



**AVENIR**  
**TELECOM**

**Chiffre d'affaires Annuel Consolidé**  
**Exercice 2009-2010**

**du 1<sup>er</sup> avril 2009 au 31 mars 2010**

- **Faits marquants de la période**
- **Chiffre d'affaires consolidé**
- **Analyse sectorielle (Distribution Directe / Distribution Indirecte)**
- **Répartition géographique**
- **Perspectives 2010**

# Faits marquants de la période

Avril 2009-Mars 2010

## MARCHE

- Les ventes de mobiles en Europe ont subi les effets de la crise sur 2009 :
  - -15,5% en Europe de l'Est
  - -3% en Europe de l'Ouest
- Les smartphones ont tiré le marché européen des mobiles de la récession pour Noël 2009 avec 19 millions d'unités vendues, en croissance de 109% vs 2008 (12% des ventes de mobiles)

## OPERATEURS

- Baisse du revenu moyen par utilisateur sous les effets conjugués de la crise, de la concurrence et de la pression réglementaire
- Les opérateurs ont lancé des offres pour tenter de répondre aux attentes des clients dans le fixe et le mobile : Multiplication des offres illimitées data, clés 3G/3G+, Triple et Quadruple Play...
- Les opérateurs sont focalisés sur la rétention d'abonnés aux dépens de l'acquisition

## CONSTRUCTEURS

- La commercialisation de l'iPhone d'Apple a remis en cause le modèle économique des opérateurs, constructeurs
- Les constructeurs se sont orientés vers des terminaux mobiles multimedia en utilisant des O/S différents (Symbian, Microsoft, BB, Android) tout en développant leur propre plateforme de contenus
- Les constructeurs informatiques sont arrivés sur le marché avec des smartphones, des notebooks, netbooks, e-books et des tablettes afin de susciter l'engouement pour l'internet nomade

## DISTRIBUTEURS

- La distribution spécialisée a souffert sur 2009 des effets de la crise sur la consommation des ménages
- La politique de distribution exclusive auprès de certains opérateurs, puis sélective de l'iPhone a pénalisé les acteurs de la distribution spécialisée
- La stratégie commerciale des opérateurs au profit de la rétention d'abonnés a eu des répercussions sur les niveaux de rémunération des distributeurs

## Activité consolidée

### Baisse de l'activité dans un contexte de crise aggravé

- Volumes réalisés sur l'exercice

Actes commerciaux

2 100 000

Téléphones mobiles

2 500 000

Accessoires

2 900 000

€ millions	2009-2010	2008-2009	Var. %
4 <sup>ème</sup> trimestre	117,7	154,3	-23,7%
Total annuel	570,9	712,3	-19,9%
A taux de change constant	575,9	712,3	-19,2%

- Le chiffre d'affaires enregistré des ventes en baisse dans les mêmes proportions, à la fois sur les mobiles et les services traditionnels (voix) pour le compte des opérateurs
- Les offres de convergence développées par Avenir Telecom enregistrent de bonnes performances sur l'ensemble de l'exercice
  - Accessoires : +24%
  - Multimedia : +8%
  - Assurance GSM et multimedia : +13%
- Les nouvelles offres « broadband » des opérateurs sont en hausse
  - Clés 3G : +129%
  - ADSL : +16%

## Distribution Directe : 52,6% du chiffre d'affaires annuel consolidé

### Très bonne résistance sur le trimestre

€ millions	Exercice 2009-2010	Exercice 2008-2009	%
<i>4<sup>ème</sup> trimestre</i>	65,4	66,6	-1,8%
<b>Total annuel</b>	<b>300,0</b>	<b>329,0</b>	<b>-8,8%</b>
<b>A taux de change constant</b>	<b>302,1</b>	<b>329,0</b>	<b>-8,2%</b>

- **L'activité directe enregistre près de 9% de baisse sur l'exercice (-8,2% à taux de change constant : 302,1 MEUR)**
- **Avec un parc actif réduit à 620 magasins contre 664 au 31 mars 2009**
  - **Les volumes de mobiles et d'actes commerciaux se maintiennent comparés à l'exercice précédent**
  - **Les ventes d'accessoires sont en forte progression**
  - **Les services (assurances, adsl, clés 3G) se renforcent, tirés par les nouveaux usages de l'internet mobile et les terminaux de type « smartphones »**
- **Le mix d'abonnement, toujours orienté vers le renouvellement, montre des signes de retour vers l'acquisition sur le 4<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice**

## Distribution Indirecte : 47,4% du chiffre d'affaires consolidé

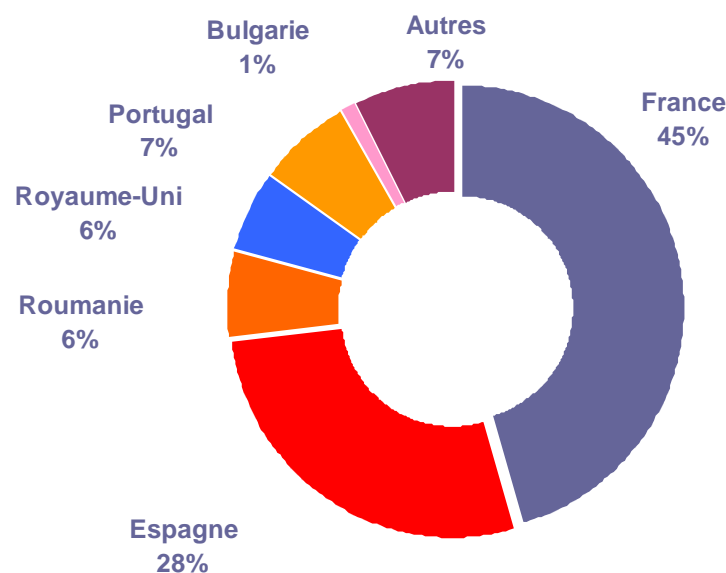
### La crise impacte sévèrement les parts de marché historiques

€ millions	Exercice 2009-2010	Exercice 2008-2009	%
<i>4<sup>ème</sup> trimestre</i>	52,3	87,7	-40,4%
<b>Total annuel</b>	<b>270,8</b>	<b>383,3</b>	<b>-29,4%</b>
<b>A taux de change constant</b>	<b>273,8</b>	<b>383,3</b>	<b>-28,6%</b>

- **Le durcissement de la crise a dégradé le chiffre d'affaires annuel de près de 30% sur l'exercice, atteignant un point bas de l'exercice au 4<sup>ème</sup> trimestre avec 40,4% de baisse**
- **Les ventes de mobiles et d'actes commerciaux ont enregistré des baisses significatives en France et au Royaume-Uni**
- **Les ventes d'accessoires en forte progression, constituent un relais de croissance par le ciblage de nouveaux clients en France, en Espagne, au Portugal, et au Royaume Uni**

## Positions géographiques défensives

### ► Répartition géographique 12 mois 2009/2010



- En France, l'activité globale est impactée par la baisse de rémunérations de notre partenaire de référence. L'activité directe enregistre un chiffre d'affaires en légère baisse hors subvention de magasins ; les ventes de services (clés 3G, assurance) et d'accessoires sont en hausse ;
- En Espagne, l'activité grossiste est en progression grâce au lancement des ventes d'accessoires ; l'activité directe est à peine impactée par la crise grâce à la qualité du réseau de magasins Internity ;
- En Roumanie, sur l'activité directe, le mix produit évolue au profit du renouvellement mobile dans un contexte de baisse de la consommation ;
- Au Royaume Uni, le chiffre d'affaires est toujours très fortement impacté par la crise économique qui sévit depuis deux ans ;
- Le Portugal a enregistré une croissance de son chiffre d'affaires sur le 4<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice vs le 4<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice précédent, à la fois sur les activités grossiste et directe grâce aux volumes réalisés, mais les opérateurs baissent la rémunération des services prépayés ;
- La Bulgarie, grâce à son positionnement unique, enregistre dans l'activité directe de bonnes performances sur le 4<sup>ème</sup> trimestre et réoriente positivement son activité.

## Perspectives Marché 2010

- Grâce à la multiplicité des terminaux multimedia, des O/S, des plate-formes d'applications associées et des couvertures haut débit (ADSL, 3G) des réseaux opérateurs, **les consommateurs** vont plébisciter les nouveaux usages et services de l'internet (géolocalisation, paiement en ligne, TV, téléchargement de musique, photos, vidéo...)
- Afin de capter ces nouveaux modes de consommation, qui ont tendance à saturer les infrastructures réseaux, **les opérateurs**, confrontés au déclin des revenus générés par les pressions réglementaires, la voix sous IP, les réseaux sociaux..., devront investir à court terme dans l'achat de fréquences supplémentaires et fortement à moyen terme, dans des technologies comme le HSPA++ (*High Speed Packet Access*), dans la nouvelle norme de réseaux mobiles LTE (*Long Term Evolution*) et dans la fibre.



## Valoriser le savoir-faire d'AVENIR TELECOM

- **Dans ce paysage ultra concurrentiel, nous allons renforcer notre présence sur le web**
  - **Pour apporter des solutions à nos clients opérateurs, revendeurs et grande distribution au travers d'un service personnalisé,**
  - **Et dans la distribution directe, notre site, par son offre très diversifiée, complètera en synergie avec nos points de vente physiques, notre offre ciblée et notre savoir-faire en magasins**