

Résultats Iliad-Free : comment la mobilité fait bouger les lignes

Après l'annonce produit qui a mobilisé l'attention en début de semaine (sortie de la Freebox mini 4K), place aux résultats financiers.

Ce matin, **Iliad-Free** poursuit sa croissance avec un chiffre d'affaires sur l'année 2014 en hausse de 11% qui dépasse les 4 milliards d'euros.

C'est l'activité mobile qui sert de locomotive : le chiffre d'affaires est en hausse de 28% à 1,6 milliard d'euros... Presque 40% du business de Free est réalisé dans le mobile alors que le lancement commercial des premières offres remonte à janvier 2012.

Stimulant comparé aux performances moindres dans le fixe : le CA est en légère hausse de 2,7% (2,47 milliards d'euros) sur un marché tout aussi concurrentiel.

La [sortie de la Freebox mini 4K](#), dévoilée mardi matin, a constitué un premier signe d'une volonté de relancer l'innovation pour le grand public (même si beaucoup sont restés sur leur faim...).

Les autres indicateurs financiers du groupe demeurent solides : l'Ebitda (qui montre la tendance de la gestion du groupe au jour le jour) est en hausse de 6,6% à 1,23 milliard d'euros.

Tandis que le résultat opérationnel (EBIT) progresse de 5,3% à 569,5 millions d'euros.

C'est tout aussi reluisant du côté du résultat net : 265,4 millions d'euros (+4,9%).

Seule ombre au tableau : le Free Cash Flow Groupe (capacité d'auto-investissement) ressort légèrement négatif sur l'exercice 2014. Il était positif de 84 millions d'euros sur 2013.

En revanche, le niveau d'endettement se stabilise à un milliard d'euros (ce qui reste très raisonnable dans le monde des télécoms).

Complémentarité fixe - mobile

Sur le front du recrutement de clients, la stratégie d'acquisition de part de marché demeure agressive à la fois sur le fixe que sur le mobile. Le groupe de Xavier Niel revendique une base globale de 16 millions d'abonnés (fixes et mobiles).

Avec ses offres fixes qui tournent autour du triple play et l'exploitation de la Freebox, Iliad recense 5,86 millions d'abonnés haut débit. Sur l'année 2014, la base de clients progresse (228 000 nouveaux abonnés, 26% des recrutements nets) et l'organisation d'offres promotionnelles sur Internet (notamment celles réalisées par le [canal Vente-Privée.com](#)) lui permet d'afficher un certain dynamisme (10% des recrutements effectués par le biais d'opérations spéciales).

Sur le mobile, Free dépasse la barre des 10 millions d'abonnés. Ce qui permet au groupe d'afficher une part de marché de 15% sur le marché de la téléphonie mobile. 2 millions de souscriptions ont été captées dans le courant de l'année.

La complémentarité fixe et mobile marche à pleine turbine : *“Deux abonnés sur trois ont ainsi choisi Free Mobile”*, précise la communication du groupe Iliad.

Cette semaine, Free a également annoncé qu’il allait étendre ses offres préférentielles dans le mobile réservées aux abonnés Freebox pour capter encore plus de part de marché au détriment de ses concurrents.

(Crédit photo : conférence de presse de la sortie Freebox mini 4K)