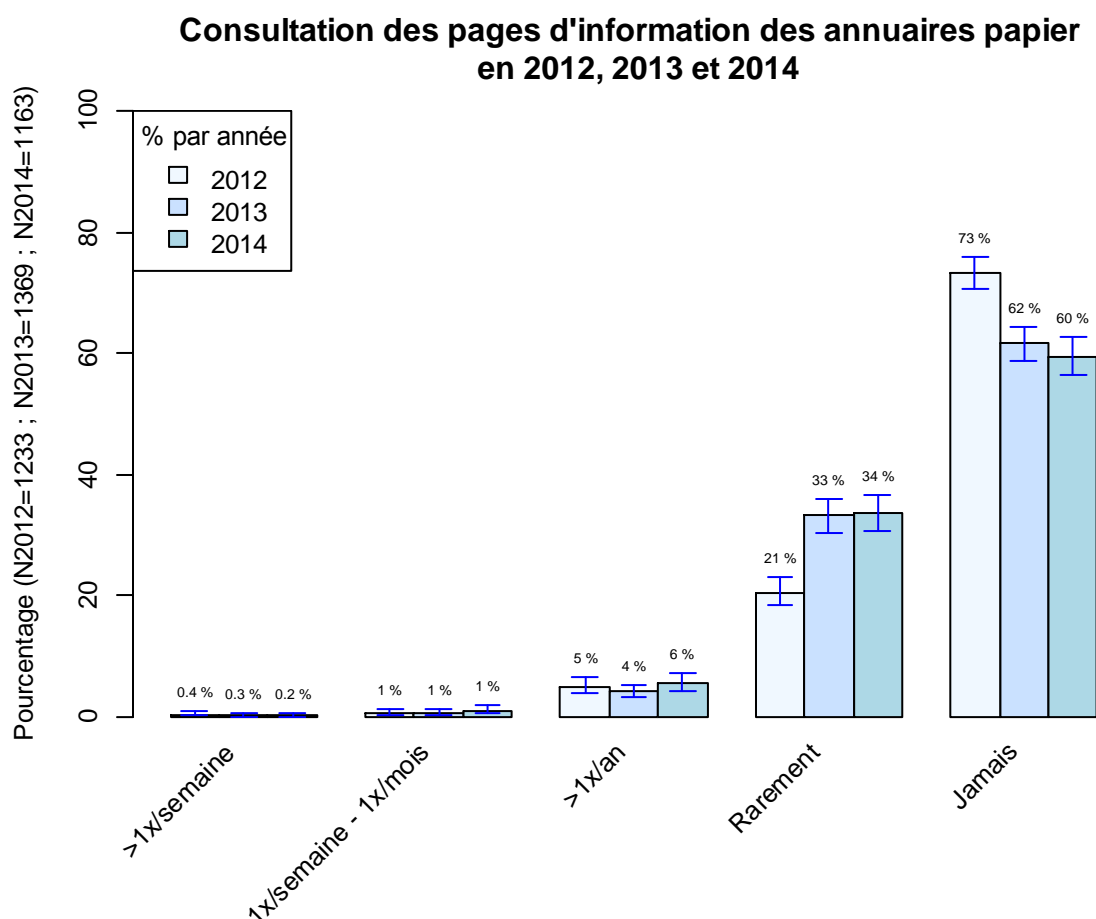


Figure 102 : Consultation des pages d'information des annuaires papier en 2012, 2013 et 2014

Le graphique ci-dessus nous montre que 0.2% des répondants ont sélectionné la réponse >1x/semaine, 1% ont sélectionné 1x/semaine - 1x/mois, 6% ont sélectionné >1x/an, 34% ont sélectionné Rarement, 60% ont sélectionné Jamais.

Il n'y a pas de changement conséquent par rapport à l'an passé.

7% des répondants consultent plus ou moins régulièrement ces pages d'information. Ce taux contraste avec les 60% qui ne les consultent jamais.

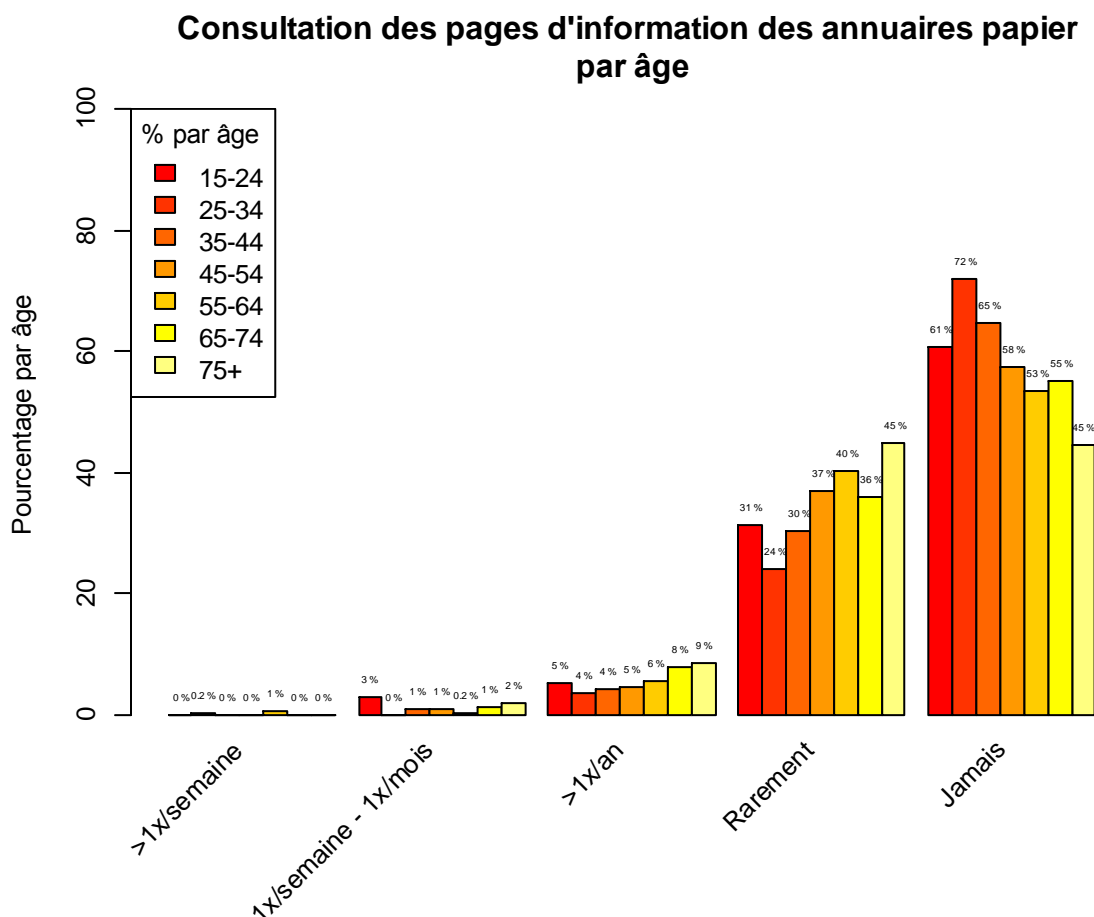


Figure 103 : Consultation des pages d'information des annuaires papier par âge

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

7.3. Fréquence d'utilisation des services de renseignements

La question 5.2 portait sur la fréquence d'utilisation des services de renseignements par téléphone. La question était formulée comme suit : *Ces trois dernières années, avez-vous appelé les services de*

renseignements par téléphone en Belgique? Les réponses proposées étaient les suivantes : *Oui, plusieurs fois ; Oui, une fois ; Non, jamais ; Je ne sais pas.*

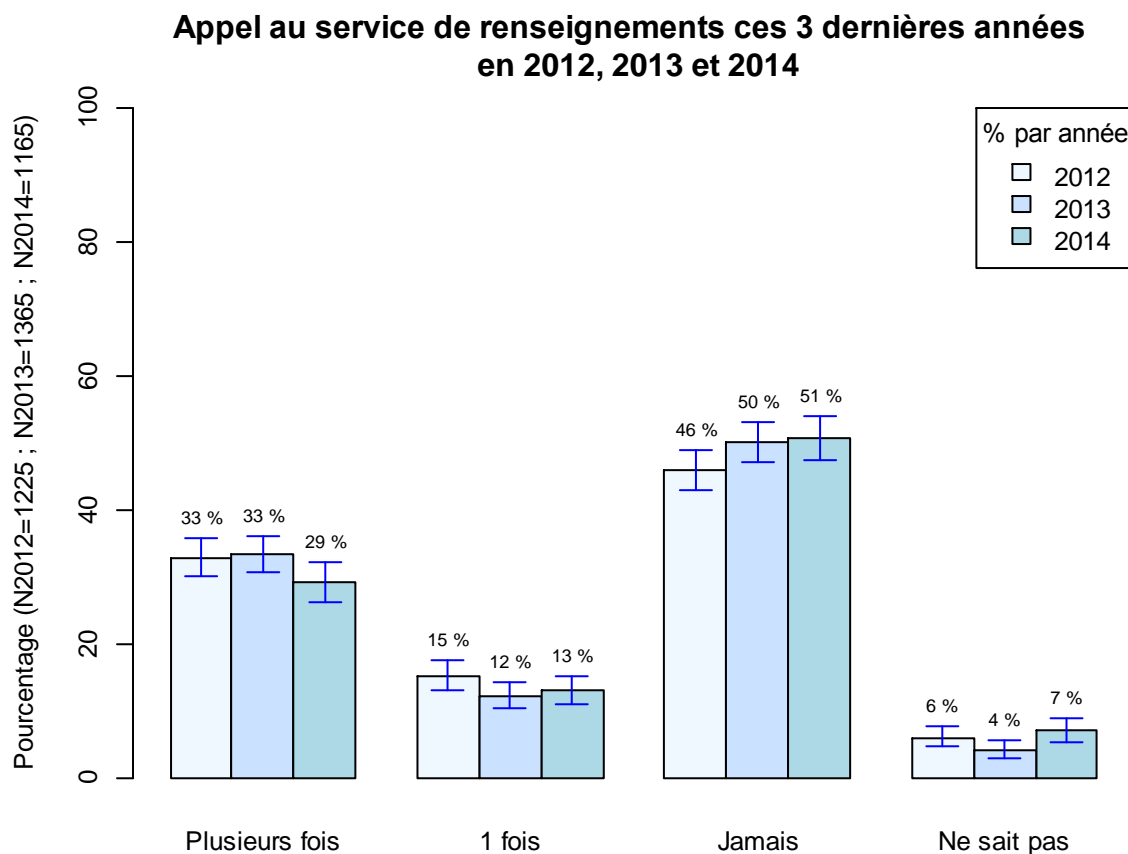


Figure 104 : Appel au service de renseignements ces 3 dernières années en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 29% des répondants ont sélectionné la réponse Plusieurs fois, 13% ont sélectionné 1 fois, 51% ont sélectionné Jamais, 7% ont sélectionné Ne sait pas.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Il y a donc 42% des répondants qui ont eu recours au moins une fois aux services de renseignements par téléphone durant les trois dernières années. Ce taux n'est pas négligeable bien que 51% des Belges n'utilisent jamais les services de renseignements par téléphone.

Appel au service de renseignements ces 3 dernières années par âge

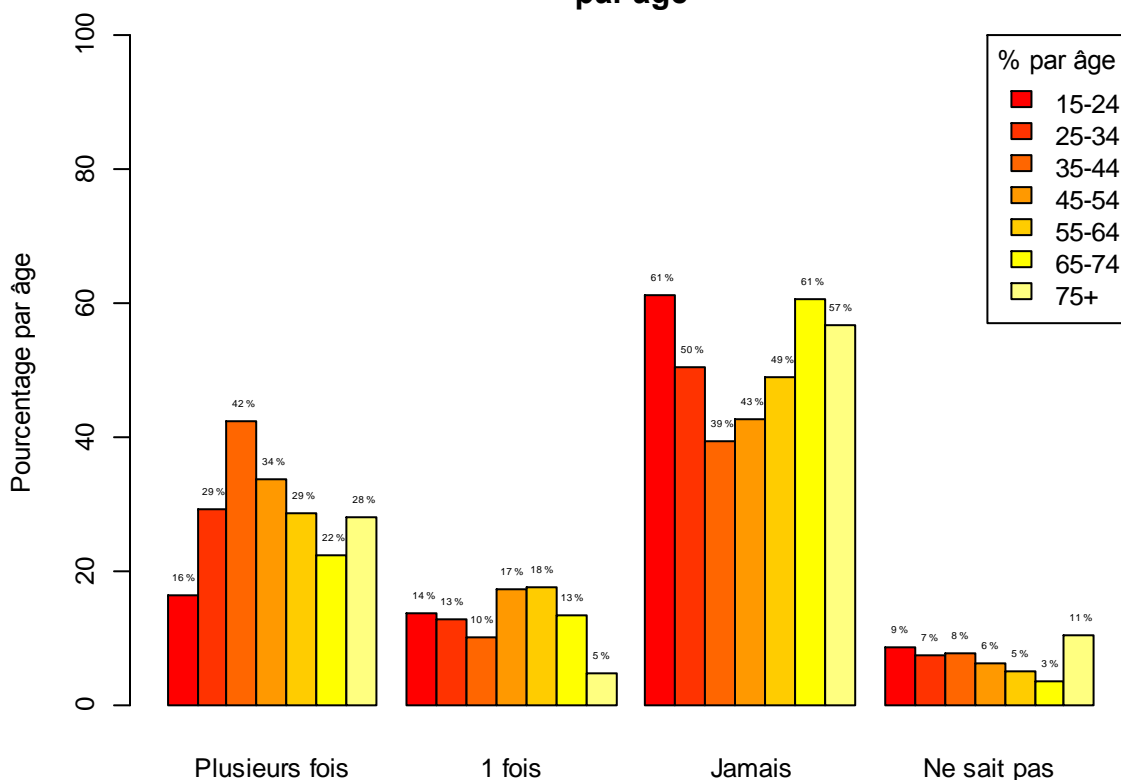


Figure 105 : Appel au service de renseignements ces 3 dernières années par âge

L'analyse en fonction des variables sociodémographiques a permis de constater que les personnes ayant le plus recours aux services de renseignements sont en âge de travailler (entre 25 et 64 ans).

7.4. Connaissance des conditions d'accès au tarif social

La question 5.7 portait sur les connaissances des conditions d'accès au tarif social. La question était formulée comme suit : *Savez-vous à quelles conditions il est possible de bénéficier d'un tarif social?* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Personnes âgées ; Jeunes de moins de 18 ans ; Ménages avec des revenus réduits ; Personnes handicapées ; Fonctionnaires ; Médecins ; Autre ; Non, je ne sais pas de quoi il s'agit.*

Les réponses correctes sont les personnes handicapées avec des revenus réduits, les ménages avec des revenus réduits et les personnes âgées avec des revenus réduits.

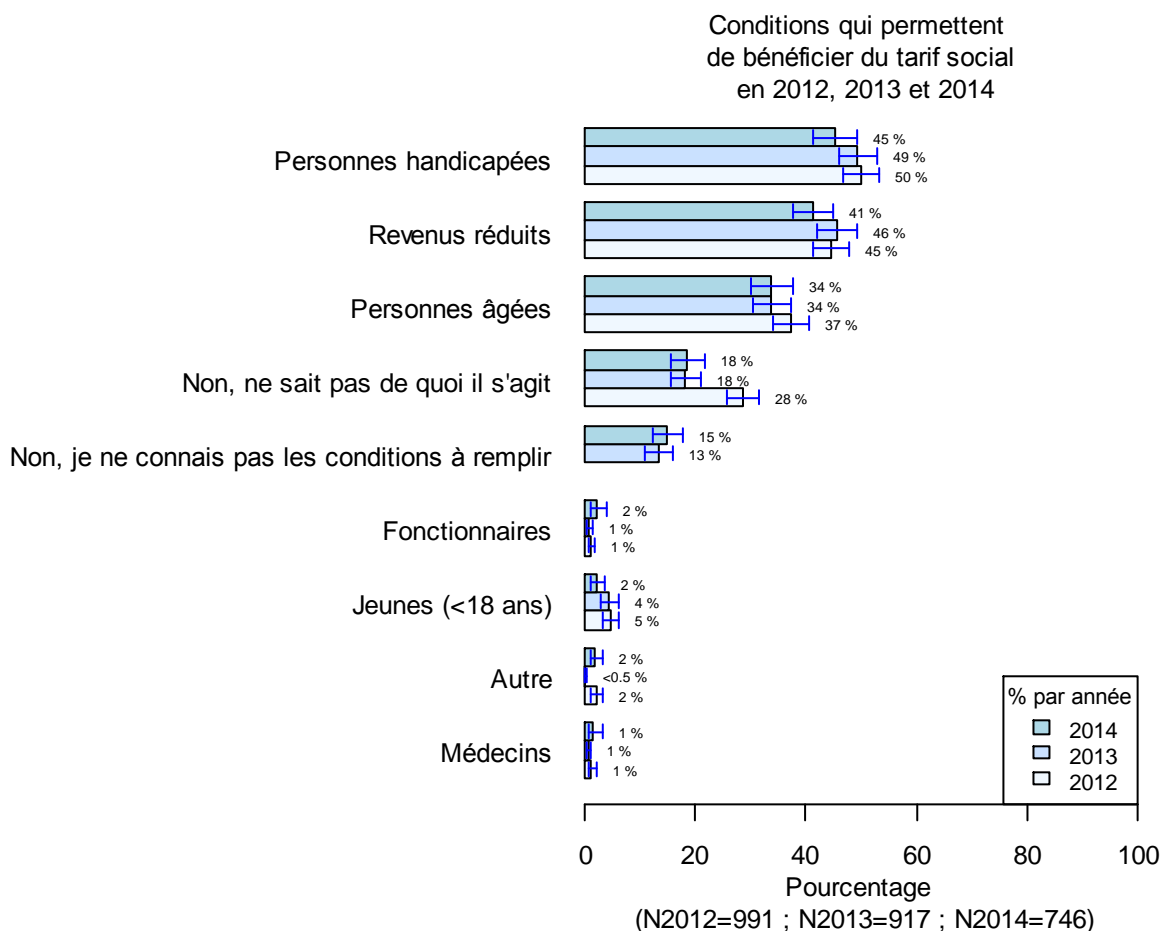


Figure 106 : Conditions qui permettent de bénéficier du tarif social en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 45% des répondants ont sélectionné la réponse Personnes handicapées, 41% ont sélectionné Revenus réduits, 34% ont sélectionné Personnes âgées, 18% ont sélectionné Non, ne sait pas de quoi il s'agit, 15% ont sélectionné Non, je ne connais pas les conditions à remplir, 2% ont sélectionné Fonctionnaires, 2% ont sélectionné Jeunes (<18 ans), 2% ont sélectionné Autre, 1% ont sélectionné Médecins.

Le plus grand changement par rapport à 2013 concerne la réponse Non, je ne connais pas les conditions à remplir qui passe de 13% à 15% (augmentation proportionnelle de 11% par rapport à l'an passé). La réponse Non, ne sait pas de quoi il s'agit passe de 28% en 2012 à 18% en 2013 pour atteindre 18% en 2014 (augmentation proportionnelle de 2% par rapport à 2013 ; différence significative : diminution proportionnelle de 35% par rapport à 2012).

Nous constatons donc que deux des trois conditions d'accès au tarif social, le handicap et les revenus réduits, sont connues de près d'un répondant sur deux. La condition d'âge n'est connue que d'une personne sur trois. Notons toutefois que la condition des revenus réduits s'applique également aux personnes âgées, même si cela n'apparaissait pas clairement dans la question formulée par l'IBPT.

	Min	Q 25%	Median	Q 75%	Max
2014	1	1	2	3	6

Table 28 : Nombre de conditions qui permettent de bénéficier du tarif social

La table ci-dessus nous indique que les répondants à cette question sélectionnent entre 1 et 6 conditions d'accès au tarif social parmi les 7 options proposées ; les réponses Non, je ne sais pas de quoi il s'agit et Non, je ne connais pas les conditions à remplir n'étant pas considérées comme des options à proprement parler. La moitié des répondants sélectionnent 2 conditions d'accès ou moins de 2 conditions d'accès. 2% des répondants ont sélectionné 4 conditions ou plus de 4 conditions.

Il aurait été intéressant de pouvoir identifier les potentiels bénéficiaires du tarif social de sorte à tester leur connaissance du tarif qui leur est réservé. Cependant, afin de respecter les conditions de protection de la vie privée, nous avons dû formuler nos variables sociodémographiques en classes dans le questionnaire (classe d'âge et non âge exact, idem pour le revenu et le nombre de personnes à charge). Ceci ne nous permet dès lors pas d'identifier de manière exacte les personnes ayant accès au tarif social. De plus, il n'était pas éthique de formuler une question relative au handicap dans un questionnaire sur les télécoms ; tout ce pan des bénéficiaires a donc dû être laissé de côté par la force des choses. Par conséquent, il est impossible d'analyser plus en détails la connaissance des conditions d'accès directement auprès des bénéficiaires du tarif social.

7.5. Personnes bénéficiaires du tarif social

La question 5.8 portait sur le fait de bénéficier actuellement du tarif social. La question était formulée comme suit : *Bénéficiez-vous d'un tarif social pour certains services de télécommunications?* Les réponses proposées étaient les suivantes : *Oui ; Non, je ne sais pas de quoi il s'agit ; Non, je ne pense pas pouvoir en bénéficier ; Non, je crois y avoir droit mais je n'ai pas fait la demande.*

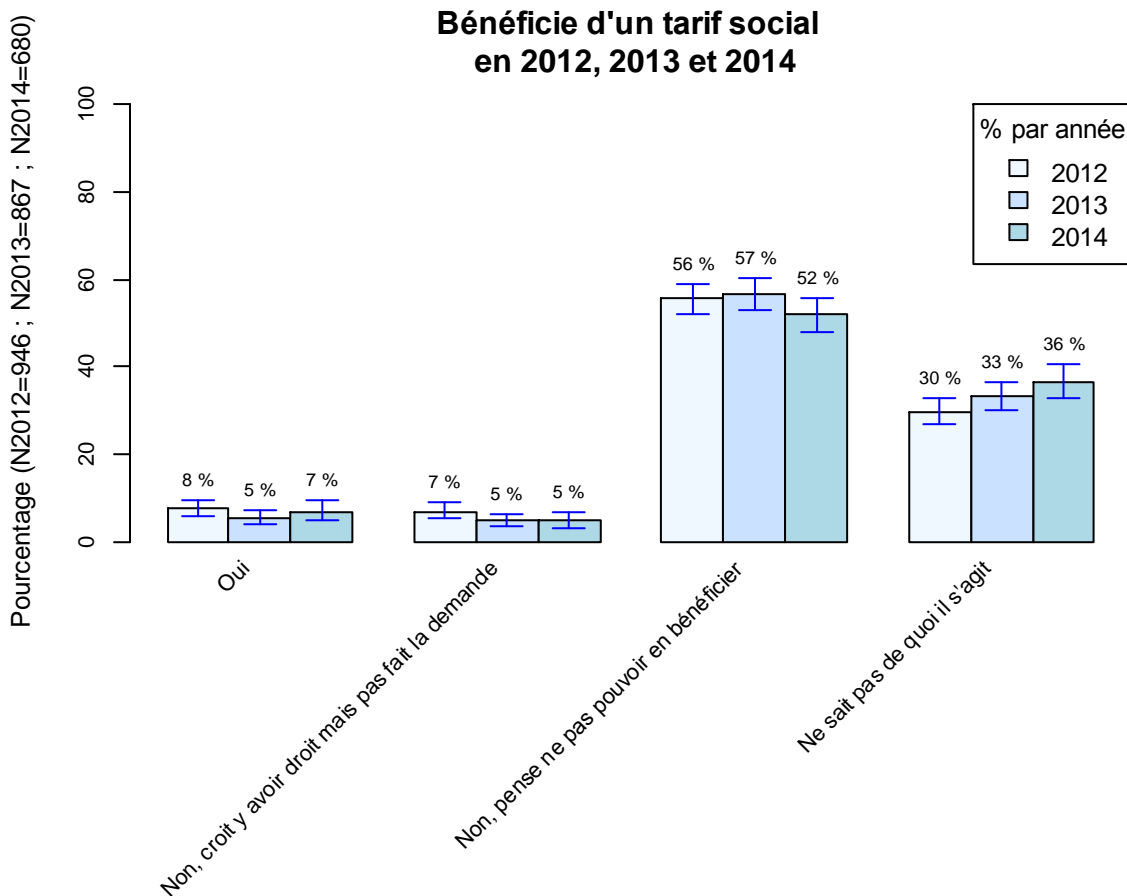


Figure 107 : Bénéficie d'un tarif social en 2012, 2013 et 2014

Le graphe ci-dessus nous montre que 7% des répondants ont sélectionné la réponse Oui, 5% ont sélectionné Non, croit y avoir droit mais pas fait la demande, 52% ont sélectionné Non, pense ne pas pouvoir en bénéficier, 36% ont sélectionné Ne sait pas de quoi il s'agit.

Il n'y a pas de changement conséquent et/ou significatif sur les trois années.

Une fois encore, on voit que 64% des répondants semblent savoir de quoi il s'agit. Seuls 7% déclarent bénéficier de l'avantage social. Ce taux est supérieur au taux réel évoqué par l'IBPT qui avoisinerait les 4%.

La distribution des réponses en fonction des variables sociodémographiques n'apporte aucune information nouvelle.

7.6. Conclusions sur le Service universel

- Lorsqu'un utilisateur des services de télécommunication recherche un numéro de téléphone, il se tourne dans un cas sur deux vers les moteurs de recherche ou les annuaires en ligne (de manière relativement équivalente). Cette tendance est à la hausse. Les pages blanches sont par contre en perte de vitesse par rapport à l'an passé avec seulement un usager sur trois.
- Près de deux tiers des répondants n'utilisent jamais les pages d'information des annuaires et la plupart des autres ne les utilisent que rarement.
- Une personne sur deux a utilisé les services de renseignements ces trois dernières années.
- Près d'un tiers des répondants ne connaissent pas le tarif social et une majorité des Belges ne peuvent identifier les conditions d'accès à ce tarif.

8. Annexe : Tableau comparatif des questionnaires et des chiffres 2012, 2013 et 2014

Tableau comparatif des questionnaires et des chiffres 2012, 2013 et 2014

2012		2013		2014	
<i>1.1. Quels équipements ou services de télécommunications utilisez-vous parmi les suivants?</i>		<i>1.1 Quels équipements ou services de télécommunications utilisez-vous parmi les suivants?</i>		<i>1.1 Quels équipements ou services de télécommunications utilisez-vous parmi les suivants?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • GSM ou Smartphone • Télévision • internet à la maison • téléphone fixe • internet mobile sur tablette ou ordinateur portable • téléphone par internet / par ordinateur / Voice over IP • internet mobile sur GSM ou Smartphone • réseaux Wi-Fi partagés 	<ul style="list-style-type: none"> • 94% • 92% • 86% • 73% • 31% • 23% • 18% • 12% 	<ul style="list-style-type: none"> • Téléphone mobile (GSM ou Smartphone) • Télévision • Internet à la maison • téléphone fixe • Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable • téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP • Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone • réseaux Wi-Fi partagés. 	<ul style="list-style-type: none"> • 95% • 94% • 88% • 75% • 32% • 29% • 28% • 20% 	<ul style="list-style-type: none"> • Téléphone mobile (GSM ou Smartphone) • Télévision • Internet à la maison • téléphone fixe • Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable • téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP • Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone • réseaux Wi-Fi partagés. 	<ul style="list-style-type: none"> • 94% • 92% • 86% • 73% • 31% • 23% • 18% • 12%
		<i>1.1.1 Avez-vous certains de vos services dans une offre groupée (ou pack)?</i>		<i>1.1.1 Avez-vous certains de vos services dans une offre groupée (ou pack)?</i>	
		<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 62% • 31% • 8% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 60% • 34% • 6%

		<i>1.1.2 Si oui, lesquels?</i>		<i>1.1.2 Si oui, lesquels?</i>	
		<ul style="list-style-type: none"> • télévision + téléphone fixe + Internet à la maison • télévision + téléphone fixe • télévision + Internet à la maison • télévision + téléphone fixe + GSM • téléphone fixe + Internet à la maison • télévision + téléphone fixe + GSM + Internet à la maison • télévision + GSM + Internet à la maison ; • téléphone fixe + GSM + Internet à la maison • GSM + Internet à la maison. 	<ul style="list-style-type: none"> • 12% • 8% • 4% • 3% • 2% • 2% • 0.9% • 0.3% • 0% 	<ul style="list-style-type: none"> • télévision + téléphone fixe + Internet à la maison • télévision + téléphone fixe • télévision + Internet à la maison • télévision + téléphone fixe + GSM • téléphone fixe + Internet à la maison • télévision + téléphone fixe + GSM + Internet à la maison • télévision + GSM + Internet à la maison ; • téléphone fixe + GSM + Internet à la maison • GSM + Internet à la maison. 	<ul style="list-style-type: none"> • 11% • 9% • 3% • 4% • 2% • 2% • 0,5% • 0.5% • 0.5%
<i>1.2. Pour les différents services que vous utilisez, pourriez-vous nous indiquer vos opérateurs?</i>		<i>1.2. Pour les différents services que vous utilisez, pourriez-vous nous indiquer vos opérateurs?</i>		<i>1.2. Pour les différents services que vous utilisez, pourriez-vous nous indiquer vos opérateurs?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Belgacom • Proximus • Telenet • Mobistar • Base • Voo • Autre opérateur • Scarlet • Euphony • Belgian Telecom • Numericable 	<ul style="list-style-type: none"> • 48% • 43% • 40% • 29% • 16% • 15% • 4% • 4% • 3% • 2% • 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Belgacom • Telenet • Proximus • Mobistar • Voo • Base • Scarlet • Autre • Mobile Vikings • Euphony • Aldi 	<ul style="list-style-type: none"> • 45% • 39% • 37% • 29% • 15% • 8% • 4% • 2% • 2% • 2% • 2% 	<ul style="list-style-type: none"> • Belgacom • Telenet • Proximus • Mobistar • Voo • Base • Scarlet • Aldi • Autre • Numericable • Colruyt mobile 	<ul style="list-style-type: none"> • 46% • 36% • 36% • 27% • 15% • 12% • 3% • 2% • 2% • 2% • 1%

<ul style="list-style-type: none"> • Edpnet • Allo RTL • Toledo Telecom • United Telecom • Primus Telecom • Cybernet • Transatel Mobile • Scomble • Opticall • My Tel • Happy Many • Ello Mobile • Dommel • Billi 	<ul style="list-style-type: none"> • 0.4% • 0.4% • 0.2% • 0.1% • 0.1% • 0.1% • 0% • 0% • 0% • 0% • 0% • 0% • 0% 	<ul style="list-style-type: none"> • Numericable • La Poste • Colruyt mobile • Carrefour Mobile • Belgian Telecom • Jim mobile • Allo RTL • Delhaize mobile • Edpnet • Dommel • Billi • Cybernet • Ello Mobile • United Telecom • Transatel Mobile • Scromble • Opticall 	<ul style="list-style-type: none"> • 2% • 1% • 0.8% • 0.7% • 0.5% • 0.3% • 0.3% • 0.2% • 0.2% • 0.2% • 0.1% • 0.1% • 0% • 0% • 0% • 0% • 0% 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobile Vikings • Euphony • Jim mobile • Carrefour Mobile • Snow • Edpnet • Allo RTL • Billi • PostMobile • Belgian Telecom • Dommel • United Telecom • Transatel Mobile • Scromble • Opticall • Ello Mobile • Cybernet 	<ul style="list-style-type: none"> • 1% • 1% • 1% • 1% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5% • 0,5%
<p><i>1.3. La dernière fois que vous avez choisi un opérateur, quels ont été vos critères de choix?</i></p>		<p><i>1.3. La dernière fois que vous avez choisi un opérateur, quels ont été vos critères de choix?</i></p>		<p><i>1.3. La dernière fois que vous avez choisi un opérateur, quels ont été vos critères de choix?</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Prix/plan intéressant • Offre groupée intéressante • Habitude • Vitesse de connexion • Opérateur de la famille / des amis • Fiabilité technique • Bonne réputation de l'opérateur 	<ul style="list-style-type: none"> • 38% • 32% • 31% • 17% • 16% • 16% • 14% 	<ul style="list-style-type: none"> • Prix/plan intéressant • Offre groupée intéressante • Habitude • Bonne réputation de l'opérateur • Opérateur de la famille / des amis • Confiance dans la stabilité de l'opérateur • Fiabilité technique • Vitesse de connexion 	<ul style="list-style-type: none"> • 45% • 44% • 33% • 20% • 18% • 17% • 16% • 13% 	<ul style="list-style-type: none"> • Prix/plan intéressant • Offre groupée intéressante • Habitude • Vitesse de connexion • Opérateur de la famille / des amis • Fiabilité technique • Bonne réputation de l'opérateur • Disponibilité dans rue/commune/région 	<ul style="list-style-type: none"> • 38% • 32% • 31% • 17% • 16% • 16% • 14% • 13%

<ul style="list-style-type: none"> • Conseillé par la famille / les amis • Confiance dans la stabilité de l'opérateur • Autre • Accessibilité des points de vente • Qualité / clarté des informations • Services annexes offerts • Respect droits du consommateur et des engagements de l'opérateur 	<ul style="list-style-type: none"> • 12% • 12% • 8% • 7% • 5% • 2% • 2% 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité dans rue/commune/région • Accessibilité des points de vente • Qualité / clarté des informations • Conseillé par la famille / les amis • Participation financière de l'employeur • Incitant commercial • Respect droits du consommateur et des engagements de l'opérateur • Services annexes offerts • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 13% • 10% • 8% • 8% • 5% • 3% • 3% • 2% • 0.6% 	<ul style="list-style-type: none"> • Confiance dans la stabilité de l'opérateur • Conseillé par la famille / les amis • Autre • Accessibilité des points de vente • Qualité / clarté des informations • Participation financière de l'employeur • Incitant commercial • Respect droits du consommateur et des engagements de l'opérateur • Services annexes offerts 	<ul style="list-style-type: none"> • 12% • 12% • 8% • 7% • 5% • 5% • 3% • 2% • 2%
<p><i>1.4. La dernière fois que vous avez souscrit à un service de télécommunications (téléphone, Internet, GSM, télévision, etc.), avez-vous fait une comparaison entre les offres des différents opérateurs qui proposaient ce service?</i></p>		<p><i>1.4. La dernière fois que vous avez souscrit à un service de télécommunications (téléphone, Internet, GSM, télévision, etc.), avez-vous fait une comparaison entre les offres des différents opérateurs qui proposaient ce service?</i></p>		<p><i>1.4. La dernière fois que vous avez souscrit à un service de télécommunications ou de média (téléphone, Internet, GSM, télévision, etc.), avez-vous fait une comparaison entre les offres des différents opérateurs qui proposaient ce service?</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 42% • 58% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 41% • 59% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 41% • 59%
<p><i>1.5. Si oui, laquelle ou lesquelles de ces sources avez-vous consultée(s) pour effectuer des comparaisons ?</i></p>		<p><i>1.5. Si oui, laquelle ou lesquelles de ces sources avez-vous consultée(s) pour effectuer des comparaisons ?</i></p>		<p><i>1.5. Si oui, laquelle ou lesquelles de ces sources avez-vous consultée(s) pour effectuer des comparaisons ?</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Site internet des opérateurs • Famille / amis • Publicité • Boutiques des opérateurs 	<ul style="list-style-type: none"> • 58% • 23% • 20% • 19% 	<ul style="list-style-type: none"> • Site Internet des opérateurs • Famille / amis • Boutiques ou stand des opérateurs 	<ul style="list-style-type: none"> • 64% • 23% • 19% 	<ul style="list-style-type: none"> • Site Internet des opérateurs • Famille / amis • Publicité • Boutiques ou stand des 	<ul style="list-style-type: none"> • 58% • 23% • 20% • 19%

<ul style="list-style-type: none"> • Site d'une association de consommateurs • Magasins spécialisés • Médias en général • Site spécialisé • Autre • Autre simulateur tarifaire • Simulateur tarifaire de l'IBPT • Autre site internet 	<ul style="list-style-type: none"> • 11% • 10% • 8% • 8% • 4% • 3% • 3% • 2% 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicité • Médias en général • Site d'une association de consommateurs • Autre comparateur tarifaire • Comparateur tarifaire de l'IBPT • Magasins indépendants des opérateurs • Site indépendant des opérateurs spécialisé dans la comparaison de services • Autre site Internet • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 17% • 14% • 12% • 6% • 6% • 6% • 5% • 4% • 0.2% 	<ul style="list-style-type: none"> opérateurs • Site d'une association de consommateurs • Magasins indépendants des opérateurs • Médias en général • Comparateur tarifaire de l'IBPT • Site indépendant des opérateurs spécialisé dans la comparaison de services • Autre site Internet • Autre • Autre simulateur tarifaire 	<ul style="list-style-type: none"> • 11% • 10% • 8% • 3% • 8% • 2% • 4% • 3%
---	--	---	---	---	--

<p>2.1. Quel est votre degré de satisfaction par rapport</p> <p>a) aux tarifs disponibles sur le marché, c'est-à-dire chez l'ensemble des différents opérateurs existants?</p> <p>b) au service dont vous avez bénéficié l'année précédente chez votre opérateur?</p>		<p>2.1. Quel est votre degré de satisfaction par rapport</p> <p>a) aux tarifs disponibles sur le marché, c'est-à-dire chez l'ensemble des différents opérateurs existants?</p> <p>b) au service dont vous avez bénéficié l'année précédente chez votre opérateur?</p>		<p>2.1. Quel est votre degré de satisfaction par rapport</p> <p>a) aux tarifs disponibles sur le marché, c'est-à-dire chez l'ensemble des différents opérateurs existants?</p> <p>b) aux tarifs dont vous disposez chez votre opérateur?</p> <p>c) au service dont vous avez bénéficié l'année précédente chez votre opérateur?</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Degré de satisfaction par rapport aux tarifs Sans avis Degré de satisfaction par rapport aux services Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 82% 18% 87% 13% 	<ul style="list-style-type: none"> Degré de satisfaction par rapport aux tarifs sur le marché Sans avis Degré de satisfaction par rapport aux services Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 79% 21% 88% 12% 	<ul style="list-style-type: none"> Degré de satisfaction par rapport aux tarifs sur le marché Sans avis Degré de satisfaction par rapport aux tarifs chez votre opérateur? Sans avis Degré de satisfaction par rapport aux services Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 77% 23% 87% 13% 86% 14%
<p>2.2. Dans quelle mesure faites-vous confiance à votre opérateur par rapport</p> <p>a) au respect de vos droits en tant que consommateur?</p> <p>b) aux informations qu'il vous fournit?</p> <p>c) à la fiabilité de la facturation?</p>		<p>2.2. Dans quelle mesure faites-vous confiance à votre opérateur par rapport</p> <p>a) au respect de vos droits en tant que consommateur?</p> <p>b) aux informations qu'il vous fournit?</p> <p>c) à la fiabilité de la facturation?</p>		<p>2.2. Dans quelle mesure faites-vous confiance à votre opérateur par rapport</p> <p>a) au respect de vos droits en tant que consommateur?</p> <p>b) aux informations qu'il vous fournit?</p> <p>c) à la fiabilité de la facturation?</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Degré de confiance par rapport au respect des droits Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 86% 14% 	<ul style="list-style-type: none"> Degré de confiance par rapport au respect des droits Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 85% 15% 	<ul style="list-style-type: none"> Degré de confiance par rapport au respect des droits Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 85% 15%

<ul style="list-style-type: none"> Degré de confiance par rapport aux informations fournies Sans avis de confiance par rapport à la fiabilité Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 91% 9% 91% 9% 	<ul style="list-style-type: none"> Degré de confiance par rapport aux informations fournies Sans avis Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 89% 11% 91% 9% 	<ul style="list-style-type: none"> Degré de confiance par rapport aux informations fournies Sans avis Degré de confiance par rapport à la fiabilité de la facturation Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 90% 10% 91% 9%
2.3. Au cours des trois dernières années, avez-vous rencontré un ou des problème(s) avec votre opérateur?		2.3. Au cours des trois dernières années, avez-vous rencontré un ou des problème(s) avec votre opérateur?		2.3. Au cours des trois dernières années, avez-vous rencontré un ou des problème(s) avec votre opérateur?	
<ul style="list-style-type: none"> Oui Non 	<ul style="list-style-type: none"> 43% 57% 	<ul style="list-style-type: none"> Oui Non 	<ul style="list-style-type: none"> 49% 51% 	<ul style="list-style-type: none"> Oui Non 	<ul style="list-style-type: none"> 50% 50%
		2.3.1 Si oui, avec quel(s) service(s) avez-vous rencontré des problèmes?		2.3.1 Si oui, avec quel(s) service(s) avez-vous rencontré des problèmes?	
		<ul style="list-style-type: none"> Internet à la maison télévision téléphone mobile (GSM ou Smartphone) téléphone fixe Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable réseaux Wi-Fi partagés téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP 	<ul style="list-style-type: none"> 53% 48% 28% 25% 7% 4% 4% 2% 	<ul style="list-style-type: none"> télévision Internet à la maison téléphone mobile (GSM ou Smartphone) téléphone fixe Internet en déplacement sur GSM ou Smartphone réseaux Wi-Fi partagés téléphone par Internet / par ordinateur / Voice over IP Internet en déplacement sur tablette ou ordinateur portable 	<ul style="list-style-type: none"> 54% 53% 28% 26% 7% 6% 3% 3%

<i>2.4. Si oui, le(s)quel(s)?</i>		<i>2.4. Si oui, le(s)quel(s)?</i>		<i>2.4. Si oui, le(s)quel(s)?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Service inactif : coupures • Facturation anormalement élevée • Promesse non réalisée • Retard dans la fourniture du service • Autre • Hausse des tarifs • Indemnisation réclamée par l'opérateur pour une résiliation de contrat 	<ul style="list-style-type: none"> • 53% • 27% • 22% • 18% • 18% • 16% • 10% 	<ul style="list-style-type: none"> • Service inactif / coupures de longue durée • Problème de facturation • Réseau saturé • Problème administratif ou commercial • Promesse non réalisée / publicité mensongère • Retard dans la fourniture du service • Hausse des tarifs • Autre, • Indemnisation réclamée par l'opérateur pour une résiliation de contrat 	<ul style="list-style-type: none"> • 81% • 29% • 20% • 13% • 13% • 10% • 9% • 6% • 5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Problème de qualité de service (réseau saturé, coupure, vitesse) • Service inactif / coupures de longue durée / délai de réparation • Problème de facturation • Promesse non réalisée / publicité mensongère • Autre • Hausse des tarifs • Retard dans la fourniture du service (installation, activation) • Problème administratif ou commercial • Indemnisation réclamée par l'opérateur pour une résiliation de contrat 	<ul style="list-style-type: none"> • 74% • 25% • 23% • 12% • 12% • 10% • 10% • 8% • 4%
<i>2.5. Dans cette situation, avez-vous entrepris une ou des démarche(s) pour tenter de résoudre le(s) problème(s)?</i>		<i>2.5. Dans cette situation, avez-vous réagi vis-à-vis de cet opérateur pour tenter de résoudre le(s) problème(s)?</i>		<i>2.5. Dans cette situation, avez-vous réagi vis-à-vis de cet opérateur pour tenter de résoudre le(s) problème(s)?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 80% • 18% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 88% • 12% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 88% • 12%
<i>2.6. Si oui, quelles démarches avez-vous entreprises?</i>		<i>2.5.1 Si oui, comment?</i>		<i>2.5.1 Si oui, comment?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Contact téléphonique, e-mail ou via page web • Point de vente de l'opérateur • Lettre recommandée à 	<ul style="list-style-type: none"> • 84% • 32% • 10% 	<ul style="list-style-type: none"> • Contact téléphonique, e-mail ou via page web • Point de vente de l'opérateur • Lettre recommandée à l'opérateur 	<ul style="list-style-type: none"> • 87% • 30% • 8% 	<ul style="list-style-type: none"> • Contact téléphonique, e-mail ou via page web • Point de vente de l'opérateur • Lettre à l'opérateur 	<ul style="list-style-type: none"> • 83% • 35% • 7%

<ul style="list-style-type: none"> • l'opérateur • Lettre à l'opérateur • Service de médiation • Autre • Plainte auprès d'une association de consommateurs • Plainte auprès du SPF Économie • Plainte en justice • Plainte auprès de l'IBPT 	<ul style="list-style-type: none"> • 9% • 6% • 4% • 1% • 1% • 0.2% • 0.2% 	<ul style="list-style-type: none"> • Lettre à l'opérateur • Service de médiation, • Plainte auprès d'une association de consommateurs • Plainte auprès du SPF Economie • Plainte en justice • Autre • Plainte auprès de l'IBPT 	<ul style="list-style-type: none"> • 7% • 4% • 0.7% • 0.3% • 0.1% • 0% • 0% 	<ul style="list-style-type: none"> • Lettre recommandée à l'opérateur • Service de médiation • Autre • Plainte auprès d'une association de consommateurs • Plainte auprès du SPF Economie • Plainte en justice • Plainte auprès de l'IBPT 	<ul style="list-style-type: none"> • 5% • 2% • 2% • 1% • 0,5% • 0,5% • 0,5%
<i>2.7. Si non, pour quelles raisons?</i>		<i>2.5.2 Si vous n'avez pas réagi suite à un problème, pour quelles raisons?</i>		<i>2.5.2 Si vous n'avez pas réagi suite à un problème, pour quelles raisons?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Problème trop minime pour réagir • Procédure très longue • Pas gain de cause • Trop compliqué • Ne savait pas à qui s'adresser • Autre • Pas légitime 	<ul style="list-style-type: none"> • 32% • 28% • 28% • 21% • 20% • 10% • 7% 	<ul style="list-style-type: none"> • Problème trop minime pour réagir • Pas gain de cause • Ne savait pas à qui s'adresser • Peur que cela prenne trop de temps • Trop compliqué • Autre • Pas légitime 	<ul style="list-style-type: none"> • 49% • 24% • 17% • 16% • 13% • 4% • 2% 	<ul style="list-style-type: none"> • Problème trop minime pour réagir • Pas gain de cause • Autre • Peur que cela prenne trop de temps • Trop compliqué • Ne savait pas à qui s'adresser • Pas légitime 	<ul style="list-style-type: none"> • 30% • 29% • 22% • 17% • 14% • 12% • 4%
		<i>2.5.3 Si vous avez subi une coupure dans la réception/utilisation de votre service de télécommunication, avez-vous reçu une indemnité de votre opérateur?</i>		<i>2.5.3 Si vous avez subi une coupure dans la réception/utilisation de votre service de télécommunication, avez-vous reçu une indemnité de votre opérateur?</i>	
		<ul style="list-style-type: none"> • Non, ne savait pas • Oui, a reçu une indemnité 	<ul style="list-style-type: none"> • 49% • 16% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non, ne savait pas • Oui, a reçu une indemnité 	<ul style="list-style-type: none"> • 50% • 15%

		<ul style="list-style-type: none"> • Non, ne connaissait pas les démarches • Autre • Non, car trop long • Non, n'a pas obtenu d'indemnité 	<ul style="list-style-type: none"> • 12% • 10% • 8% • 5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non, ne connaissait pas les démarches • Non, car trop long • Autre • Non, n'a pas obtenu d'indemnité 	<ul style="list-style-type: none"> • 12% • 9% • 7% • 6%
<i>2.8. Pensez-vous bénéficier actuellement de l'offre la moins chère du marché en fonction de votre profil d'utilisation?</i>		<i>2.6. Pensez-vous bénéficier actuellement de l'offre la moins chère du marché en fonction de votre profil d'utilisation?</i>		<i>2.6. Pensez-vous bénéficier actuellement de l'offre la moins chère du marché en fonction de votre profil d'utilisation?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Probablement pas • Probablement oui • Certainement pas • Sans avis • Certainement oui 	<ul style="list-style-type: none"> • 43% • 30% • 12% • 11% • 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Probablement pas • Probablement oui • Sans avis • Certainement pas • Certainement oui 	<ul style="list-style-type: none"> • 45% • 28% • 14% • 8% • 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Probablement pas • Probablement oui • Sans avis • Certainement pas • Certainement oui 	<ul style="list-style-type: none"> • 42% • 32% • 12% • 9% • 4%
<i>2.9. Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de comparer</i>		<i>2.7. Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de comparer</i>		<i>2.7. Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de comparer</i>	
<i>a) les services offerts par les différents opérateurs?</i>		<i>a) les services offerts par les différents opérateurs?</i>		<i>a) les services offerts par les différents opérateurs?</i>	
<i>b) les prix offerts par les différents opérateurs?</i>		<i>b) les prix offerts par les différents opérateurs?</i>		<i>b) les prix offerts par les différents opérateurs?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Facilité de comparaison des services • Sans avis • Facilité de comparaison des prix • Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> • 88% • 12% • 88% • 12% 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilité de comparaison des services • Sans avis • Facilité de comparaison des prix • Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> • 85% • 15% • 87% • 13% 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilité de comparaison des services • Sans avis • Facilité de comparaison des prix • Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> • 84% • 16% • 85% • 15%

2.10. Au cours de cette année, à quelle fréquence avez-vous consulté des sites de comparaison des coûts des services?		2.8. Au cours de cette année, à quelle fréquence avez-vous consulté des sites de comparaison des coûts des services?		2.8. Au cours de cette année, à quelle fréquence avez-vous consulté des sites de comparaison des coûts des services?	
<ul style="list-style-type: none"> • Jamais • Rarement • Parfois • Je ne sais pas / je ne me souviens pas • Souvent • Très souvent 	<ul style="list-style-type: none"> • 50% • 22% • 18% • 5% • 4% • 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Jamais • Rarement • Parfois • Je ne sais pas / je ne me souviens pas • Souvent • Très souvent 	<ul style="list-style-type: none"> • 50% • 23% • 18% • 5% • 4% • 0.3% 	<ul style="list-style-type: none"> • Jamais • Rarement • Parfois • Je ne sais pas / je ne me souviens pas • Souvent • Très souvent 	<ul style="list-style-type: none"> • 57% • 20% • 15% • 5% • 3% • 1%
2.11. Avez-vous déjà fait usage du simulateur tarifaire de l'IBPT (http://www.meilleurtarif.be)?		2.9. Avez-vous déjà fait usage du comparateur tarifaire de l'IBPT (http://www.meilleurtarif.be)?		2.9. Avez-vous déjà fait usage du comparateur tarifaire de l'IBPT (http://www.meilleurtarif.be)?	
<ul style="list-style-type: none"> • Non, ne connaît pas • Non, mais connaît • Ne sait pas • Oui, une fois • Oui, plusieurs fois 	<ul style="list-style-type: none"> • 63% • 29% • 5% • 3% • 0.7% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non, ne connaît pas, • Non, mais connaît • Ne sait pas • Oui, une fois • Oui, plusieurs fois 	<ul style="list-style-type: none"> • 55% • 36% • 4% • 3% • 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non, ne connaît pas, • Non, mais connaît • Ne sait pas • Oui, une fois • Oui, plusieurs fois 	<ul style="list-style-type: none"> • 50% • 40% • 4% • 5% • 1%
		2.9.1 Si oui, vous l'avez utilisé pour la dernière fois:...		2.9.1 Si oui, vous l'avez utilisé pour la dernière fois:...	
		<ul style="list-style-type: none"> • Durant les 12 derniers mois • Il y a plus d'un an • Je ne sais pas / je ne me souviens pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 69% • 18% • 13% 	<ul style="list-style-type: none"> • Durant les 12 derniers mois • Il y a plus d'un an • Je ne sais pas / je ne me souviens pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 55% • 36% • 8%

<p>2.12. Si vous avez déjà utilisé le simulateur tarifaire de l'IBPT, sur une échelle de 0 à 10, diriez-vous</p> <p>a) Qu'il est facile d'utiliser le simulateur?</p> <p>b) Que les résultats du simulateur étaient pertinents?</p>		<p>2.10. Si vous avez déjà utilisé le comparateur tarifaire de l'IBPT, sur une échelle de 0 à 10, diriez-vous</p> <p>a) Qu'il est facile d'utiliser le simulateur?</p> <p>b) Que les résultats du simulateur étaient pertinents?</p>		<p>2.10. Si vous avez déjà utilisé le comparateur tarifaire de l'IBPT, sur une échelle de 0 à 10, diriez-vous</p> <p>a) Qu'il est facile d'utiliser le simulateur?</p> <p>b) Que les résultats du simulateur étaient pertinents?</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Facilité d'utilisation du simulateur tarifaire de l'IBPT Sans avis Pertinence des résultats du simulateur tarifaire de l'IBPT Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 98% 2% 92% 8% 	<ul style="list-style-type: none"> Facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT Sans avis Pertinence des résultats du comparateur tarifaire de l'IBPT Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 98% 2% 95% 5% 	<ul style="list-style-type: none"> Facilité d'utilisation du comparateur tarifaire de l'IBPT Sans avis Pertinence des résultats du comparateur tarifaire de l'IBPT Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> 95% 5% 93% 7%
<p>2.13. Si vous avez déjà utilisé le simulateur tarifaire de l'IBPT, cela vous a-t-il fait changer</p> <p>a) de plan tarifaire?</p> <p>b) d'opérateur?</p>		<p>2.11. Si vous avez déjà utilisé le comparateur tarifaire de l'IBPT, cela vous a-t-il fait changer</p> <p>a) de plan tarifaire?</p> <p>b) d'opérateur?</p>		<p>2.11. Si vous avez déjà utilisé le comparateur tarifaire de l'IBPT, cela vous a-t-il fait changer</p> <p>a) de plan tarifaire?</p> <p>b) d'opérateur?</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Aucun changement Changement d'opérateur Changement de plan tarifaire 	<ul style="list-style-type: none"> 65% 21% 14% 	<ul style="list-style-type: none"> Aucun changement Changement d'opérateur Changement de plan tarifaire 	<ul style="list-style-type: none"> 61% 29% 10% 	<ul style="list-style-type: none"> Aucun changement Changement d'opérateur Changement de plan tarifaire 	<ul style="list-style-type: none"> 62% 21% 18%

<i>3.1. Avez-vous déjà changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années?</i>		<i>3.1. Avez-vous déjà changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années?</i>		<i>3.1. Avez-vous déjà changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Non • Oui 	<ul style="list-style-type: none"> • 73% • 27% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non • Oui 	<ul style="list-style-type: none"> • 70% • 30% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non • Oui 	<ul style="list-style-type: none"> • 69% • 31%
<i>3.2. Si vous n'avez pas changé d'opérateur depuis trois ans, quelles en sont les raisons?</i>		<i>3.2. Si vous n'avez pas changé d'opérateur depuis trois ans, quelles en sont les raisons?</i>		<i>3.2. Si vous n'avez pas changé d'opérateur depuis trois ans, quelles en sont les raisons?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfait • Pas envie de changer • Pas envie de changer de numéro de téléphone • Trop compliqué • Comparaison des différents plans tarifaires trop compliquée • Offre groupée • Bénéfice financier trop faible • Indemnités de départ • Manque de confiance dans les autres opérateurs • Meilleur rapport qualité/prix • Autre • Ne connaît pas d'autre opérateur • Ne savait pas qu'il était possible de changer 	<ul style="list-style-type: none"> • 44% • 29% • 21% • 20% • 17% • 13% • 12% • 7% • 6% • 5% • 5% • 3% • 0,5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfait • Pas envie de changer • Trop compliqué trop de temps • Difficile de comparer les plans tarifaires • Pas envie de changer de numéro de téléphone • Bénéfice financier trop faible • Opérateur de la famille/des amis • Meilleur rapport qualité/prix • Manque de confiance dans les autres opérateurs • Offre groupée • Choisi par l'employeur • Pas d'équivalent dans la région • Ne connaît pas d'autre opérateur • Indemnités de départ • Autre • Ne savait pas qu'il était possible de changer 	<ul style="list-style-type: none"> • 51% • 30% • 19% • 17% • 17% • 12% • 11% • 10% • 6% • 5% • 5% • 3% • 2% • 2% • 1% • 0.5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfait • Pas envie de changer • Trop compliqué trop de temps • Difficile de comparer les plans tarifaires • Pas envie de changer de numéro de téléphone • Bénéfice financier trop faible • Opérateur de la famille/des amis • Meilleur rapport qualité/prix • Autre • Manque de confiance dans les autres opérateurs • Offre groupée • Indemnités de départ • Choisi par l'employeur • Pas d'équivalent dans la région • Ne connaît pas d'autre opérateur • Ne savait pas qu'il était possible de changer 	<ul style="list-style-type: none"> • 53% • 29% • 16% • 16% • 15% • 12% • 10% • 9% • 6% • 5% • 4% • 3% • 2% • 2% • 2% • 0,5%

3.3. Si vous avez changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années, quelles en sont les raisons?		3.3. Si vous avez changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années, quelles en sont les raisons?		3.3. Si vous avez changé d'opérateur au cours de ces trois dernières années, quelles en sont les raisons?	
<ul style="list-style-type: none"> • Promotion chez un autre opérateur • Qualité / performance médiocre • Mauvais rapport qualité / prix • Autre • Offre non adaptée • Promesses non tenues • Envie de changer • Opérateur repris par un autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 64% • 19% • 16% • 15% • 13% • 11% • 6% • 0.1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion chez un autre opérateur • Problèmes rencontrés avec l'opérateur précédent • Mauvais rapport qualité / prix • Simplicité de changer d'opérateur • Offre non adaptée • Autre • Envie de changer • Opérateur repris par un autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 73% • 23% • 21% • 17% • 9% • 7% • 2% • 0.6% 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion chez un autre opérateur • Problèmes rencontrés avec l'opérateur précédent • Mauvais rapport qualité / prix • Simplicité de changer d'opérateur • Autre • Offre non adaptée • Envie de changer • Opérateur repris par un autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 67% • 25% • 22% • 19% • 12% • 11% • 2% • 1%
3.4. Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de changer d'opérateur?		3.4. Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de changer d'opérateur?		3.4. Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile de changer d'opérateur?	
<ul style="list-style-type: none"> • Facilité de changer d'opérateur • Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> • 84% • 16% 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilité de changer d'opérateur • Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> • 81% • 19% 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilité de changer d'opérateur • Sans avis • Facilité de changer d'opérateur de téléphonie fixe • Sans avis • Facilité de changer d'opérateur de téléphonie mobile • Sans avis 	<ul style="list-style-type: none"> • 80% • 20% • 73% • 27% • 84% • 16%

3.5. Si vous souhaitiez changer d'opérateur, laquelle ou lesquelles de ces solutions vous persuaderai(en)t de le faire?		3.5. S'il vous semble difficile de changer d'opérateur (quelles qu'en soient les raisons), laquelle ou lesquelles de ces solutions vous persuaderai(en)t de le faire?		3.5. S'il vous semble difficile de changer d'opérateur (quelles qu'en soient les raisons), laquelle ou lesquelles de ces solutions vous persuaderai(en)t de le faire?	
<ul style="list-style-type: none"> • Changement gratuit • Description plus claire des offres • Satisfait, ne pense pas changer • Site internet • Durée de contrat plus courte • Aide dans le processus de changement • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 41% • 35% • 33% • 32% • 19% • 14% • 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Changement gratuit • Une facilité technique et administrative • Fiche d'information standardisée • Site Internet indiquant l'offre la moins chère • Pas d'application • Durée de contrat plus courte • Confiance dans la stabilité des tarifs • Une information sur les performances réelles • Satisfait, ne pense pas changer • Confiance dans la stabilité du service • Aide dans le processus de changement • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 40% • 30% • 24% • 24% • 23% • 13% • 11% • 10% • 9% • 9% • 6% • 0.5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfait, ne pense pas changer • Changement gratuit • Une facilité technique et administrative • Pas d'application • Site Internet indiquant l'offre la moins chère • Fiche d'information standardisée • Confiance dans la stabilité des tarifs • Une information sur les performances réelles • Durée de contrat plus courte • Confiance dans la stabilité du service • Aide dans le processus de changement • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 31% • 29% • 26% • 24% • 19% • 18% • 12% • 12% • 10% • 10% • 6% • 2%

4.1. A votre avis, votre opérateur est-il tenu de vous proposer un plan tarifaire adapté à votre profil moyen de consommation?		4.1. A votre avis, votre opérateur est-il tenu de vous proposer un plan tarifaire adapté à votre profil moyen de consommation?		4.1. A votre avis, votre opérateur est-il tenu de vous proposer un plan tarifaire adapté à votre profil moyen de consommation (pour la téléphonie fixe et la téléphonie mobile)?	
<ul style="list-style-type: none"> • Bi annuellement • Annuellement • Ne sait pas • Mensuellement • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 33% • 25% • 25% • 9% • 8% 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 fois par an • 1 fois par an • Ne sait pas • Non • Tous les mois 	<ul style="list-style-type: none"> • 35% • 27% • 24% • 7% • 6% 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 fois par an • 1 fois par an • Ne sait pas • Non • Tous les mois 	<ul style="list-style-type: none"> • 30% • 29% • 24% • 9% • 8%
4.2. Votre opérateur vous a-t-il déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation?		4.2. Votre opérateur vous a-t-il déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation?		4.2. Votre opérateur vous a-t-il déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation?	
<ul style="list-style-type: none"> • Non • Oui • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 51% • 37% • 12% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non • Oui • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 51% • 37% • 12% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non • Oui • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 50% • 37% • 13%
4.3. Si votre opérateur vous a déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation, cela vous a-t-il fait changer votre plan tarifaire?		4.3. Si votre opérateur vous a déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation, cela vous a-t-il fait changer votre plan tarifaire?		4.3. Si votre opérateur vous a déjà proposé un plan tarifaire basé sur votre profil moyen de consommation, cela vous a-t-il fait changer votre plan tarifaire?	
<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 52% • 49% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 62% • 38% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 62% • 38%

<i>4.4. Si non, pour quelles raisons?</i>		<i>4.3.1 Si non, pour quelles raisons?</i>		<i>4.3.1 Si non, pour quelles raisons?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Avait déjà le plan suggéré • N'y a pas prêté attention • Autre • N'a pas pris l'information au sérieux • A perdu cela de vue 	<ul style="list-style-type: none"> • 37% • 34% • 16% • 13% • 7% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne semblait pas correspondre aux besoins • Avait déjà le plan suggéré • Craignait d'être lié à un nouvel abonnement • N'y a pas prêté attention • Craignait que cela coûte plus cher • N'a pas pris l'information au sérieux • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 30% • 29% • 22% • 20% • 19% • 8% • 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Avait déjà le plan suggéré • Ne semblait pas correspondre aux besoins • N'y a pas prêté attention • N'a pas pris l'information au sérieux • Craignait que cela coûte plus cher • Craignait d'être lié à un nouvel abonnement • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 32% • 27% • 19% • 17% • 14% • 13% • 8%
<i>4.5. De manière générale, vous sentez-vous bien informé en ce qui concerne vos droits à l'égard des opérateurs des télécommunications?</i>		<i>4.4. De manière générale, vous sentez-vous bien informé en ce qui concerne vos droits à l'égard des opérateurs des télécommunications?</i>		<i>4.4. De manière générale, vous sentez-vous bien informé en ce qui concerne vos droits à l'égard des opérateurs des télécommunications?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Sentiment d'être bien informé sur ses droits • Sans avis • Médiane 	<ul style="list-style-type: none"> • 90% • 10% • 3 	<ul style="list-style-type: none"> • Sentiment d'être bien informé sur ses droits • Sans avis • Médiane 	<ul style="list-style-type: none"> • 90% • 10% • 4 	<ul style="list-style-type: none"> • Sentiment d'être bien informé sur ses droits • Sans avis • Médiane 	<ul style="list-style-type: none"> • 89% • 11% • 5
<i>4.6. Si vous avez un contrat à durée déterminée pour l'un ou l'autre des services de télécommunications que vous utilisez (ex: GSM, téléphone fixe), savez-vous où trouver la date de fin de votre contrat avec votre opérateur actuel?</i>		<i>4.5. Si vous avez un contrat à durée déterminée pour l'un ou l'autre des services de télécommunications que vous utilisez (ex: GSM, téléphone fixe), savez-vous où trouver la date de fin de votre contrat avec votre opérateur actuel?</i>		<i>4.5. Si vous avez un contrat à durée déterminée pour l'un ou l'autre des services de télécommunications que vous utilisez (ex: GSM, téléphone fixe), savez-vous où trouver la date de fin de votre contrat avec votre opérateur actuel?</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Non, à demander • Oui, dans le contrat 	<ul style="list-style-type: none"> • 33% • 26% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas • Oui, dans le contrat 	<ul style="list-style-type: none"> • 37% • 23% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas • Pas d'application 	<ul style="list-style-type: none"> • 36% • 31%

<ul style="list-style-type: none"> • Pas d'application • Oui, sur chaque facture • Oui, sur le site web de l'opérateur • Autre • Oui, sur facture 1x par an 	<ul style="list-style-type: none"> • 21% • 18% • 4% • 3% • 3% 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas d'application • Oui, sur chaque facture • Non, à demander • Oui, sur le site web de l'opérateur • Oui, sur facture 1x par an • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 22% • 10% • 10% • 3% • 2% • 0.5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui, dans le contrat • Non, à demander • Oui, sur chaque facture • Oui, sur le site web de l'opérateur • Oui, sur facture 1x par an • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 19% • 9% • 7% • 3% • 1% • 1%
<p>4.7. D'après vous, quels numéros parmi les suivants sont des numéros surtaxés?</p>		<p>4.6. D'après vous, quels numéros parmi les suivants sont des numéros surtaxés?</p>		<p>4.6. D'après vous, quels numéros parmi les suivants sont des numéros surtaxés?</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas, • 0900 654 32 • 078 876 543 • 0903 654 32 • 0912 84 838 », • 3403 • 1713 • 09 352 678 	<ul style="list-style-type: none"> • 47% • 42% • 28% • 28% • 23% • 13% • 12% • 8% 	<ul style="list-style-type: none"> • 0900 654 32 • Ne sait pas • 0903 654 32 • 078 876 543 • 0912 84 838 • 3403 • 1713 • 09 352 678 	<ul style="list-style-type: none"> • 43% • 43% • 29% • 28% • 22% • 17% • 15% • 7% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas • 0900 654 32 • 0903 654 32 • 078 876 543 • 0912 84 838 • 1713 • 3403 • 09 352 678 	<ul style="list-style-type: none"> • 46% • 43% • 29% • 28% • 24% • 17% • 16% • 7%
<p>4.8. Si vous utilisez un téléphone fixe, pensez-vous qu'il est possible de conserver votre numéro de téléphone même si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?</p>		<p>4.7. Si vous utilisez un téléphone fixe, pensez-vous qu'il est possible de conserver votre numéro de téléphone même si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?</p>		<p>4.7. Si vous utilisez un téléphone fixe, pensez-vous qu'il est possible de conserver votre numéro de téléphone même si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Pas d'application • Ne sait pas • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 50% • 26% • 19% • 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Ne sait pas • Pas d'application • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 68% • 18% • 9% • 5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Ne sait pas • Pas d'application • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 67% • 19% • 9% • 4%

4.10. Pensez-vous qu'il est possible de conserver votre numéro de GSM même si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?		4.8. Pensez-vous qu'il est possible de conserver votre numéro de GSM même si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?		4.8. Pensez-vous qu'il est possible de conserver votre numéro de GSM même si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?	
<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Ne sait pas • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 78% • 15% • 7% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Ne sait pas • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 83% • 13% • 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Ne sait pas • Non 	<ul style="list-style-type: none"> • 82% • 13% • 5%
4.9. Pour votre GSM, avez-vous principalement recours à...		4.9. Pour votre GSM, avez-vous principalement recours à...		4.9. Pour votre GSM, avez-vous principalement recours à...	
<ul style="list-style-type: none"> • Abonnement • Carte prépayée 	<ul style="list-style-type: none"> • 68% • 32% 	<ul style="list-style-type: none"> • Abonnement • Carte prépayée 	<ul style="list-style-type: none"> • 71% • 29% 	<ul style="list-style-type: none"> • Abonnement • Carte prépayée 	<ul style="list-style-type: none"> • 75% • 25%
4.11. Savez-vous quand vous pouvez résilier votre abonnement GSM actuel sans frais?		4.10. Selon vous à quelle(s) condition(s) pouvez-vous résilier votre abonnement GSM actuel sans frais?		4.10. Selon vous à quelle(s) condition(s) pouvez-vous résilier votre abonnement GSM actuel sans frais?	
<ul style="list-style-type: none"> • À l'échéance moyennant préavis • Ne sait pas • À l'échéance sans préavis • Lors d'une hausse de prix • À tout moment sans préavis • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 40% • 35% • 16% • 11% • 9% • 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas • Sans préavis à tout moment • A l'échéance moyennant préavis • Sans préavis après une durée minimum • Lors d'une hausse de prix • Avec préavis à tout moment • Sans préavis à l'échéance • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 24% • 20% • 18% • 17% • 16% • 16% • 9% • 0.5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas • Sans préavis à tout moment • Lors d'une hausse de prix • A l'échéance moyennant préavis • Sans préavis après une durée minimum • Avec préavis à tout moment • Sans préavis à l'échéance • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 25% • 24% • 20% • 17% • 17% • 15% • 11% • 2%

		4.11. Selon vous, après quelle durée minimum à dater du début du contrat pouvez-vous résilier votre abonnement GSM actuel sans frais?	4.11. Selon vous, après quelle durée minimum à dater du début du contrat pouvez-vous résilier votre abonnement GSM actuel sans frais?
		<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas • Pas de minimum • 6 mois • 1 an • 2 ans • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 37% • 21% • 18% • 16% • 7% • 1%
		<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas • Pas de minimum • 6 mois • 1 an • 2 ans • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 38% • 27% • 15% • 13% • 5% • 2%
4.12. Votre contrat d'abonnement de GSM est-il...			
<ul style="list-style-type: none"> • Durée déterminée • Durée indéterminée • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 47% • 38% • 19% 		
4.13. Pour votre Internet à domicile, utilisez-vous l'adresse e-mail mise à disposition par votre opérateur avec votre propre nom?		4.12. Pour votre Internet à domicile, utilisez-vous l'adresse e-mail mise à disposition par votre opérateur avec votre propre nom?	4.12. Pour votre Internet à domicile, utilisez-vous l'adresse e-mail mise à disposition par votre opérateur avec votre propre nom?
<ul style="list-style-type: none"> • Non • Oui, unique adresse • Oui, adresse principale • Oui, adresse secondaire • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 44% • 29% • 16% • 8% • 5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non • Oui, unique adresse • Oui, adresse principale • Oui, adresse secondaire • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 47% • 22% • 14% • 9% • 7%
		<ul style="list-style-type: none"> • Non • Oui, unique adresse • Oui, adresse principale • Oui, adresse secondaire • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 48% • 21% • 14% • 10% • 7%

4.14. Si vous avez une adresse e-mail avec votre nom mise à disposition par votre opérateur, pensez-vous qu'il vous est possible de conserver cette adresse si vous n'êtes plus client chez cet opérateur?		4.13. Si vous avez une adresse e-mail avec votre nom mise à disposition par votre opérateur, pensez-vous qu'il vous est possible de conserver cette adresse lorsque vous n'êtes plus client chez cet opérateur?		4.13. Si vous avez une adresse e-mail avec votre nom mise à disposition par votre opérateur, pensez-vous qu'il vous est possible de conserver cette adresse lorsque vous n'êtes plus client chez cet opérateur?	
<ul style="list-style-type: none"> • Non • Ne sait pas », • Oui, indéterminée • Oui, 1 mois • Oui, 6 mois • Oui, quelques jours 	<ul style="list-style-type: none"> • 61% • 21% • 13% • 4% • 3% • 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas si on peut la conserver • Non • Ne sait pas si a une telle adresse • Oui, indéterminée • Oui, 6 mois • Oui, 1 mois • Oui, quelques jours 	<ul style="list-style-type: none"> • 41% • 33% • 13% • 8% • 3% • 1% • 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas si on peut la conserver • Non • Ne sait pas si a une telle adresse • Oui, indéterminée • Oui, 6 mois • Oui, 1 mois • Oui, quelques jours 	<ul style="list-style-type: none"> • 38% • 32% • 14% • 10% • 4% • 2% • 0,4%
4.15. Dans quelle mesure considérez-vous que la vitesse de votre connexion à Internet correspond à la vitesse annoncée par votre opérateur?		4.14. Dans quelle mesure considérez-vous que la vitesse de votre connexion à Internet correspond à la vitesse annoncée par votre opérateur?		4.14. Dans quelle mesure considérez-vous que la vitesse de votre connexion à Internet correspond à la vitesse annoncée par votre opérateur?	
<ul style="list-style-type: none"> • La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée • Sans avis • Médiane 	<ul style="list-style-type: none"> • 83% • 17% • 7 	<ul style="list-style-type: none"> • La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée • Sans avis • Médiane 	<ul style="list-style-type: none"> • 79% • 21% • 7 	<ul style="list-style-type: none"> • La vitesse de connexion correspond à la vitesse annoncée • Sans avis • Médiane 	<ul style="list-style-type: none"> • 79% • 21% • 6
4.16. Selon vous, quelle est la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter vos e-mails à domicile?		4.15. Selon vous, quelle est la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter vos e-mails à domicile?		4.15. Selon vous, quelle est la vitesse de connexion minimum nécessaire pour surfer sur le Web et consulter vos e-mails à domicile (pas pour télécharger des vidéos ou des films)?	
<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 67% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 68% 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 66%

<ul style="list-style-type: none"> • 10Mbps • 20Mbps • 2Mbps • 50Mbps 	<ul style="list-style-type: none"> • 11% • 10% • 7% • 6% 	<ul style="list-style-type: none"> • 10Mbps • 20Mbps • 2Mbps • 50Mbps 	<ul style="list-style-type: none"> • 11% • 9% • 8% • 5% 	<ul style="list-style-type: none"> • 10Mbps • 20Mbps • 2Mbps • 50Mbps 	<ul style="list-style-type: none"> • 10% • 10% • 9% • 6%
<p>4.17. Lorsque vous avez souscrit à une offre Internet à domicile, comment avez-vous déterminé la vitesse de connexion dont vous avez besoin? Plusieurs réponses possibles.</p>		<p>4.16. Lorsque vous avez souscrit à une offre Internet à domicile, comment avez-vous déterminé la vitesse de connexion dont vous avez besoin?</p>		<p>4.16. Lorsque vous avez souscrit à une offre Internet à domicile, comment avez-vous déterminé la vitesse de connexion dont vous avez besoin?</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Incluse dans un pack, • Offre internet pas choisie en fonction de la vitesse de connexion • Ne sait pas • Conseillée par le vendeur • Conseillée par la famille / les amis • Pouvoir accéder instantanément à une page web • Pour regarder des vidéos en ligne • Suffisante pour faire du télétravail • Suffisante pour jouer en réseau • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 42% • 21% • 12% • 11% • 11% • 10% • 9% • 6% • 6% • 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Inclue dans un pack • Conseillée par le vendeur • Conseillée par la famille / les amis • Pour regarder des vidéos en ligne • Pouvoir accéder instantanément à une page web • Offre Internet pas choisie en fonction de la vitesse de connexion • Suffisante pour faire du télétravail • Suffisante pour jouer en réseau • Autre • Pas eu le choix à cause des limitations techniques • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 47% • 14% • 12% • 10% • 9% • 9% • 5% • 5% • 2% • 1% • 0% 	<ul style="list-style-type: none"> • Inclue dans un pack • Offre Internet pas choisie en fonction de la vitesse de connexion • Ne sait pas • Conseillée par le vendeur • Pour regarder des vidéos en ligne • Pouvoir accéder instantanément à une page web • Conseillée par la famille / les amis • Suffisante pour faire du télétravail • Suffisante pour jouer en réseau • Pas eu le choix à cause des limitations techniques • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 40% • 21% • 15% • 12% • 10% • 10% • 9% • 7% • 5% • 5% • 2%

5.1. Lorsque vous cherchez un numéro de téléphone, consultez-vous le plus souvent.		5.1. Lorsque vous cherchez un numéro de téléphone, consultez-vous...		5.1. Lorsque vous cherchez un numéro de téléphone, consultez-vous...	
<ul style="list-style-type: none"> • Annuaire en ligne • Pages blanches version papier • Moteur de recherche • Pages jaunes version papier • Service de renseignement par téléphone • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 42% • 40% • 38% • 28% • 25% • 2% 	<ul style="list-style-type: none"> • Moteur de recherche • Annuaire en ligne • Pages blanches version papier • Service de renseignement par téléphone • Pages jaunes version papier • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 49% • 49% • 37% • 26% • 25% • 2% 	<ul style="list-style-type: none"> • Moteur de recherche • Annuaire en ligne • Pages blanches version papier • Service de renseignement par téléphone • Pages jaunes version papier • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 49% • 47% • 34% • 25% • 24% • 2%
5.2. Ces trois dernières années, avez-vous appelé les services de renseignements par téléphone en Belgique?		5.2. Ces trois dernières années, avez-vous appelé les services de renseignements par téléphone en Belgique?		5.2. Ces trois dernières années, avez-vous appelé les services de renseignements par téléphone en Belgique?	
<ul style="list-style-type: none"> • Plusieurs fois • 1 fois • Jamais • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 33% • 15% • 46% • 6% 	<ul style="list-style-type: none"> • Plusieurs fois • 1 fois • Jamais • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 33% • 12% • 50% • 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Plusieurs fois • 1 fois • Jamais • Ne sait pas 	<ul style="list-style-type: none"> • 29% • 13% • 51% • 7%
5.3. Consultez-vous les pages d'information (numéros d'appel d'urgence, Télé-Accueil, Child Focus, etc.) contenues dans les annuaires papiers?		5.3. A quelle fréquence, consultez-vous les pages d'information (numéros d'appel d'urgence, Télé-Accueil, Child Focus, etc.) contenues dans les annuaires papier?		5.3. A quelle fréquence, consultez-vous les pages d'information (numéros d'appel d'urgence, Télé-Accueil, Child Focus, etc.) contenues dans les annuaires papier?	
<ul style="list-style-type: none"> • +1 fois/semaine • Plusieurs fois/semaine • Plusieurs fois/an • Rarement 	<ul style="list-style-type: none"> • 0.4% • 0.6% • 5% • 21% 	<ul style="list-style-type: none"> • +1 fois/semaine • Plusieurs fois/semaine • Plusieurs fois/an • Rarement 	<ul style="list-style-type: none"> • 0.3% • 0.8% • 4% • 33% 	<ul style="list-style-type: none"> • +1 fois/semaine • Plusieurs fois/semaine • Plusieurs fois/an • Rarement 	<ul style="list-style-type: none"> • 0,2% • 1% • 6% • 34%

• Jamais	• 73%	• Jamais	• 62%	• Jamais	• 60%
<i>5.4. Selon vous, est-il nécessaire de maintenir une version papier de l'annuaire des pages blanches sachant qu'une version électronique est disponible gratuitement sur Internet?</i>		<i>5.4. Selon vous, est-il nécessaire de maintenir une version papier de l'annuaire des pages blanches sachant qu'une version électronique est disponible gratuitement sur Internet?</i>			
• Annuaire papier gratuit • Annuaire gratuit sur demande • Annuaire papier payant • Non, la version électronique suffit • Ne sait pas	• 27% • 40% • 2% • 28% • 4%	• Annuaire papier gratuit • Annuaire gratuit sur demande • Annuaire papier payant • Non, la version électronique suffit • Ne sait pas	• 23% • 41% • 0.8% • 32% • 3%		
<i>5.5. Dans les trois dernières années, avez-vous utilisé une cabine téléphonique en Belgique?</i>		<i>5.5. Dans les trois dernières années, avez-vous utilisé une cabine téléphonique en Belgique?</i>			
• Oui • Non	• 8% • 92%	• Oui • Non	• 7% • 93%		
<i>5.6. Pensez-vous qu'il est nécessaire de garder les cabines téléphoniques en Belgique?</i>		<i>5.6. Pensez-vous qu'il est nécessaire de garder les cabines téléphoniques en Belgique malgré le coût que cela représente?</i>			
• Partout • En ville • A la campagne • Autre • Non • Sans avis	• 44% • 9% • 6% • 3% • 20% • 18%	• Partout • En ville • A la campagne • Autre • Non • Sans avis	• 64% • 14% • 19% • 4% • 0% • 0%		

		5.6.1. Si oui, dans quel but souhaiteriez-vous les garder?			
		<ul style="list-style-type: none"> • En cas d'urgence • C'est un service publique • En cas de coupure du réseau mobile • Elles sont déjà là • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 69% • 59% • 48% • 11% • 5% 		
5.7. Savez-vous à quelles conditions il est possible de bénéficier d'un tarif social?		5.7. Savez-vous à quelles conditions il est possible de bénéficier d'un tarif social?		5.4. Savez-vous à quelles conditions il est possible de bénéficier d'un tarif social?	
<ul style="list-style-type: none"> • Personnes handicapées • Revenus réduits • Personnes âgées • Non, ne sait pas de quoi il s'agit • Jeunes (<18 ans) • Autre • Médecins • Fonctionnaires 	<ul style="list-style-type: none"> • 50% • 45% • 37% • 28% • 5% • 2% • 1% • 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Personnes handicapées • Revenus réduits • Personnes âgées • Non, ne sait pas de quoi il s'agit • Non, je ne connais pas les conditions à remplir • Jeunes (<18 ans) • Fonctionnaires • Médecins • Autre 	<ul style="list-style-type: none"> • 49% • 46% • 34% • 18% • 16% • 4% • 0.6% • 0.6% • 0% 	<ul style="list-style-type: none"> • Personnes handicapées • Revenus réduits • Personnes âgées • Non, ne sait pas de quoi il s'agit • Non, je ne connais pas les conditions à remplir • Fonctionnaires • Jeunes (<18 ans) • Autre • Médecins 	<ul style="list-style-type: none"> • 45% • 41% • 34% • 18% • 15% • 2% • 2% • 2% • 1%
5.8. Bénéficiez-vous d'un tarif social pour certains services de télécommunications ?		5.8. Bénéficiez-vous d'un tarif social pour certains services de télécommunications?		5.5. Bénéficiez-vous d'un tarif social pour certains services de télécommunications?	
<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non, crois y avoir droit mais pas fait la demande 	<ul style="list-style-type: none"> • 8% • 7% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non, crois y avoir droit mais pas fait la demande 	<ul style="list-style-type: none"> • 5% • 5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Oui • Non, crois y avoir droit mais pas fait la demande 	<ul style="list-style-type: none"> • 7% • 5%

<ul style="list-style-type: none"> • Non, pense ne pas pouvoir en bénéficié • Ne sait pas de quoi il s'agit 	<ul style="list-style-type: none"> • 56% • 30% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non, pense ne pas pouvoir en bénéficié • Ne sait pas de quoi il s'agit 	<ul style="list-style-type: none"> • 57% • 33% 	<ul style="list-style-type: none"> • Non, pense ne pas pouvoir en bénéficié • Ne sait pas de quoi il s'agit 	<ul style="list-style-type: none"> • 52% • 36%
---	--	---	--	---	--

