

# Neuf Cegetel reprend officiellement Club-Internet

L'affaire était entendue, elle est aujourd'hui bouclée. Neuf Cegetel s'empare de Club-Internet, mis en vente par sa maison mère Deutsche Telekom.

Selon le communiqué : Neuf Cegetel annonce qu'un accord définitif a été trouvé avec Deutsche Telekom pour le rachat de 100% de T-Online France, actif sous la marque Club Internet. La transaction doit encore recevoir le feu vert des autorités françaises de concurrence. Neuf Cegetel et Deutsche Telekom espèrent finaliser la transaction avant la fin du premier semestre.

Le montant de la transaction n'a pas été dévoilé. Mais selon plusieurs sources, il devrait avoisiner les 450 millions d'euros. Une belle opération pour l'opérateur allemand : le FAI français a été plus valorisé qu'AOL France, lui aussi racheté par Neuf Cegetel pour 350 millions d'euros.

La filiale de Louis Dreyfus et de SFR met donc la main sur les 570.000 abonnés ADSL de Club-Internet, 5<sup>e</sup> FAI français.

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 2,9 millions de clients ADSL contre 2,5 millions pour Free.

Outre sa montée en puissance en termes d'abonnés, Neuf Cegetel mettra également 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 6,3 millions de clients,
- Neuf Cegetel (Louis Dreyfus-SFR) avec 2,9 millions de clients
- Free (Iliad) avec 2,5 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 ?