

Numericable veut réduire d'un tiers le nombre des résiliations

Pour chacune de ses conférences de presse régulières, Numericable, conserve la même ligne : multiplier les déclarations sur ses nouvelles offres et partenariats, mais distiller au compte-gouttes les détails précis sur sa santé financière, toute tentative pour en savoir un peu plus étant irrémédiablement saluée par un « *bien essayé* » sonore de Pierre Danon, p-dg du câblo-opérateur.

Lors de la présentation des résultats, le patron du groupe a tenu à monter que le groupe se portait bien. Fort d'un chiffre d'affaires de 1,3 milliard d'euros pour son exercice 2008, le câblo-opérateur, qui totalise 15% de part de marché sur son activité Internet, dispose d'un parc d'abonnés « *stable* » de 1,5 million de clients haut débit, malgré un taux de désabonnement relativement élevé. « *Nous voulons réduire le nombre de désabonnements. Si nous y arrivons, nous réussirons à faire croître notre nombre d'abonnés* », assure Pierre Danon. Le groupe envisage ainsi de réduire d'un tiers le taux de résiliations, dopé par les multiples problèmes techniques et commerciaux qu'a connus le groupe.

L'offre très haut débit (FTTB, fiber to the building), lancée depuis plusieurs mois, continue quant à elle de rencontrer un succès relativement modeste, avec seulement 152.000 abonnés, contre 104.000 une année auparavant.

Les investissements réalisés par le groupe devraient légèrement être revus à la baisse, crise oblige. « *Nous avons investi 365 millions d'euros en 2008. Pour cette année nos investissements devraient s'élever à 250 millions d'euros* », a indiqué Pierre Danon. La dette du groupe s'élève quant à elle à 3 milliards d'euros, que Numericable « *commence à rembourser* ».

Au cours des derniers mois, les problèmes financiers du groupe ont fait craindre pour sa survie et a jeté le trouble au sein des salariés. Pierre Danon a notamment tenu à tordre le coup à une rumeur de rachat, « *infondée* » selon lui.

Concernant son activité professionnelle, symbolisée par Completel, Pierre Danon s'est montré peu disert. « *Completel a enregistré une bonne croissance en 2008, cette croissance devrait se poursuivre en 2009 car le marché B2B ne donne pas de signe d'affaiblissement fort* » a indiqué le patron du groupe.

La toute nouvelle activité mobile du groupe, exploitée en collaboration avec Bouygues Telecom, ne semble pas réellement avoir fait des étincelles. « *Je n'ai aucune ambition de part de marché dans le mobile. En terme de volume, notre part de marché reste confidentielle* ». Et pour cause. La part de marché des opérateurs virtuels, limitée à 5%, demeure plus que jamais anecdotique.

Au cours de l'année 2009, l'opérateur devrait multiplier les services et proposer notamment une nouvelle chaîne, Sundance channel, consacrée au cinéma américain indépendant.