



CA consolidé de 574 M €, en progression de 31%¹ au S1 2007 Une croissance organique toujours aussi forte sur un trimestre historiquement faible pour le marché

Avec 128 000 nouveaux abonnés ADSL (net de churn) au 2^{ème} trimestre 2007, le Groupe Iliad a dépassé ses performances du 2^{ème} trimestre 2006 au cours duquel il avait recruté 122 000 nouveaux abonnés ADSL. Au 30 Juin 2007, la base d'abonnés ADSL d'Iliad a atteint 2 626 000 abonnés contre 2 278 000 à fin Décembre 2006.

La part de marché de Free sur les nouveaux abonnés ADSL s'est élevée à 25,2% au 2^{ème} trimestre 2007 contre 20,8% un an plus tôt.

Ces performances confirment l'attractivité de l'offre ADSL de Free et notamment des services associés à la Freebox HD. Au cours du 1^{er} semestre 2007, Free a lancé 2 nouveaux services à la pointe de l'innovation :

- Free Home Vidéo : 1^{ère} offre de VOD par abonnement (S-VOD) pour le Cinéma et les Séries en France
- TV Perso Freebox : un service inédit permettant aux abonnés Freebox de diffuser leurs contenus sur la télé, en *live* ou en différé, auprès de la communauté des Freenauts.

Au vu de la croissance record d'abonnés, Free a de nouveau enregistré le plus faible coût d'acquisition marketing d'abonné² au 1^{er} semestre 2007, autour de 50 euros ainsi que le plus faible taux de churn du marché, à moins de 1% par mois.

Les services optionnels à valeur ajoutée ont généré un chiffre d'affaires de 120,1 millions d'euros au 1^{er} semestre 2007 contre 73,5 millions au 1^{er} semestre 2006, soit une progression de 63,4%. L'ARPU Haut Débit s'est élevé à 35,0 euros par mois (HT) au cours du 2^{ème} trimestre 2007, malgré les nombreux jours fériés d'Avril et Mai.

Chiffres d'affaires du 1^{er} semestre 2007 et 2^{ème} trimestre 2007

(en millions d'euros)	S1 07	S1 06 PF ¹	Var.	T2 07	T2 06 PF ¹	Var.
Chiffre d'affaires consolidé	574,1	439,1	30,7%	296,2	226,4	30,8%
Haut Débit	561,0	410,8	36,6%	290,3	211,6	37,2%
- Intersecteur	(5,9)	(9,4)		(2,8)	(4,4)	
CA Haut Débit consolidé	555,1	401,4	38,3%	287,5	207,2	38,8%
Téléphonie Traditionnelle	26,7	55,7	(52,1%)	14,5	28,2	(48,6%)
- Intersecteur	(7,7)	(18,0)		(5,8)	(9,0)	
CA Téléphonie Trad. consolidé	19,0	37,7	(49,6%)	8,7	19,2	(54,9%)

Le nombre total d'abonnés Onetel a décliné au cours du 1^{er} semestre pour atteindre 194 000 abonnés au 30 Juin 2007 contre 220 000 abonnés au 31 Décembre 2006. Le revenu moyen par abonné s'est élevé à 9,9 euros au 1^{er} semestre 2007. De plus, le chiffre d'affaires de Kedra a décliné de plus 77% en raison de l'interconnexion directe avec les opérateurs mobiles de plus en plus importante. La société Kertel, l'activité de cartes téléphoniques prépayées du Groupe, a été cédée le 7 Février 2007.

¹ S1 2006 Proforma exclut Société SA (cédée en Août 2006) et Kertel (cédée en Février 2007)

² Sur la base des dépenses brut marketing (Secodip)

Parc d'abonnés ADSL en 2006 et 2007

La part de marché ADSL de Free a augmenté de 18,2% au 30 Juin 2006 à 19,7% au 30 Juin 2007.

	30 Juin 2006	31 Déc. 2006	30 Juin 2007
Abonnés ADSL	1 905 000	2 278 000	2 626 000
Abonnés dégroupés	1 377 000	1 730 000	2 060 000
Abonnés dégroupés en % du Total	72,3%	75,9%	78,4%
Part de marché ADSL résidentiel ³	18,2%	19,0%	19,7%

Les recrutements de nouveaux abonnés ADSL au 2^{ème} trimestre 2007 sont détaillés ci-dessous sur la base des informations et estimations des sociétés. Ces données prennent en compte l'acquisition de Club Internet par Neuf Cegetel.

	31 Mars 2007	30 Juin 2007	Recrutements ADSL au T2 07	Part de marché sur les recrutements ADSL au T2 07
Orange ³	6 329 000	6 575 000	246 000	48,4%
Free	2 498 000	2 626 000	128 000	25,2%
Neuf Cegetel ⁴	2 324 000	3 017 000	67 000	13,2%
Club Internet ⁵	626 000	Inclus dans Neuf	-	-
Autres	1 045 000	1 112 000	67 000	13,2%
Total⁶	12 822 000	13 330 000	508 000	

Perspectives

Au vu des performances réalisées au 1^{er} semestre 2007, Iliad devrait dépasser son objectif de 2,8 millions d'abonnés ADSL à fin 2007. Iliad entend maintenir ses efforts sur le dégroupage de la boucle locale ADSL ; au cours du 1^{er} semestre 2007, la marge brute moyenne par abonné dégroupé a dépassé les 20 euros. Iliad estime pouvoir toujours maintenir à l'avenir ce niveau de marge malgré une proportion d'abonnés en dégroupage total toujours plus importante.

Le déploiement de la fibre jusqu'à l'abonné (FTTH) a progressé au 1^{er} semestre 2007 en conformité avec la feuille de route. Une information détaillée sera communiquée à l'occasion de la présentation des résultats le 4 Septembre prochain (à Paris, retransmission en ligne prévue).

Le Groupe Iliad est un acteur majeur sur le marché français de l'accès à Internet et des télécommunications avec Free (2 626 000 abonnés ADSL au 30/06/2007), Onetel et Iliad Télécom (opérateurs de téléphonie fixe) ainsi que IFW (Wimax). Le Groupe Iliad est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris sous le symbole ILD.

³ Sur la base des informations publiées par France Telecom le 2 Août 2007

⁴ Sur la base des informations publiées par Neuf Cegetel le 4 Mai 2007 et le 2 Juillet 2007, exclut Erenis et Médiafibre (13 000 au 31 Mars et 15 000 au 30 Juin)

⁵ Sur la base des informations publiées par Deutsche Telekom le 10 Mai 2007

⁶ Sur la base des informations publiées par France Telecom le 2 Août 2007

Place de cotation : **Euronext Paris**

Lieu d'échange : **Eurolist A d'Euronext Paris (SRD)**

Code valeur : **ILD**

Code ISIN : **FR0004035913**

Classification FTSE : **974 Internet**

Membre du SBF 120 et du Next 150

Glossaire

Nombre total d'abonnés ADSL : représente, à la fin de la période mentionnée, le nombre total d'abonnés identifiés par leur ligne téléphonique qui ont souscrit à l'offre ADSL de Free après élimination de ceux pour lesquels une résiliation a été enregistrée.

Recrutement : correspond à la différence entre le nombre total d'abonnés ADSL à la fin de deux périodes différentes.

Abonnés dégroupés : abonnés qui ont souscrit à l'offre ADSL de Free dans un central téléphonique dégroupé par Free.

ARPU Haut Débit (Revenu Moyen par Abonné Haut Débit) : inclut le chiffre d'affaires généré par le forfait et les services à valeur ajoutée, mais exclut le chiffre d'affaires non récurrent (par exemple les frais de migration d'une offre à une autre ou les frais de mise en service et de résiliation), divisé par le nombre total d'abonnés ADSL facturés sur la période.