



Paris, le 31 juillet 2006

CA consolidé de 448 M €, en progression de 33% au S1 2006
310 000 nouveaux abonnés au S1 2006, record semestriel
122 000 nouveaux abonnés au T2 2006, 21% de part de marché¹

Au cours du 2^{ème} trimestre 2006, Iliad a encore renforcé sa position de premier opérateur alternatif sur le marché des opérateurs haut débit en France. La base d'abonnés ADSL a ainsi progressé de 1 783 000 abonnés ADSL au 31 mars 2006 à 1 905 000 abonnés au 30 juin 2006. Free a recruté 122 000 nouveaux abonnés au cours du 2^{ème} trimestre 2006, contre 102 000 au cours du 2^{ème} trimestre 2005.

Ces performances confirment l'attractivité de l'offre ADSL de Free et notamment des services associés à la Freebox. De plus, Free a poursuivi ses efforts sur l'extension du dégroupage de la boucle locale. Au 30 juin 2006, 72,3% de ses abonnés étaient dégroupés (partiellement ou totalement). Au 30 juin 2006, près de 1 825 000 abonnés étaient équipés de la Freebox.

Au cours du 1^{er} semestre 2006, les services optionnels à valeur ajoutée ont généré un chiffre d'affaires d'environ 73,5 millions d'euros, soit plus du double du chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2005. **L'ARPU Haut Débit s'est élevé à près de 33,5 euros par mois (HT) au cours du 2^{ème} trimestre 2006.**

L'utilisation des services optionnels à valeur ajoutée a continué à se généraliser auprès des abonnés Free au cours du 1^{er} semestre 2006 :

- en juin 2006, 273 000 abonnés ont utilisé au moins un service audiovisuel payant;
- en juin 2006, 1 650 000 abonnés ont utilisé le service de téléphonie Freebox.

Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2006 et du 2^{ème} trimestre 2006

A compter des résultats semestriels 2006, les activités du Groupe Iliad sont présentées en deux secteurs : d'une part, le secteur Haut Débit, anciennement secteur Internet, et, d'autre part, le secteur Téléphonie Traditionnelle, anciennement secteur Téléphonie et secteur Autres.

(en milliers d'euros)	S1 2006	S1 2005	Variation	T2 2006	T2 2005	Variation
Chiffre d'affaires consolidé	447 938	337 832	33%	230 647	174 713	32%
Haut Débit	410 790	292 742		211 571	153 512	
- Intersecteur	(22 091)	(32 746)		(10 089)	(16 014)	
CA Consolidé Haut Débit	388 699	259 996	50%	201 482	137 497	47%
Téléphonie Traditionnelle ²	78 043	92 438		38 497	44 019	
- Intersecteur	(18 804)	(14 602)		(9 332)	(6 803)	
CA Consolidé Téléphonie Trad.	59 239	77 836	(24%)	29 165	37 216	(22%)

¹ Estimation de la société sur base des informations de France Telecom

² Endeis Telecom cédé en octobre 2005, le chiffre d'affaires 2005 n'est pas pro forma



La Téléphonie traditionnelle (qui n'inclut pas la téléphonie sur IP) continue de souffrir du succès des offres de voix sur IP. Le nombre total d'abonnés Onetel a décliné au cours du semestre pour atteindre 258 000 abonnés facturés au 30 juin 2006 contre 298 000 abonnés au 31 décembre 2005. Le revenu moyen par abonné Onetel s'est établi à environ 12,2 euros par abonné et par mois sur le semestre.

Kertel a enregistré au 1^{er} semestre 2006 une baisse du nombre de cartes vendues avec 2,7 millions de cartes contre près de 3,6 millions au 1^{er} semestre 2005. Cette baisse significative des ventes de cartes Kertel depuis janvier 2006 résulte du rééquilibrage des prix de Kertel afin d'améliorer la rentabilité de cette activité.

Parc d'abonnés ADSL en 2005 et 2006

	30 juin 2005	31 déc. 2005	30 juin 2006
Abonnés ADSL	1 316 000	1 595 000	1 905 000
Abonnés dégroupés	883 000	1 120 000	1 377 000
Abonnés dégroupés en % du total	67,1%	70,2%	72,3%
Part de marché ADSL résidentiel ³	17,4%	17,9%	18,2%

Éléments clés du 1^{er} semestre 2006

Le 25 avril dernier, l'OCDE a publié une étude sur les offres multi-play disponibles dans les pays membres. Cette étude a révélé que l'offre de Free est la plus attractive de l'OCDE. En particulier, il ressort de cette étude que Free propose l'offre la moins chère, un des débits les plus élevés et un nombre important de chaînes de télévision pour un prix tout compris de 29,99 euros/mois. Cette étude a été réalisée avant le lancement de la Freebox HD en avril 2006.

Au-delà de la diffusion en haute définition, la Freebox HD, compatible ADSL 2+, intègre de nombreuses fonctionnalités innovantes :

- un double boîtier pour simplifier la connectique avec l'ordinateur et la TV ;
- un tuner TNT donnant accès aux 18 chaînes de la TNT dont TF1 et M6 ;
- un mini routeur intégré permettant de partager sa connexion entre plusieurs ordinateurs.

La Freebox HD est conçue pour offrir encore de nombreux autres services innovants qui seront dévoilés ultérieurement. Grâce à la Freebox HD déjà présente dans de nombreux foyers français en mai dernier, Free a pu diffuser en haute définition les internationaux de France de tennis: 55 000 foyers ont regardé cet événement sportif en haute définition.

Depuis décembre 2005, Free est le premier opérateur à proposer une offre de Vidéo à la Demande à grande échelle en partenariat avec CANALPLAY (Groupe Canal+). Les abonnés éligibles au service, ont accès sur leur télévision aux programmes « on-demand » des trois univers généralistes: CANALPLAY, CANALPLAY Kids, et i-Concerts.

Selon l'étude du cabinet NPA et de l'institut GfK, au cours du 1^{er} semestre 2006, 2 millions de programmes de VOD ont été achetés en France. Les abonnés Freebox ont représenté à eux seuls 802 800 actes d'achat de programmes VOD au cours de ce même semestre.

En juin 2006, le Conseil d'Etat a confirmé la validité de la licence WiMax acquise lors du rachat de la société Altitude Telecom en novembre 2005. Après la procédure d'attribution des deux licences régionales début juillet, Iliad est donc le seul opérateur à détenir une licence Wimax nationale en France.

³ Sur la base des chiffres communiqués par France Telecom



Concernant le service client, le nouveau call center d'Iliad au Maroc était totalement opérationnel au 1^{er} semestre 2006. Employant près de 350 salariés à fin juin 2006, ce service client a pour vocation de répondre essentiellement à toutes les questions non-techniques. Ce nouveau call center permet au service client situé à Paris, dédié au support technique, d'offrir une meilleure disponibilité et de permettre aux abonnés Free de résoudre leurs problèmes de connexion plus rapidement. Au cours du 1^{er} semestre 2006, le temps d'attente moyen pour atteindre la hotline pour un abonné en dégroupage total était de 9 secondes ; 2 minutes pour les autres abonnés. Par ailleurs, en avril 2006, le call center d'Iliad a été récompensé du Prix des meilleures pratiques social au Salon Européen des Centres d'Appel.

Pespectives

Compte tenu des performances du 1^{er} semestre 2006, Iliad est assuré de dépasser les 2 millions d'abonnés ADSL à fin 2006 et maintiendra ses efforts sur le dégroupage de la boucle locale afin d'atteindre 75% d'abonnés dégroupés fin 2006.

Au cours du 1^{er} semestre 2006, la marge brute moyenne par abonné dégroupé s'est maintenue à plus de 20 euros par mois.

Le Groupe Iliad est un acteur prépondérant sur le marché français de l'accès à Internet et des télécommunications avec Free (1^{er} opérateur ADSL alternatif), Onetel et Iliad Télécom (opérateurs de téléphonie fixe), Kertel (cartes pré-payées) et IFW (Wimax). Créé en 1991, le Groupe Iliad emploie aujourd'hui plus de 1 300 personnes. 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 (SRD)**

Code valeur : **ILD**

Code ISIN : **FR0004035913**

Classification FTSE : **974 Internet**

Membre du SBF 120 et du Next 150

Glossaire

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 à l'offre ADSL de Free 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.

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