



L'OBSERVATOIRE DES RÉSILIATIONS 2020

Assurances automobile & habitation - Internet & Mobile

Bouquets TV & Presse - Salles de sport

RESILIER.COM

INTRO

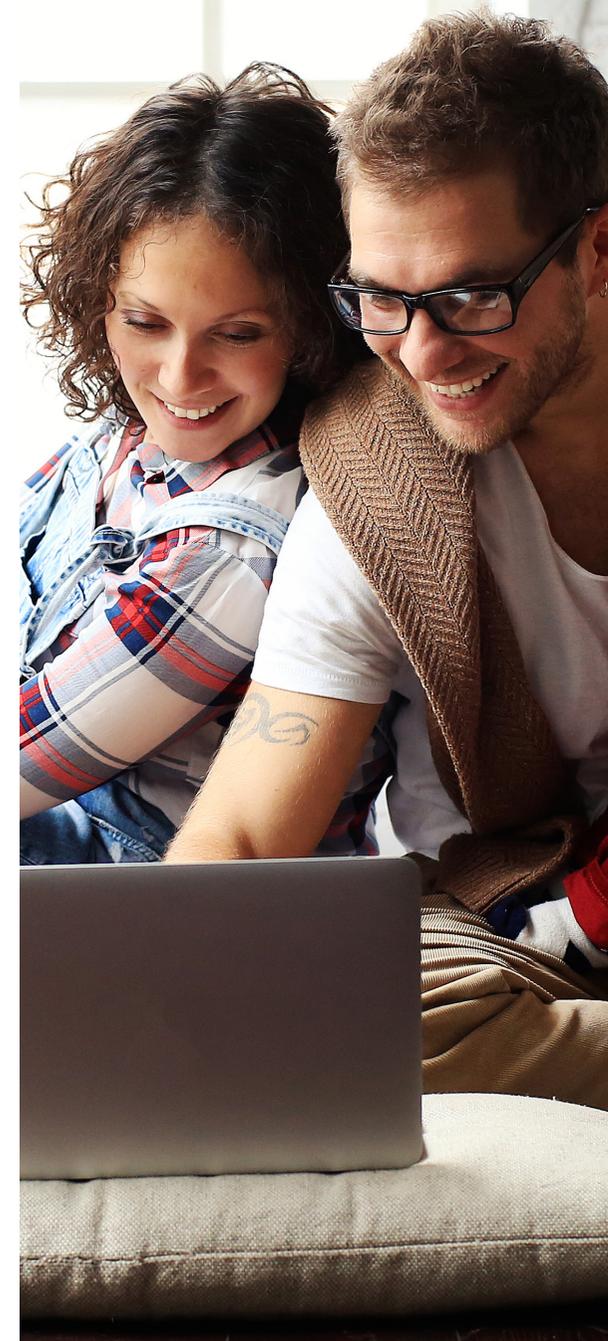
Leader de la résiliation en France, Resilier.com vous permet de personnaliser et d'envoyer votre lettre de résiliation en recommandé, directement en ligne.

Forts de cette expertise, nous élaborons chaque année notre observatoire des résiliations. Cet état des lieux s'appuie sur les lettres envoyées en recommandé avec accusé de réception avec notre service. Si ce bilan ne prétend pas être le reflet exact de la totalité des résiliations pour différentes raisons (résiliations dues à la loi Hamon, portabilité des numéros fixes et mobile), il permet toutefois d'en faire une synthèse représentative.

On y retrouve notamment les principaux motifs qui décident les utilisateurs à résilier, et quels critères priment pour souscrire un nouveau contrat.

SOMMAIRE

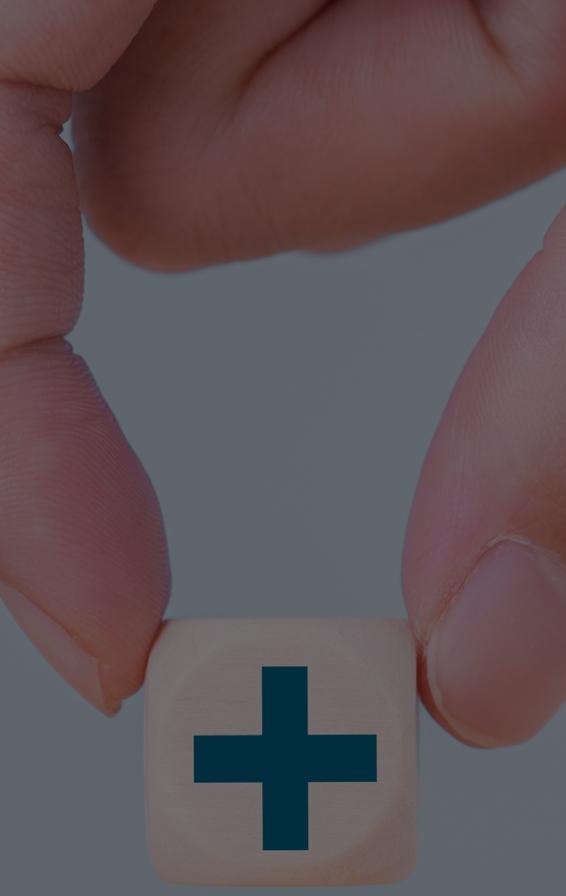
- 3** | **ASSURANCES**
Un monde plus risqué
- 6** | **INTERNET & MOBILE**
Une nouvelle ère numérique
- 13** | **BOUQUET TV**
La conquête du petit écran
- 16** | **SALLES DE SPORT**
Un secteur à bout de souffle
- 19** | **PRESSE**
Entre résistance et innovation
- 22** | **CONCLUSION**



ASSURANCES

UN MONDE
PLUS
RISQUÉ





UN MONDE PLUS RISQUÉ

L'effet COVID

Le secteur des assurances n'a malheureusement pas échappé à la crise sanitaire et ses lourdes conséquences. Les assurés comme les assureurs ont été impactés par cette situation inédite. Ces derniers ont vu leur image dégradée et ont dû faire face à des rivalités commerciales.

Dans ce contexte plus qu'incertain, les résiliations furent en forte hausse en 2020, notamment pour les couvertures facultatives. Ces ruptures de contrat s'expliquent essentiellement par les difficultés financières des souscripteurs. Elles entraînent alors une baisse des primes pour les compagnies. De nouveaux risques émergent également, et sont directement liés aux effets du coronavirus. Les assurances sont transparentes sur ce point : il est impossible de prendre entièrement en charge le "risque Covid" étant donné son ampleur.

Côté bonnes nouvelles, les mutuelles ont pour leur part fait l'objet d'un nouveau décret au mois de décembre dernier. Leur résiliation est aujourd'hui facilitée. Vous pouvez désormais mettre fin à votre complémentaire santé à tout moment après un an, sans frais ni justificatif. Une continuité de la loi Hamon déjà appliquée à d'autres contrats (auto, habitation ou emprunteur).

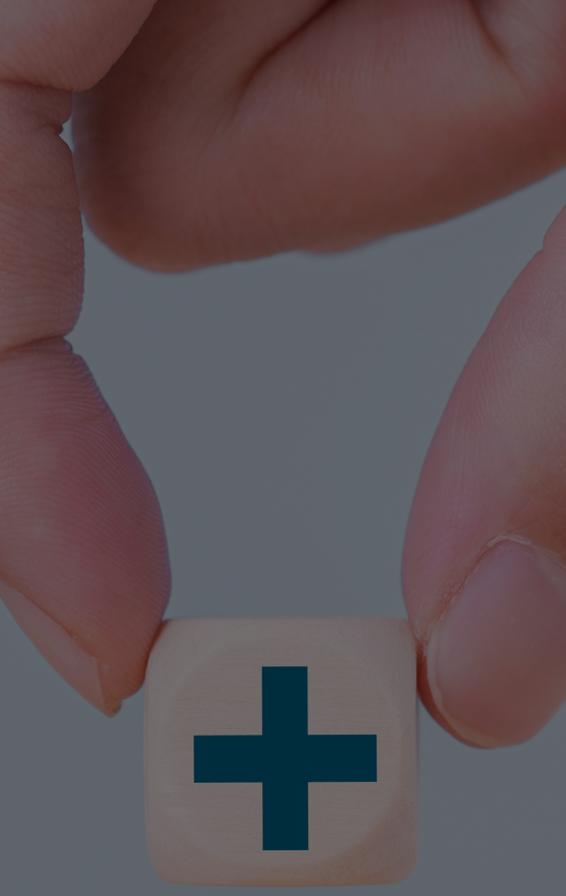
Des couvertures en perte de vitesse

Près de la moitié des résiliations d'assurances auto et habitation (45%) sont liées à des motifs légitimes. L'inutilisation ou l'insatisfaction du service sont aussi notables (17%). Ces deux indicateurs font partie des nombreuses répercussions de la crise sanitaire.

La rupture des contrats auto s'explique d'abord par les déplacements beaucoup plus limités des Français par rapport à l'année précédente. Beaucoup de personnes furent en effet en télétravail ou en chômage partiel durant de longs mois et ne se rendirent plus sur leur lieu de travail. La fermeture de certains lieux publics ou de loisirs explique aussi ce changement, ainsi que la baisse voire l'arrêt des voyages. Résultat, les assurés préfèrent vendre leur véhicule devenu inutile. Enfin, la hausse des primes ou le refus de négocier le prix influent aussi cette décision.

La situation est sensiblement la même pour les assurances habitation. Depuis la fermeture des universités, les logements étudiants sont désertés. Les déménagements sont de plus en plus fréquents, notamment dans les grandes villes. Entre le mois de mars et avril, plus de 450 000 Parisiens ont ainsi quitté la capitale pour la province.

On constate également que les adhérents trouvent le prix de ces couvertures toujours plus élevé (12%). Une situation qui ne risque pas de s'améliorer : les cotisations pourraient bien encore augmenter en 2021. Disposant d'un plus petit budget, les assurés optent alors pour une offre concurrente moins chère (9%) et font appel à des comparateurs de prix.



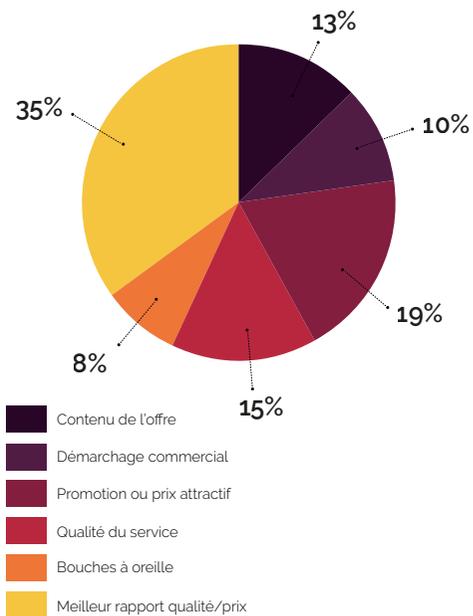
UN MONDE PLUS RISQUÉ

Un nouveau modèle d'assurance

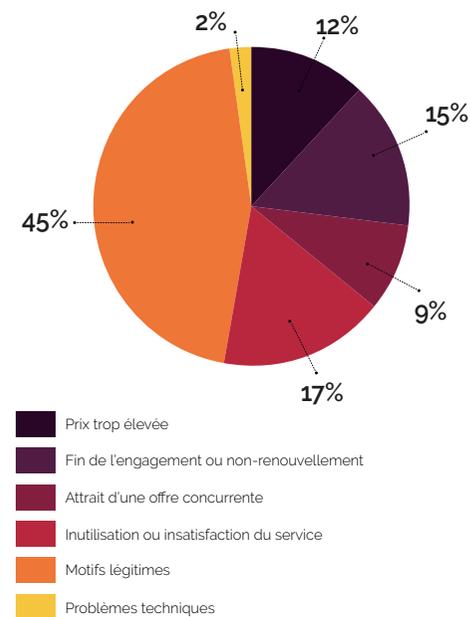
La résiliation étant liée à un tarif trop onéreux, les assurés préfèrent naturellement se tourner vers des assureurs moins chers (19%), offrant un meilleur rapport qualité/prix (35%). Les assureurs en ligne combinent ces 2 critères. Leur particularité est de garantir une relation client continue et instantanée, grâce à l'introduction de nouveaux modes de communication (chat, messenger, etc.). Un véritable bouleversement du marché, qui a permis une remise en question des assureurs plus "traditionnels".

Une importance est également accordée à la qualité du service (15%) et au contenu de l'offre (13%). L'assurance doit pouvoir proposer des garanties, des services supplémentaires, partenariats exclusifs, etc.).

Les motifs de souscription d'une assurance auto et habitation



Les motifs de résiliation d'une assurance auto et habitation



INTERNET & MOBILE

UNE NOUVELLE ÈRE NUMÉRIQUE



Des Français surconnectés

L'année 2020 mit encore plus en exergue la nécessité et la puissance des réseaux internet et mobile. Le pays dénombrait 30,3 millions d'abonnements Internet à haut et très haut débit sur réseau fixe au troisième trimestre 2020 selon l'Arcep, soit une croissance de 215 000 abonnements au cours du dernier trimestre et de 685 000 abonnements sur un an (+2,3%).

Sans surprise, la pandémie n'est pas étrangère à cette hausse. Confinés, contraints à télétravailler et à communiquer via les réseaux sociaux ou avec leur smartphone, les Français furent ultra-connectés ces 12 derniers mois. Le risque de saturation fut alors accru, notamment dans les grandes villes. Tous les membres de la famille utilisent en effet la même connexion, notamment les plus jeunes pour les cours en ligne, les SVOD ou les jeux en réseau. Prenant conscience de cette dépendance à leur connexion internet, les Français sont aujourd'hui à la recherche d'un débit suffisamment puissant, qui puisse être adapté à cette utilisation quotidienne.

Pour faciliter cette révolution numérique, l'arrivée de la 5G arrive à point nommé. De plus en plus d'opérateurs ont ainsi ouvert des sites, comme Orange, Free ou SFR. Rapide et performante, la fibre fait également de plus en plus d'adeptes (700 000 abonnements souscrits au deuxième trimestre).

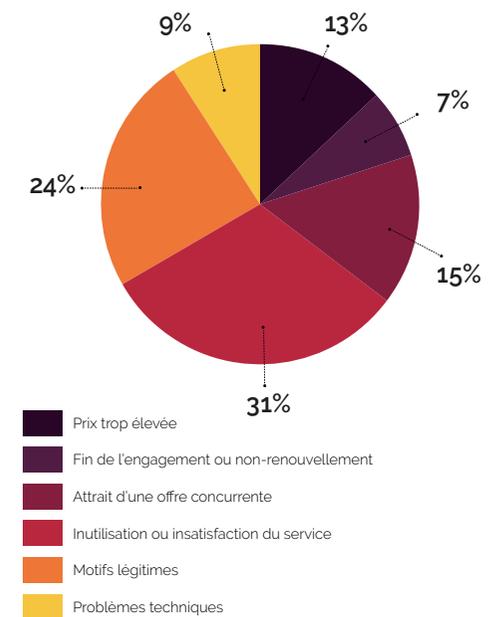
L'importance de la relance client

L'insatisfaction du service est le motif de résiliation le plus récurrent d'une box internet ou d'un forfait mobile (31%). La relation client est en effet essentielle aux yeux des utilisateurs, qui ne se sentent pas toujours accompagnés en cas de problème. De plus en plus utilisé par les opérateurs, le démarchage téléphonique intempestif déclenche également de nombreux désabonnements. Les motifs légitimes sont aussi très représentés (24%). Ces cas exceptionnels sont principalement liés aux changements des habitudes des Français en période de covid. Avec un budget nettement plus limité, ces derniers se tournent vers la concurrence (15%), ou estiment que le prix de leur souscription est trop élevé (13%). Après une guerre des prix début 2020, on remarque effectivement une hausse des tarifs en fin d'année. Cette augmentation est surtout liée à un besoin de rentabilité de la part des opérateurs.

Le prix avant tout

Le premier critère qui décident les utilisateurs à souscrire un nouvel abonnement est sans conteste le prix (32%). En plus d'être abordable, le service doit aussi pouvoir fournir un service de qualité (17%) et un contenu attractif (17%). Il est en effet primordial d'avoir un service qui fonctionne, notamment en période de confinement où l'utilisation d'internet est plus importante.

Les motifs de résiliation d'une box internet ou forfait mobile





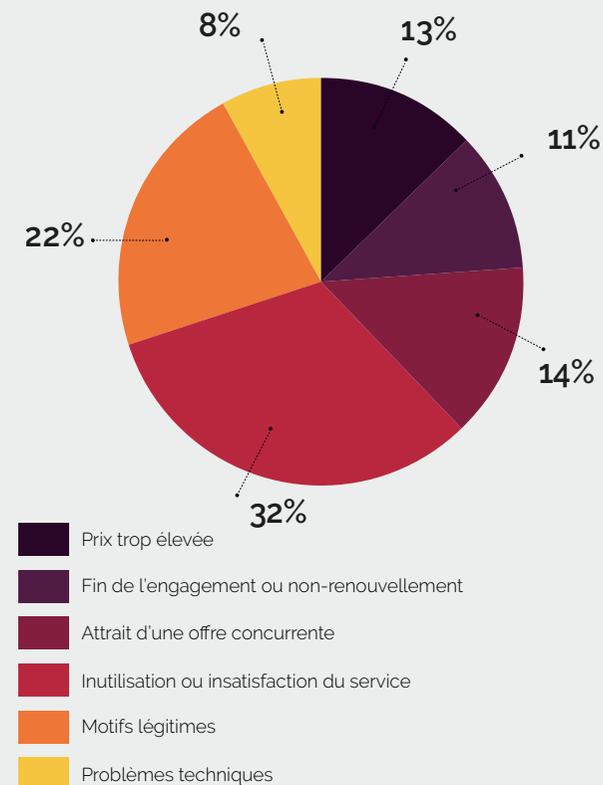
UNE TÉNACITÉ À TOUTE ÉPREUVE

Malgré le contexte sanitaire, SFR a gagné 37 000 abonnés fixe et 100 000 abonnés mobile au cours du deuxième trimestre de 2020. L'opérateur multiplie les promotions attractives, comme sa série limitée de box internet à 10€ par mois lancée au mois d'août.

Comme ses concurrents, l'opérateur n'échappe pas pour autant aux désabonnements. Le principal motif de résiliation est l'insatisfaction du service (32%). Quelques critiques sont notamment faites à l'égard du service client. Ces résiliations sont aussi liées à des motifs légitimes divers (22%). On peut citer l'attrait d'une offre concurrente (14%), dont les opérateurs low cost. Depuis 2019, on constate en outre une hausse des prix des offres internet et mobile de la marque. Ces tarifs jugés trop élevés décident les utilisateurs à rompre leur contrat (13%). Même la marque petit prix du groupe, RED by SFR, est concernée par ces augmentations. En fin d'année, l'opérateur a annoncé que ses abonnements seront de 3€ de plus par mois à partir du mois de janvier 2021.

Selon leur budget et leurs exigences, on remarque que les utilisateurs ayant résilié leur contrat SFR adoptent deux attitudes différentes. Ils peuvent d'abord se tourner vers d'autres opérateurs réputés pour leur service client efficace, comme Orange (30%) ou Bouygues (18%). Ils sont alors prêts à payer davantage si la qualité des interactions avec l'opérateur est au rendez-vous. S'ils sont à la recherche d'un opérateur moins cher, ils jettent plutôt leur dévolu sur Free (33%) et ses prix compétitifs.

Les motifs de résiliation d'un abonnement SFR



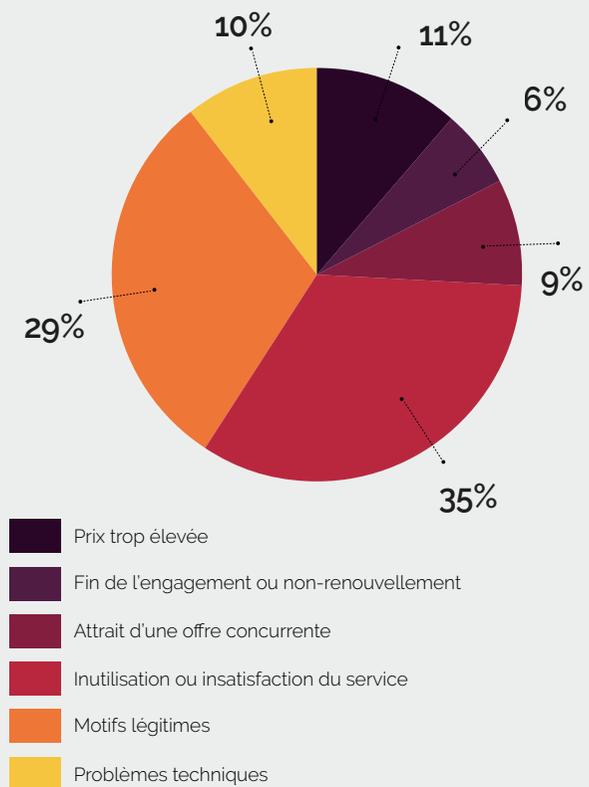
free DES PRIX IMBATTABLES

Surfant toujours sur la vague de la modernité, Free a terminé l'année 2020 en lançant son réseau 5G, qui a pour ambition d'être le plus grand de l'Hexagone. L'opérateur a également lancé l'été dernier la Freebox Pop, qui se démarque par son très haut débit et son décodeur TV Android. Le succès fut au rendez-vous avec près d'un million de ventes.

La notoriété de l'opérateur est toujours au beau fixe, en dépit des ravages économiques du coronavirus. La marque a ainsi enregistré une hausse de 6,7 % de son chiffre d'affaires au deuxième trimestre, soit 1,4 milliard d'euros. Le paradoxe du géant de la télécommunication est qu'il est à la fois très souscrit, mais aussi très résilié. Les clients regrettent surtout le manque d'efficacité du service client. Ce pourcentage est le plus important parmi les opérateurs (35%). On peut par exemple évoquer les problèmes logistiques de l'enseigne, notamment en ce qui concerne la migration vers les offres Freebox Pop.

Les motifs légitimes comptent aussi beaucoup (29%). La question du prix ou de l'attrait d'une offre concurrente sont cependant peu représentés (11% et 9 %) grâce à la compétitivité des prix et des promotions ou ventes privées récurrentes de la marque. Accordant beaucoup d'importance à la réactivité du service client, les utilisateurs préfèrent résilier Free et souscrire des offres Orange et Bouygues (26%). En quête d'un prix encore plus bas, d'autres abonnés migrent quant à eux vers SFR (18%) ou d'autres opérateurs low cost.

Les motifs de résiliation d'un abonnement Free

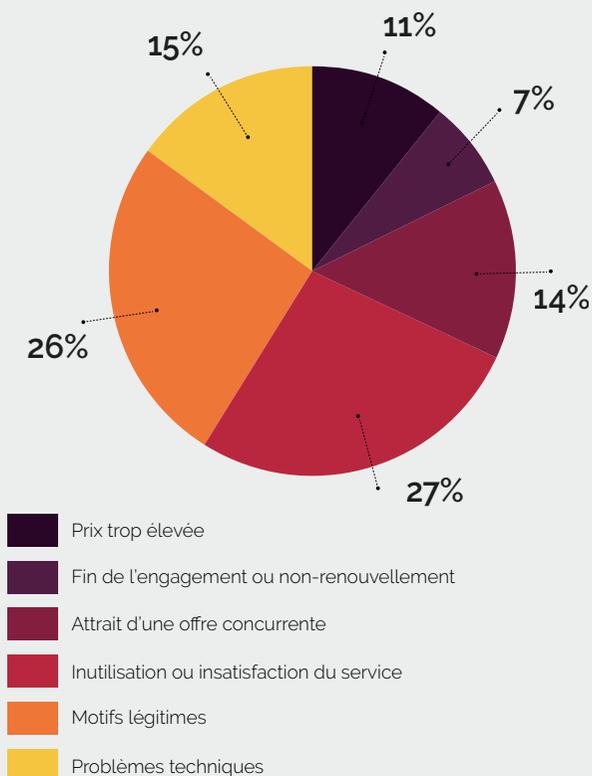


L'été 2020 fut une période fructueuse pour Orange, avec une augmentation du chiffre d'affaires de 0,8% sur un an. Les abonnements fibre ont connu un franc succès avec 360 000 abonnements au troisième trimestre.

Consciente de la popularité des plateformes de streaming, l'opérateur a également lancé une offre proposant l'accès à plusieurs services de SVOD (Netflix et OCS) : Livebox Up. Ce dynamisme et cette offre diversifiée limitent considérablement les désabonnements. La marque fut ainsi l'une des moins résiliées en 2020.

Si les utilisateurs sont globalement satisfaits du service client, certains d'entre eux sont parfois déçus (27%). Avec son statut d'opérateur historique, Orange pratique aussi des tarifs élevés. Ce motif de résiliation (11%) pousse les utilisateurs à souscrire des opérateurs plus accessibles (14%). Parmi ces concurrents, on peut citer Free (41%), SFR (21%) ou d'autres enseignes low cost comme RED by SFR ou Sosh. Dans la même gamme de prix qu'Orange, d'autres abonnés se fient pour leur part à la réputation de Bouygues Telecom (24%).

Les motifs de résiliation d'un abonnement Orange



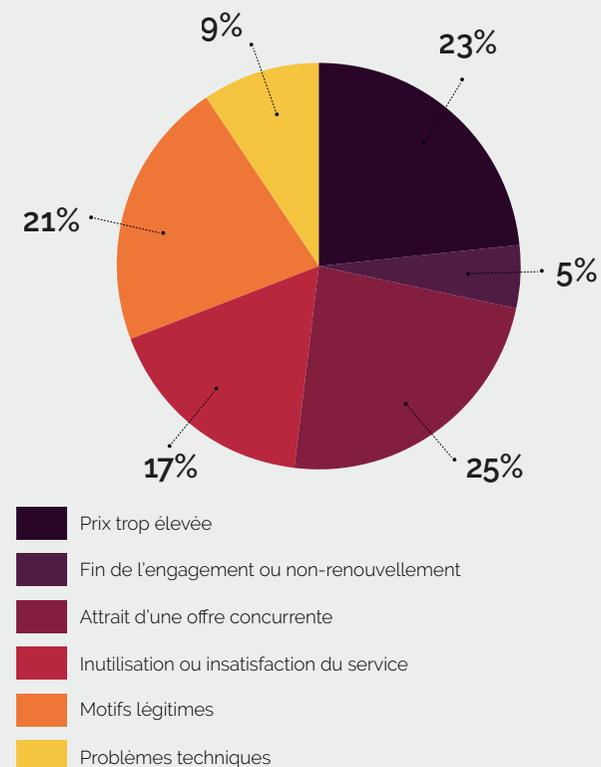
2020 a vu émerger un nouvel objectif pour Bouygues Telecom : rendre la 5G accessible au plus grand nombre. En décembre dernier, l'opérateur affichait ainsi 1 344 sites activés dans tout le pays. Le rachat d'Euro Information Telecom est également bénéfique pour la marque, et lui permet de récupérer 2 millions d'abonnés supplémentaires, soit 14 millions de souscripteurs au total. Pour s'adapter à l'utilisation massive d'internet par les Français, l'opérateur a aussi lancé la Bbox fibre WIFI-6, qui offre une connexion optimisée à la maison.

La grande force de Bouygues Telecom est son taux de résiliation relativement bas (le moins élevé de tous les opérateurs cette année). Cette confiance accordée à l'opérateur s'explique par son bon positionnement, son excellent rapport qualité/prix et sa transparence au sujet de ses offres.

Les tarifs pratiqués peuvent toutefois inciter les utilisateurs à résilier leur offre (23%), tout comme la concurrence toujours plus acharnée (25%). Les promotions sont moins fréquentes, tout comme les ventes privées. Les tarifs sont en hausse par rapport à 2019. L'offre Bbox Must est par exemple passée de 34,99€ à 36,99€ par mois.

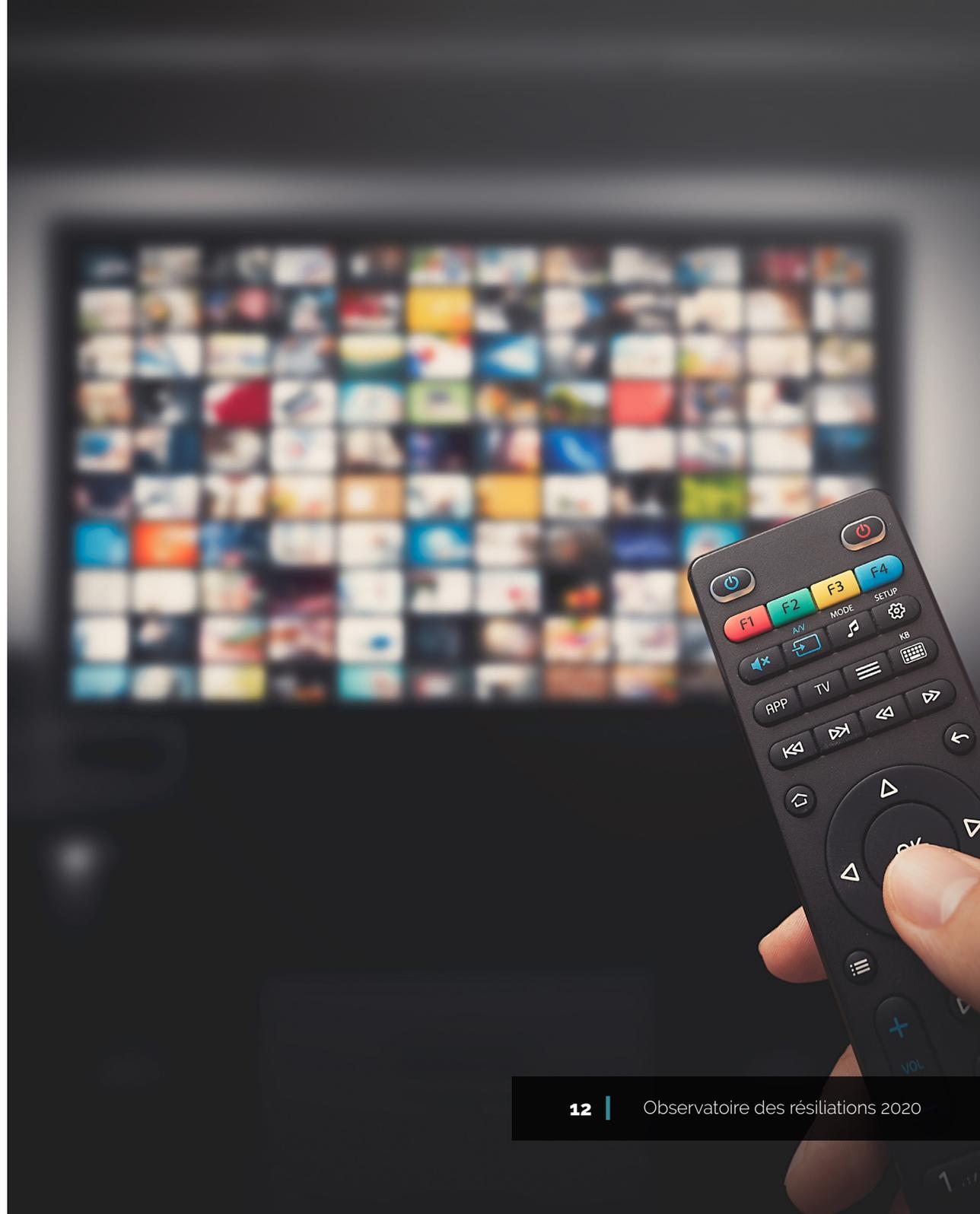
A l'inverse, le motif "insatisfaction" est peu représenté. Cela s'explique surtout par les retours positifs des abonnés concernant le service client. Côté souscriptions, les utilisateurs ont différentes motivations. Ils peuvent d'abord choisir un opérateur moins cher, comme Free (44%), SFR (21%) ou une autre marque low cost. S'ils souhaitent une qualité similaire à celle de Bouygues, ils souscriront également chez Orange (17%) qui offre les mêmes avantages et un positionnement plus proche.

Les motifs de résiliation d'un abonnement Bouygues



BOUQUET TV

LA CONQUÊTE DU PETIT ÉCRAN



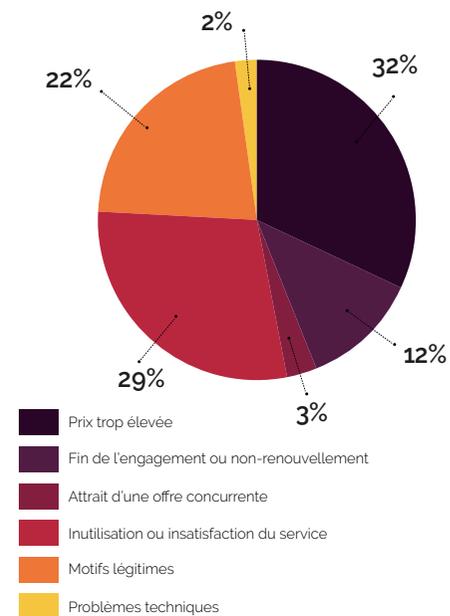
Le streaming du petit écran

L'année 2020 est marquée par l'avance significative des sites de streaming vidéo sur les bouquets TV, que la situation sanitaire n'a fait qu'accentuer. Les abonnements à Netflix, Prime Vidéo Disney + ou autre ont explosé ces derniers mois, notamment lors du premier confinement. 15,8 millions de cinéphiles et sériphiles ont ainsi rejoint le géant américain Netflix entre janvier et mars 2020.

Submergés par cette vague de spécialistes du binge-watching, les abonnements "classiques" du petit écran doivent se réinventer. Le premier motif de désabonnement est sans conteste le prix jugé trop élevé (32% des résiliations). Le budget loisirs des français est en effet plus restreint, suite aux difficultés économiques qu'entraînent la COVID. De nombreux utilisateurs ne souscrivent d'ailleurs pas de nouvel abonnement après avoir résilié (89%), et préfèrent cumuler les périodes d'essai gratuites des plateformes de streaming.

Le contenu que proposent ces chaînes payantes est aussi affecté par ce contexte particulier. Ce manque de diversité concerne 29% des désabonnements. Des matchs de sport sont annulés, tout comme la diffusion de certaines émissions. La résiliation pour motifs légitimes liés à l'épidémie est également importante (22%).

Les motifs de résiliation d'un bouquet TV



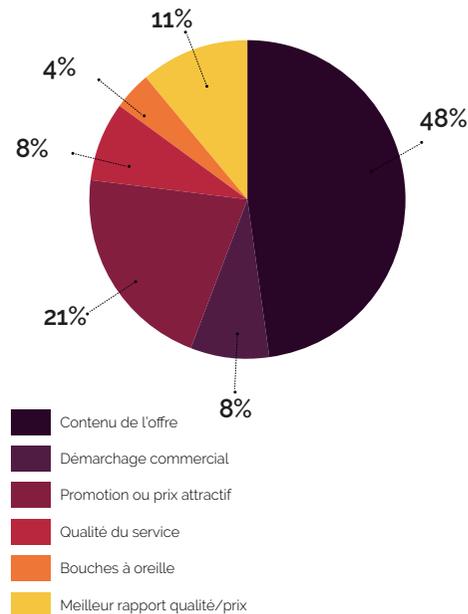
Diversité, qualité et petit prix

On remarque que le premier critère qui entraîne la souscription d'un abonnement TV est d'abord le contenu de l'offre (48%). Les programmes proposés doivent être diversifiés et destinés à tous les publics.

Des séries ou films exclusifs et un renouvellement régulier attirent également les téléspectateurs. Les utilisateurs sont aussi en quête d'un bouquet offrant un bon rapport qualité/prix (21%).

La concurrence étant forte, les abonnements doivent se démarquer des plateformes de streaming vidéo. La qualité du service est ainsi primordiale (8%). L'efficacité du service client, l'absence de problème technique comptent énormément.

Les motifs de souscription d'un bouquet TV



La stratégie de Canal

L'exemple de Canal + illustre parfaitement cette évolution nécessaire des bouquets TV. Avec ses prix plus accessibles, le lancement de l'application MyCanal ou encore l'intégration de Netflix, Disney + ou BeIN Sports dans ses abonnements, la chaîne cryptée tente de s'adapter aux nouvelles habitudes de français. Elle mise sur un partenariat avec les nouveaux acteurs du secteur et diversifie ses programmes afin de conquérir un plus large spectre d'utilisateurs.

Une stratégie qui s'avère plutôt payante : 33% des nouvelles souscriptions sont motivées par cette richesse de contenu. La plateforme MyCanal attire quant à elle près de 15 millions d'utilisateurs mensuels. On constate que le nombre de résiliations des bouquets TV est même en baisse (-11%), ce qui est la seule exception cette année.

SALLES DE SPORT

UN SECTEUR À BOUT DE SOUFFLE





La course contre la Covid

Profondément marquée par l'épidémie de Covid 19, l'année 2020 fut un parcours du combattant pour les salles de sport. Ces temples de la forme ont tenté de survivre au rythme des confinements et reconfinements, des fermetures et des réouvertures éphémères. Mais le constat est sans appel : la moitié des 6 500 établissements spécialisés envisagent une procédure de sauvegarde ou de liquidation. Le secteur du fitness constate une perte de plus d'un milliard d'euros. Les responsables ont notamment des difficultés à payer les loyers des salles qui représentent 30% des charges.

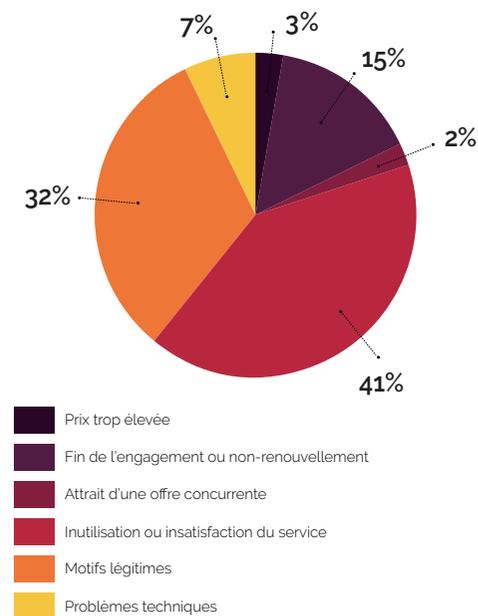
En plus de ces difficultés financières, la plupart des clubs doivent aussi faire face à un nombre record de désabonnements. Le nombre de lettres de résiliation depuis Resilier.com ont en effet quasiment doublé (87%). Pour pallier ces désinscriptions massives, beaucoup de salles proposent toutefois des cours en ligne payants. Une solution temporaire qui permet de perdre moins d'adhérents et de continuer à rémunérer les salariés.

La résiliation en pleine forme

Parmi les motifs de résiliation constatés cette année, on trouve principalement l'impossibilité de profiter des services de la salle lorsque celle-ci doit rester fermée. Cette inutilisation concerne 41% des abonnés. Parmi les motifs légitimes récurrents (qui représentent 32% des résiliations), on peut également citer la crainte de venir faire du sport sur les lieux, malgré le protocole sanitaire strict mis en place. Ce dernier peut aussi démotiver les adhérents qui doivent souvent réserver pour s'entraîner en effectif réduit et dans un temps limité.

Certains adeptes de l'exercice (15% des adhérents) préfèrent quant à eux se tourner vers d'autres alternatives praticables en toute circonstance en extérieur, comme le jogging, la marche ou le vélo. Ils ne souhaitent pas poursuivre leur abonnement au terme de la période d'engagement, ni en souscrire un nouveau ailleurs.

Les motifs de résiliation d'une salle de sport



UN SECTEUR
À BOUT DE
SOUFFLE



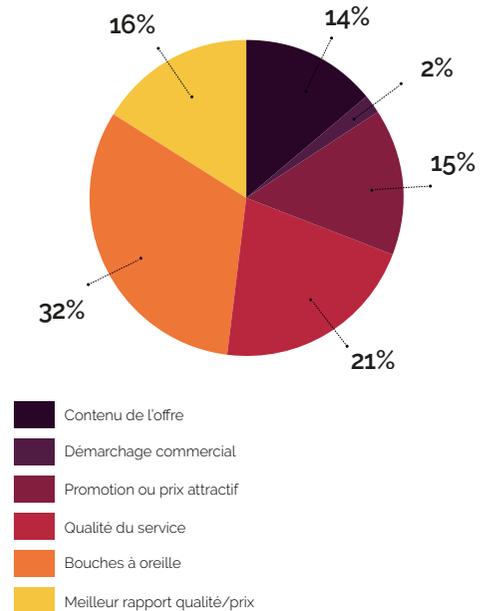
Salle Low-cost VS Sport haut de gamme

Malgré le contexte sanitaire, l'intérêt des Français pour la pratique sportive ne faiblit pas. Les motifs de souscription sont essentiellement la réputation des salles (32%), la qualité du service (21%) mais aussi le rapport qualité/prix (16%) et le contenu de l'offre (14%).

Deux tendances opposées sont notables : les salles low cost et les clubs de luxe. Les premières attirent des sportifs au petit budget, qui souhaitent pouvoir transpirer à toute heure à un prix défiant toute concurrence. En plein essor depuis maintenant une décennie, ces établissements ont connu cette année un franc succès.

De plus en plus nombreux en 2020, les clubs de sport de luxe sont aussi très plébiscités. Se présentant comme des espaces de vie à part entière, ils sont destinés à une clientèle plus exigeante et plus aisée, n'hésitant pas à dépenser plus pour prendre soin d'elle. Coaching personnalisé, machines ultra perfectionnées ou restaurants attenants, ces lieux innovants redéfinissent le concept de tapis de course à perte de vue. Les salles "milieu de gamme" sont quant à elles en perte de vitesse. Prix trop élevés, SAV peu satisfaisant, les sportifs préfèrent opter pour des établissements plus abordables ou offrant une vraie valeur ajoutée (cours spécifiques, accompagnement et infrastructures de qualité).

Les motifs de souscription d'une salle de sport



UN SECTEUR
À BOUT DE
SOUFFLE

PRESSE

ENTRE RÉSISTANCE ET INNOVATION





ENTRE RESISTANCE ET INNOVATION

La double peine

Déjà en crise, le secteur de la presse est confronté à 2 difficultés majeures. On peut bien entendu évoquer la crise sanitaire et ses conséquences (licenciements, disparition de quotidiens, etc). La quasi liquidation de Prestalis (le leader de la distribution de la presse française au numéro) au mois de mai dernier est également un coup dur pour le milieu : elle affecte 75 % de la diffusion de la presse nationale, dont l'intégralité des quotidiens.

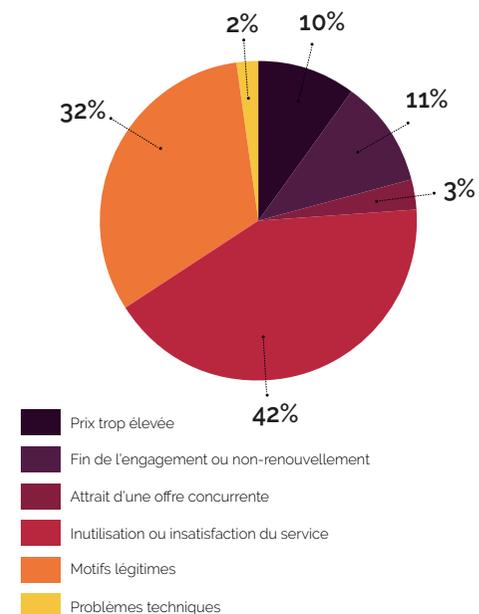
Un secteur moins à la page

En conséquence de ce contexte fragile, les résiliations d'abonnements (majoritairement papier) sont en hausse. Une grande partie de ces désabonnements (42%) s'expliquent par les répercussions de cette crise sanitaire, qui impacte un grand nombre de domaines. On peut par exemple citer des problèmes de distribution, la fermeture de kiosques, ou la diminution des ventes au numéro.

De plus en plus confrontés à des problèmes financiers liés à l'épidémie, les français peuvent aussi être amenés à changer leurs habitudes et invoquer un motif légitime (32%). Ils sont alors contraints de diminuer leur budget consacré aux abonnements presse.

Un autre facteur de résiliation (10%) est également le prix élevé que représentent ces souscriptions. Les abonnés préfèrent se tourner vers la presse en ligne, moins chère et plus facilement disponible. On note aussi que la plupart des utilisateurs (97%) ne souhaitent pas souscrire de nouvel abonnement.

Les motifs de résiliation d'un titre de presse





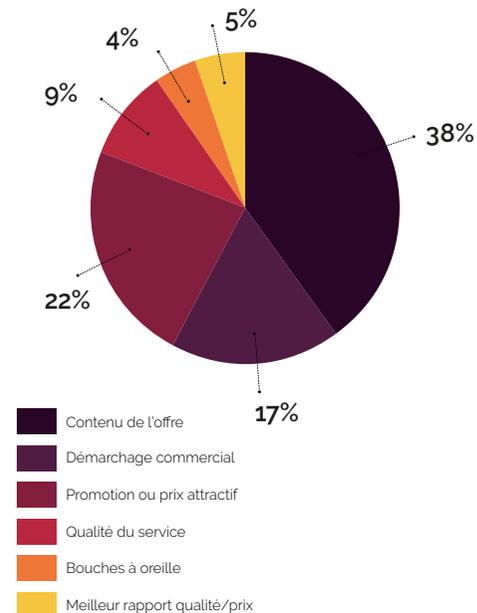
La presse papier contre attaque

Les utilisateurs sont aujourd'hui à la recherche d'un contenu diversifié et interactif, qu'incarne parfaitement la presse en ligne. Ce motif de souscription concerne 38% des utilisateurs. Le numérique a d'autre part l'avantage de proposer des prix plus attractifs (27% des souscriptions). On peut également mentionner le démarchage commercial (17%), qui se révèle essentiel pour mieux se faire connaître. Familière des écrans, les jeunes générations adoptent majoritairement la presse en ligne, qui permet de s'informer rapidement depuis chez soi, en quelques clics ou depuis son smartphone.

Malgré la forte concurrence des médias en ligne, la presse papier subsiste encore. Elle séduit aujourd'hui un public plutôt âgé, peu habitué à lire en ligne et fidèle à ses abonnements. Les puristes de l'objet que représente le magazine préfèrent quant à eux en acheter moins souvent mais à un prix plus élevé. Élevées au rang de "beau livre", ces nouvelles revues soignent le choix du papier, des photos ou de contenus froids et intemporels. Elles séduisent une nouvelle clientèle esthète. La particularité de ces magazines est qu'ils ne contiennent peu ou pas de publicité, les entreprises concernées ne souhaitant plus investir dans ce secteur. Une certaine indépendance et liberté de ton, de plus en plus appréciées par les lecteurs.

ENTRE
RESISTANCE ET
INNOVATION

Les motifs de souscription d'un titre de presse



CONCLUSION

Touchée de plein fouet par la pandémie de coronavirus, l'année 2020 fut extrêmement difficile pour la quasi totalité des secteurs. L'univers de la presse s'enlise dans la crise, les salles de sport sont mises à rude épreuve et doivent rester portes closes. Le monde des assurances n'est pas en reste, face à l'émergence de nouveaux risques. Les conséquences de cette situation furent bien entendu des résiliations en forte hausse. Les seules exceptions furent les bouquets TV ou les abonnements internet ou mobile, qui ont pu égayer le quotidien des Français. Des domaines privilégiés en ces périodes de confinements et d'incertitude.

Simple et rapide, le recours au site Resilier.com est totalement adapté à ce contexte inédit et anxiogène. Il permet d'envoyer et personnaliser sa lettre de résiliation directement en ligne, sans avoir à se déplacer. L'envoi en recommandé offre la garantie que le courrier a bien été reçu.



À PROPOS

RESILIER.COM

Resilier.com, expert de la résiliation en ligne, est une filiale de BeMove. Son objectif ? Accompagner les personnes dans la rupture de leurs contrats au travers d'un service simple, efficace et complet, du conseil jusqu'à l'envoi en ligne et au suivi de la lettre recommandée. Resilier.com participe à la [résiliation des contrats](#) internet, téléphonie fixe et mobile, service TV, presse, assurances, finance (banque, crédits à la consommation), services à la personne, transport, sports, loisirs et culture.

BE MOVE

Entreprise numérique de services aux particuliers en mobilité, BeMove est un facilitateur incontournable du quotidien des consommateurs en France. La société accompagne le grand public dans ses choix d'opérateurs ou de prestataires de services dans les domaines du déménagement, des énergies, de l'internet et de la téléphonie mobile. BeMove est l'acteur de premier plan de la résiliation de contrats en ligne, avec ses sites Resilier.com et Lettre Résiliation.

Contact Presse : presse@bemove.com

www.resilier.com

www.bemove.fr

©Resilier.com - 2020

