

# Club Internet: c'est bien Neuf Cegetel qui doit l'emporter

Neuf Cegetel avait beau démentir l'information il y a une semaine, tout le monde savait que l'affaire était entendue. Ce lundi, l'opérateur s'est résolu à confirmer ce secret de polichinelle : oui, il est bien le seul en lice pour le rachat de Club-Internet, filiale de Deutsche Telekom, après le retrait d'Iliad (Free) et de Noos-Numericâble.

Dans un communiqué, le groupe affirme être en « *discussions exclusives* ». Il précise que ce rachat est soumis à un processus formel de consultation des instances représentatives du personnel de T-Online France et à l'obtention d'autres autorisations. La transaction devrait être finalisée d'ici à la fin du premier semestre 2007.

Neuf Cegetel n'a pas lésiné sur les moyens : il aurait proposé entre 430 et 460 millions d'euros pour mettre la main sur les 570.000 abonnés ADSL de Club-Internet, 5<sup>e</sup> FAI français.

C'est 100 millions de plus que la première estimation qui avait été faite.

Le jeu en vaut la chandelle, il est vrai. Avec ce rachat et celui d'**AOL France l'an dernier**, Neuf Cegetel réalise un vieux rêve : dépasser Free et reprendre la deuxième place du marché du haut débit français derrière France Télécom/Orange.

L'opérateur comptera alors 2,7 millions de clients ADSL contre 2,2 millions pour Free.

Outre sa montée en puissance en termes d'abonnés, Neuf Cegetel mettrait la main sur un réseau dégroupé déployé par la filiale de Deutsche Telekom.

Rappelons également que l'autre partie du réseau de Club Internet est justement fournie par Neuf Cegetel...

A noter toutefois, un bémol: Club-Internet risque de peser sur les finances de Neuf puisque le FAI est déficitaire. En 2006, le FAI a enregistré une perte brute d'exploitation dépassant 100 millions d'euros.

Ces multiples rachats concentrent désormais le marché autour de trois acteurs de poids :

- Orange (France Télécom) avec 5,9 millions de clients,
- Neuf Cegetel (Louis Dreyfus-SFR) avec 2,7 millions de clients
- Free (Iliad) avec 2,2 millions de clients.

A eux trois, ils concentrent plus de 90% du parc d'abonnés ADSL.

Face aux coûts d'acquisition d'abonnés de plus en plus élevés, et en attendant le lancement de technologies de rupture comme la fibre optique (les trois leaders ont annoncé des lancements pour 2007), les opérations de croissance externe représentent une bonne opportunité pour grandir d'un coup et assurer un retour sur investissement plus rapide grâce à une base d'abonnés plus

importante.

Mais désormais, les opportunités vont se faire très rares : Alice (775.000 abonnés ADSL), filiale de Telecom Italia est la dernière proie possible. Qui l'emportera ?