

Paris, le 4 août 2009

- **Iliad candidat à la 4^{ème} licence mobile**
- **Hausse du chiffre d'affaires consolidé de plus de 40% à 970 millions d'euros**
- **200 000 abonnés recrutés sur la marque Free au cours du 1^{er} semestre 2009**
- **Progression de l'ARPU Groupe à 36,3 euros au 2^{ème} trimestre 2009**
- **Objectifs à court et moyen-terme réaffirmés**

4^{EME} LICENCE MOBILE

Iliad se réjouit de l'ouverture de l'appel à candidatures pour la 4^{ème} licence de téléphonie mobile. Iliad sera candidat à l'attribution de cette licence. Le marché de la téléphonie mobile en France avec ses 22 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel constitue un relais de croissance supplémentaire pour Iliad. L'entrée sur ce marché s'inscrirait dans la stratégie industrielle du Groupe : Iliad entend s'appuyer sur sa marque Free, son réseau de dernière génération, ses capacités d'innovation, son savoir-faire commercial et sa base de 4.4 millions d'abonnés (soit environ 10 millions d'utilisateurs) pour développer des offres innovantes à des prix attractifs.

EVOLUTION DU PARC D'ABONNES ADSL EN 2008 ET 2009

	30 juin 08	31 déc. 08	30 juin 09
Nombre total d'abonnés ADSL	3 134 000	4 225 000	4 371 000
- Free	3 134 000	3 389 000	3 589 000
- Alice	-	836 000	782 000
Abonnés dégroupés	2 614 000	3 323 868	3 551 000
- Free	2 614 000	2 900 000	3 130 000
- Alice	-	423 868	421 000
Abonnés dégroupés en % du total	83,4%	78,7%	81,2%
- Free	83,4%	85,6%	87,2%
- Alice	-	50,7%	53,8%

Au cours du premier semestre 2009, le Groupe Iliad a consolidé sa position de premier opérateur ADSL alternatif, grâce au dynamisme de la marque Free et à l'intégration d'Alice. Au 30 juin 2009, la base d'abonnés ADSL d'Iliad a atteint 4 371 000 abonnés, contre 3 134 000 au 30 juin 2008.

- (i) Au premier semestre 2009, Free a confirmé le dynamisme de sa croissance organique en recrutant 200 000 abonnés nets de résiliation, soit une part de marché de 24,8%¹ des nouveaux abonnés. La base d'abonnés Free a atteint 3 589 000 abonnés au 30 juin 2009. Free dispose toujours du coût de recrutement le plus bas du marché.
- (ii) Depuis le début de l'année 2009, le Groupe a poursuivi la rapide intégration d'Alice en simplifiant et en repositionnant l'offre commerciale, en lançant la nouvelle Alicebox, et en basculant le suivi des abonnés Alice dans le système d'information de Free. La mise en place des premières synergies s'est accompagnée d'une érosion contrôlée de la base d'abonnés. Ainsi, au 30 juin 2009, la base d'abonnés Alice s'établit à 782 000 abonnés.

Le Groupe Iliad a également poursuivi ses efforts d'extension du dégroupage de la boucle locale au cours des six premiers mois de l'année, en dégroupant 175 nouveaux NRA (Nœud de Raccordement d'Abonnés). Ainsi, au 30 juin 2009, 2 375 NRA étaient connectés au réseau de Free et plus de 81% des abonnés étaient dégroupés (partiellement ou totalement).

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ DU 1^{ER} SEMESTRE 2009

(en millions d'euros)	30 juin 09	30 juin 08	Var. (%)
Chiffre d'affaires consolidé	969,8	692,2	40,1%
Grand Public	954,3	684,1	39,5%
- Free	782,1	684,1	14,3%
- Alice	172,3	-	-
Entreprises	9,4	-	-
- Intersecteur	(2,7)	(4,5)	(40,0%)
Haut Débit consolidé	961,0	679,6	41,4%
Téléphonie Traditionnelle	20,0	21,5	(7,0%)
- Intersecteur	(11,2)	(8,9)	25,8%
Téléphonie Traditionnelle consolidé	8,8	12,6	(30,2%)

¹ Sur la base d'une estimation des recrutements nets pour l'ensemble du marché au 2^{ème} trimestre 2009 de 288 000 abonnés

Le chiffre d'affaires du Groupe a connu une croissance de plus de 40 % entre le 30 juin 2008 et le 30 juin 2009. Cette hausse résulte de :

- Du dynamisme de la croissance organique de la marque Free, évoqué précédemment ;
- De l'utilisation croissante des services à valeur ajoutée disponibles pour les abonnés Free et Alice. Au 30 juin 2009, le chiffre d'affaires lié à ces services s'est élevé à 231,8 millions d'euros contre 168,9 millions d'euros au 30 juin 2008, soit une progression de plus de 37% sur la période ;
- De la simplification de l'offre commerciale d'Alice autour de deux offres.

Le succès commercial de l'offre Free et les synergies rendues possibles par l'intégration d'Alice ont permis au Groupe Iliad d'atteindre un Revenu Moyen par Abonné (ARPU) de 36,3 euros sur le 2^{ème} trimestre 2009, soit une progression de 40 centimes d'euros par rapport au 1^{er} trimestre 2009, et un niveau équivalent au 2^{ème} trimestre 2008.

ELEMENTS CLES DU 1^{ER} SEMESTRE 2009

Fidèle à sa stratégie, Iliad a renforcé tout au long du 1^{er} semestre l'attractivité de ses offres, avec notamment :

- L'intégration de 17 nouvelles destinations téléphoniques dans le forfait Freebox (*janvier 2009*)
- Le lancement d'une nouvelle AliceBox (*février 2009*)
- De nouveaux services sur l'offre AliceBox: hausse des débits, 27 nouvelles destinations téléphoniques et 70 nouvelles chaînes de télévision (*février 2009*)
- Le renforcement de l'offre Freebox TV avec 28 nouvelles chaînes (*mars 2009*).
- Le lancement du plus grand bouquet de chaînes africaines en Europe (*avril 2009*)
- Le lancement d'un service de mediacenter sur la Freebox (*mai 2009*)
- Ouverture de Free-wifi (*mai 2009*)

Free a reçu le 2 avril dernier la certification NF Service par l'AFNOR Certification pour ses centres d'appel. Le Groupe Iliad est désormais le seul acteur du secteur des FAI dont l'ensemble des centres d'appels est certifié NF.

PRINCIPAUX OBJECTIFS DU GROUPE POUR 2009

Compte tenu des bonnes performances réalisées par le Groupe au cours du 1^{er} semestre 2009, le Groupe confirme ses objectifs :

- 5 millions d'abonnés haut débit en 2011.
- Un taux de dégroupage pour le Groupe (Free et Alice) de 82% à fin 2009.
- Un Free Cash Flow ADSL supérieur à 300 millions d'euros en 2009 (hors Alice) et de plus de 1 milliard d'euros sur la période 2009-2011 (y compris Alice).
- Retour à l'équilibre d'Alice au niveau de l'EBITDA au cours du second trimestre 2009.
- Générer un EBITDA incrémental de 90 millions d'euros (en base annuelle) dès le second semestre 2010 sur Alice.
- Une très forte augmentation du résultat net en 2009.
- Dans le cadre du déploiement de son réseau FTTH, le Groupe confirme ses objectifs :
 - d'avoir couvert horizontalement 70% de Paris au cours du deuxième semestre 2009,
 - de couvrir horizontalement 4 millions de foyers à fin 2012.

Une information détaillée des comptes semestriels sera communiquée lors de la présentation des résultats du 27 août 2009.

GLOSSAIRE

Abonnés dégroupés : abonnés qui ont souscrit à l'offre ADSL de Free ou d'Alice 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.

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 aux offres ADSL du Groupe 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.

Le Groupe Iliad est un acteur majeur sur le marché français de l'accès à Internet et des télécommunications avec Free et Alice (4 371 000 abonnés ADSL au 30/06/2009), 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.

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