



Bouygues Telecom

Téléphonie multimédia mobile

Chiffre d'affaires 2003
3 283 M€ (+ 12 %*)
Ebitda / CA réseau
33,4 % (vs 31,5 %)
Résultat net part du Groupe
201 M€ (+ 55 %)

Collaborateurs
6 900

Chiffre d'affaires 2004 (o)
3 550 M€ (+ 8 %)

* hors CA pour compte de tiers

- ### Faits marquants
- Janvier : achat par Bouygues de la participation d'E.ON dans le capital de Bouygues Telecom. Sa part atteint 72,9 %.
 - Mars : création des forfaits Référence et Intégral.
 - Mai : lancement du GSM étendu pour améliorer encore la couverture du réseau.
 - Juin : mise en place de la portabilité du numéro ; obtention du Trophée de l'innovation sociale des télécoms.
 - Juillet : signature de la convention pour la couverture des zones blanches.
 - Octobre : Bouygues accélère sa montée dans le capital.
 - Novembre : i-mode s'enrichit (photo, animations, localisation) ; lancement du iPDA avec Microsoft ; le Campus i-mode™ réunit les éditeurs et les partenaires.

Créée en 1994, Bouygues Telecom s'est rapidement développée sur le marché particulièrement concurrentiel de la téléphonie mobile. Forte de 6,5 millions de clients en métropole, dont 4,2 millions de clients Forfaits, l'entreprise a aujourd'hui pour ambition de "devenir la marque préférée de service de communication mobile". Son objectif est de toujours mieux accueillir et servir ses clients.

i-mode™ : un succès confirmé



Lancé en exclusivité en France fin 2002 par Bouygues Telecom, cet internet de poche a convaincu, en un peu plus de douze mois,

près de 500 000 clients. Fin décembre 2003, 15 % des clients détenteurs d'un forfait 2 heures et plus sont abonnés à i-mode™. Sur l'année, plus du tiers des clients i-mode™ sont des nouveaux clients.

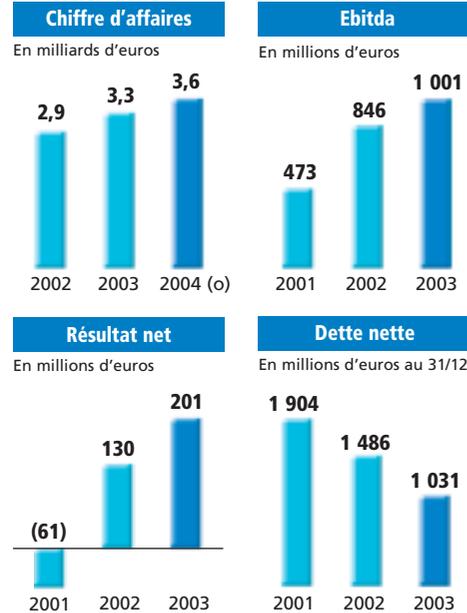
Ce succès est notamment dû à l'élargissement de la gamme de terminaux et à l'enrichissement de l'offre de services

avec le lancement de la photo, d'un catalogue de plus de 70 jeux, d'applications Java permettant de suivre l'information en temps réel (news, Bourse, actualité sportive) et des services de localisation "Près d'ici".

Les clients peuvent aujourd'hui accéder à plus de 220 sites officiels ainsi qu'à plusieurs milliers de sites indépendants. Ils disposent également d'un e-mail ouvert aux messageries du monde entier et à tous les téléphones multimédia.



- Dette nette en forte diminution : - 31 %
- Nouvelle hausse de la marge d'Ebitda sur le CA



La créativité commerciale

• Forfaits

Première à proposer la tarification à la seconde dès la première seconde, Bouygues Telecom a simplifié en 2003 sa gamme de forfaits. Elle s'articule autour des grands forfaits (de 2 à 10 h), Référence et Intégral, et des Mini-Forfaits qui s'adressent aux petits consommateurs (45 minutes et 1 h 30). Par ailleurs en 2003, Super Millennium, une nouvelle offre illimitée particulièrement généreuse, a rencontré un fort succès.



• Prépayé

Bouygues Telecom a généralisé la tarification à la seconde sur toutes les cartes dès janvier 2003. Carte Nomad est ainsi la seule offre prépayée du marché français à être décomptée à la seconde dès la première seconde, sans surcoût. La gamme de recharges a en outre été élargie en novembre. L'objectif était de la simplifier et de mieux l'adapter aux besoins des clients.

Bilan consolidé au 31 décembre		
	2002	2003
ACTIF (en millions d'euros)		
ACTIF IMMOBILISÉ	3 322	3 199
Stocks et en-cours	103	96
Créances d'exploitation et divers	1 378	1 283
ACTIF CIRCULANT	1 481	1 379
Trésorerie	441	303
TOTAL ACTIF	5 244	4 881
PASSIF (en millions d'euros)		
Capital social et réserves	1 350	1 553
Intérêts minoritaires	3	-
CAPITAUX PROPRES	1 353	1 553
Autres fonds propres	795	767
CAPITAUX PROPRES ET AUTRES FONDS PROPRES	2 148	2 320
Provisions pour risques et charges	54	36
Dettes financières	1 842	1 232
CAPITAUX PERMANENTS	4 044	3 589
PASSIF CIRCULANT	1 115	1 190
Concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque	85	102
TOTAL PASSIF	5 244	4 881

Compte de résultat consolidé		
	2002	2003
(en millions d'euros)		
CHIFFRE D'AFFAIRES	2 945	3 283
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	305	461
Produits et charges financiers	(150)	(144)
RÉSULTAT COURANT DES SOCIÉTÉS INTÉGRÉES	155	317
Produits et charges exceptionnels	-	47
Impôts sur les bénéfices	(26)	(166)
RÉSULTAT NET DES SOCIÉTÉS INTÉGRÉES	129	198
Quote-part de résultat net des sociétés mises en équivalence	-	-
Dotation aux amortissements des écarts d'acquisition	-	-
RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	129	198
Part des intérêts minoritaires	1	3
RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ (part du Groupe)	130	201

6,5 millions de clients

en métropole



Part de marché valeur

18,2 % en 2003
(17,6 % en 2002)

i-mode™ (à fin 2003)

500 000 clients
220 services
12 M d'e-mails
échangés en 2003

Service clients

2 500 conseillers
de clientèle
455 "Clubs
Bouygues Telecom"

SMS échangés en 2003

Plus de 2 milliards
(+ 33 %)

Réseau

11 000 relais
de transmission

Couverture internationale

Accords de roaming
avec 177 pays,
352 opérateurs



• Offres Entreprises

Grâce au lancement de nouvelles offres, multimédia mobile notamment, et à la portabilité du numéro, Bouygues Telecom a remporté de nombreux appels d'offres grands comptes : la SNCF, EDF-GDF, Ford, DHL, BNP-Paribas, le Conseil de l'Europe, Géodis, Interpol, Stéria et dernièrement Danone, Volkswagen et l'ESF, par exemple.

A l'écoute des clients

2 500 conseillers de clientèle sont à l'écoute des clients pour apporter une réponse adaptée à leurs besoins. Bouygues Telecom entend fonder les relations avec ses clients sur la confiance et la qualité, qui contribuent à leur fidélité. En 2003, l'entreprise a renforcé sa proximité et sa disponibilité :

- en développant un service d'urgence prioritaire et disponible 24 h / 24 (perte, vol, etc.),
- en offrant la gratuité du serveur vocal interactif d'assistance (614/630/634),

- en développant des solutions de contact multi-canal avec notamment l'ouverture du mail,
- en poursuivant la fiabilisation des systèmes d'information.

Un réseau de qualité

Dans les zones déjà couvertes, Bouygues Telecom poursuit la bi-bandisation de son réseau qui améliore encore la couverture et augmente les capacités de trafic pour favoriser les offres illimitées. Plus de 1 600 sites ont ainsi été modifiés en 2003 sur l'ensemble du territoire. Dans les zones rurales, Bouygues Telecom remplace des relais en 1 800 Mhz par des relais en 900 Mhz qui élargissent la surface couverte.



Parallèlement, Bouygues Telecom continue à étendre sa couverture, particulièrement sur les zones rurales, avec près de 600 nouveaux sites en 2003.

Le réseau "Clubs Bouygues Telecom"

Les 455 boutiques du réseau "Clubs Bouygues Telecom" réparties sur l'ensemble du territoire assurent une relation commerciale de proximité. Les offres de Bouygues Telecom sont également disponibles dans plus de 10 000 points de vente, de la grande distribution aux petits commerces, ainsi que sur Internet grâce à L@ boutique, véritable magasin on-line. Fortement implanté dans les centres-villes, le réseau a rééquilibré sa présence en 2003 en investissant des centres commerciaux très dynamiques.

Bouygues Telecom Caraïbe

Filiale à 100 % créée en janvier 2000, Bouygues Telecom Caraïbe a ouvert un an plus tard son réseau sur la Martinique, la Guadeloupe, puis sur la Guyane. Proposant des offres adaptées au marché local, ciblées notamment sur les formules prépayées, elle compte aujourd'hui plus de 116 000 clients. Elle a également poursuivi le déploiement de son réseau, désormais quasi complet.

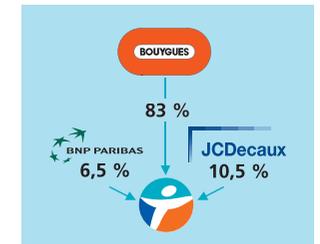


Renforcement de Bouygues

Avec le changement de stratégie du groupe allemand E.ON, Bouygues a acquis en janvier 2003 une partie des actions de Bouygues Telecom détenues par l'entreprise allemande, représentant 5,8 % du capital de Bouygues Telecom. L'opération a ainsi porté à 72,9 % la part du groupe Bouygues.

Le 30 décembre dernier, Bouygues a acquis le reste de la participation détenue par E.ON, soit 10,14 % du

capital de Bouygues Telecom, en levant l'option d'achat dont elle disposait jusqu'en octobre 2005. Bouygues détient désormais 83 % du capital de Bouygues Telecom.



PERSPECTIVES 2004

Bouygues Telecom vise une croissance de son chiffre d'affaires d'environ 8 %. Grâce à une offre de solutions simples et innovantes, l'entreprise va poursuivre ses efforts afin de conquérir la préférence des clients en termes d'usage et de services.

Elle s'est donc fixé quatre objectifs majeurs :

- le développement des services multimédia mobile, i-mode™ en particulier. Utiles et à un coût raisonnable, ils permettront de générer des revenus additionnels de la part des clients, particuliers ou entreprises,
- la poursuite d'un positionnement sur les segments de marché à forte valeur, les gros consommateurs et les entreprises, notamment au travers d'offres généreuses bien adaptées à leurs usages,
- l'amélioration de la rentabilité non seulement par un développement du chiffre d'affaires, mais aussi par une maîtrise des coûts d'exploitation et des dépenses commerciales,
- la préparation du déploiement des solutions haut débit (EDGE d'abord, puis UMTS).