

# Croissance soutenue pour Iliad (Free)

Pour la première publication de ses résultats annuels depuis son introduction en bourse, Iliad ne déçoit pas. La maison mère de Free affiche pour 2004 un résultat net de 40,83 millions d'euros, en hausse de 20,5%. Une performance très largement supérieure aux attentes.

Le groupe a publié un résultat d'exploitation avant amortissements (REAA) en hausse de 102,6% à 108,67 millions d'euros contre 53,64 millions en 2003 et un résultat d'exploitation de 53,09 millions (+51,8%). Son chiffre d'affaires a grimpé de 67,7% à 491,5 millions d'euros. Le chiffre d'affaires de la branche téléphonie du groupe a augmenté de 58% en raison de la croissance du nombre de clients One.Tel et l'engagement de la direction d'égaliser le niveau du REAA de 2003 a été dépassé avec un REAA 2004 de 23,8 millions d'euros, en progression de 32,1%, a ajouté le groupe. Free consolide sa deuxième place dans le classement des FAI français avec 1.064.000 clients ADSL au 31 décembre 2004, sur environ 6,1 millions de lignes en France, soit une part de marché de 17,4%. Iliad a précisé que 747.000 foyers étaient équipés de son modem « triple-play » (internet, téléphonie et télévision) Freebox fin 2004, soit 70% de sa base d'abonnés. Le groupe a également annoncé que 600.000 personnes utilisaient la téléphonie, que « la majorité » des abonnés en zone dégroupée utilisaient la télévision et que 75.000 personnes avaient souscrit une des options payantes de télévision. Prix bas, offres attractives et succès de la Freebox permettent au FAI de se distinguer de la concurrence. Le dégroupage, par lequel les clients des opérateurs alternatifs peuvent s'affranchir en partie ou totalement de France Télécom, permet au nouvel opérateur d'améliorer ses marges de façon conséquente. Ainsi, le passage d'un client en « option 5", dont la ligne est simplement relouée par l'opérateur alternatif, à l' »option 1 » du dégroupage, fait passer la marge brute de zéro à environ 80%. Les ambitions sont à la hauteur de ces résultats: Free vise 1,5 million d'abonnés à son service à la fin 2005. **Armageddon?**

Interrogé sur un projet de service dont le nom de code est « Armageddon », le directeur général d'Iliad a seulement précisé qu'

*« Armageddon est le mariage complet du triple-play. C'est nouveau sur le plan réglementaire, nouveau sur le plan technique et c'est un service qui n'existe pas encore ».*