

Communiqué de presse - mars 2012

### ETUDE JECHANGE.FR

## L'arrivée de FREE MOBILE est source de plus de complexité

**Si le lancement de FREE MOBILE a indéniablement marqué une baisse du coût des abonnements de téléphonie mobile et un événement majeur du secteur il est moins évident que cette nouvelle offre réponde au souhait annoncé de « clarifier le marché » et « de s'affirmer comme le moins cher ».**

**La compréhension des offres d'abonnement à la téléphonie mobile par les consommateurs n'a pas progressé, elles plus complexe que jamais.**

Au-delà de la polémique sur la qualité du réseau du nouvel opérateur, JeChange.fr le comparateur des factures courantes, a réalisé auprès de Harris Interactive une enquête pour mesurer l'impact de l'entrée de Free dans la téléphonie mobile sur les représentations des Français concernant ce marché qui dispose d'un lien étroit avec leur quotidien immédiat. Il s'agissait d'évaluer l'image des opérateurs « historiques » après l'arrivée de Free sur le marché de la téléphonie mobile, et d'appréhender l'impact en termes de clarté que les Français attribuent à cette arrivée.

L'étude réalisée met en avant plusieurs constats :

### Des offres toujours plus complexes à comparer.

Si on écoute les consommateurs, **l'arrivée de FREE n'a fait que complexifier la compréhension du marché et les critères de comparaison.**

- **Huit Français sur dix ont le sentiment que** le bouleversement du marché de la téléphonie mobile causé par **l'arrivée de FREE MOBILE n'a pas réellement clarifié les tarifications des différents opérateurs (72%).**
- Pire, pour plus de 11 % d'entre eux, le **4ème opérateur vient complexifier leur choix**, et ces derniers considèrent qu'il les a rendues moins claires qu'auparavant.

Il apparaît nettement que les consommateurs interrogés ne comprennent pas plus les offres de FREE MOBILE que celles de la concurrence. La volonté affichée de FREE MOBILE de simplifier les offres n'a donc pas été comprise.

Le sentiment de dégradation est particulièrement partagé par ceux qui font aujourd'hui état d'une mauvaise image des différents opérateurs, et tout particulièrement parmi ceux qui témoignent d'une mauvaise image de FREE (16 %).



On gagne toujours à comparer

Enfin, l'étude JeChange.fr démontre que la propension à estimer que la clarté des tarifications n'a pas évolué est plus élevée parmi les femmes (74 %) et les personnes les plus âgées (76 % des 65 ans et plus).

« **La fin de l'embrouille n'est donc pas pour aujourd'hui !** » plus que jamais le consommateur, gagne à comparer.

## Pas d'impact sur les marques

L'autre enseignement de notre étude repose **sur l'absence de préjudice d'image généré** par l'arrivée du 4ème opérateur.

Lors du lancement de FREE MOBILE, Xavier Niel avait fortement insisté sur fait que **les clients ont été des pigeons**. JECHANGE.FR a voulu regarder si ce discours avait créé une prise de conscience et un désamour entre les consommateurs et leurs marques.

A ce jour, l'image des marques des opérateurs historiques n'a pas été victime du lancement de FREE MOBILE.

Après le lancement de l'offre de FREE MOBILE, **les principaux opérateurs téléphoniques continuent de jouir d'une bonne image auprès de six à sept Français sur dix**, et cette image est plus positive encore (supérieure à 85%) auprès de ceux qui indiquent aujourd'hui être abonnés à une de leurs offres.

Qu'il s'agisse de SFR, Orange ou Bouygues Telecom, les opérateurs historiques du marché de la téléphonie mobile disposent d'une image positive auprès d'au moins six Français sur dix : 69 % des personnes interrogées déclarent ainsi avoir une bonne image de SFR, dont 13 % affirment même en avoir une « très bonne image », contre 28 % indiquant plutôt en avoir une mauvaise image ; 66 % déclarent porter un regard positif sur Orange, dont 15 % affirment même en avoir une « très bonne image », contre 31 % qui en ont une mauvaise image (dont 10 % une « très mauvaise image ») ; enfin, 61 % des Français indiquent avoir une bonne image de Bouygues Telecom, dont 8 % une « très bonne image », contre 36 % une mauvaise image.

## Tels des cocus magnifiques les consommateurs n'ont pas de rancœur envers les marques

Nonobstant les problèmes de connexion, **Free dispose également d'une image majoritairement positive aujourd'hui : avec 62 % de bonne image**, dont 14 % de « très bonne image », Free est certes jugé un peu moins positivement que SFR et Orange, mais sensiblement au même niveau que Bouygues Telecom.

De même les abonnés FREE MOBILE ont une très grande indulgence vis-à-vis de FREE qui ne pâtit pas des erreurs de lancement et des couacs de son réseau. **Ses abonnés sont ainsi 95 % à déclarer avoir une bonne image de leur opérateur.**

Des scores élevés mais qui montrent tout de même que **près d'1/3 des consommateurs n'aime pas leur opérateur**, un score auquel FREE est lui aussi confronté, lui qui ne recueille que 62 % d'avis positifs.

# Je CHANGE.fr

## On gagne toujours à comparer

Le résultat de cette étude démontre avec force :

- un besoin plus que jamais affirmé de disposer d'aide pour choisir et trouver les meilleures offres de téléphonie mobile
- le sentiment que l'arrivée du 4ème opérateur n'aide pas les consommateurs à mieux comprendre les offres du marché
- l'attachement des consommateurs aux marques

Loin de changer la donne, le lancement de FREE MOBILE et la migration de 2M de clients ne doit pas laisser croire que c'est le « dernier qui a parlé qui est le moins cher » ni que les jeux sont faits. On gagne toujours à comparer...

L'ensemble de l'étude est disponible sur [www.jechange.fr](http://www.jechange.fr)

### A propos de JeChange.fr

Fondé et dirigé par Gaël Duval, JeChange.fr est le premier site généraliste qui propose gratuitement aux consommateurs un service de comparaison et de souscription aux offres de prestataires de services spécialisés dans les secteurs de la banque, de l'épargne, de l'assurance, du crédit, de l'énergie (gaz et/ou électricité), de la téléphonie mobile et de l'accès à Internet). JeChange.fr est un comparateur gratuit, qui aide le consommateur à déterminer ses besoins via le site ou par téléphone, par l'intermédiaire d'un conseiller spécialisé. Son modèle économique repose sur un principe de commissionnement : les opérateurs rémunèrent JeChange.fr au nombre d'internautes qui souscrivent une offre après être passés chez JeChange.fr. Ainsi, les conseils donnés sont indépendants de tout accord commercial. Cette stratégie permet à JeChange.fr de fournir aux consommateurs une comparaison personnalisée et indépendante.

Cette politique garantit une totale transparence et une complète sécurité pour le consommateur.

Jechange.fr a reçu le Prix de la meilleure campagne de publicité pour son spot de publicité lors des Favor'i 2011

### A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6ème rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter [www.harrisinteractive.fr](http://www.harrisinteractive.fr)

JeChange.fr

15 rue Drouot 75009 PARIS | Tel : 01.78.09.96.70

SA au capital de 90 880,3 euros | RCS Paris B 493 542 880



On gagne toujours à comparer

## CONTACT PRESSE JECHANGE.FR :

**Eléonore Verrier** – 01 78 09 96 70 - [presse@jechange.fr](mailto:presse@jechange.fr)

(1) Enquête réalisée en ligne du 21 au 22 mars 2012. Echantillon de 1474 individus représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus, à partir de l'access panel Harris Interactive.