

The Phone House annonce des résultats en forte croissance et anticipe les développements de la convergence sur le marché des télécoms :

- Développement du réseau de boutiques – de 275 à 500 d'ici la fin 2009 – et du canal Internet
- Diversification des produits distribués : mobiles bi-mode, PC « ultra-portables » et multimédia players
- Renforcement des investissements sur la marque
- Alliance avec Teleperformance dans le service client
- Recentrage sur le marché grand public et sur la distribution.

Suresnes, le 16 mai 2007 - A l'occasion de la présentation des résultats annuels du Groupe Carphone Warehouse annoncés fin avril (exercice clôturé en mars), Jean-Pierre Champion, Président Directeur Général de The Phone House, la filiale française du Groupe, présente les nouvelles orientations stratégiques de The Phone House sur le marché français des télécoms.

Les résultats de l'exercice 2006-2007 de The Phone House France sont marqués par une forte croissance, tant du chiffre d'affaires - + 22 % à 357 millions d'euros (1) - que du résultat net - + 13 % à 28 millions d'euros (1) -, croissance tirée principalement par l'activité « distribution ». Le réseau de boutiques est passé durant l'exercice de 220 à 275 et The Phone House a, par ailleurs, fortement élargi la gamme des mobiles commercialisés dans son réseau, et lancé en exclusivité plusieurs modèles, comme le E 900 Silver de Samsung, le LG KG800 Pink (Chocolat) ou encore le Sony Ericsson Z530i Stade Français.

Autre fait marquant : la commercialisation d'offres ADSL et des premiers terminaux bi-mode (GPRS ou 3G - Wi Fi), qui concrétisent réellement pour les utilisateurs la convergence entre les univers jusqu'ici séparés du mobile, du fixe et d'Internet. Une convergence qui devrait dans les 18 prochains mois, s'ouvrir à l'univers de la télévision avec la mise sur le marché de terminaux permettant de généraliser l'accès à la télévision mobile personnelle.

Pour The Phone House, ces évolutions technologiques majeures vont faire évoluer en profondeur le marché des télécommunications dans les prochaines années et transformer le métier de la distribution spécialisée. Les préalables technologiques à la commercialisation d'offres du type « triple ou quadruple play » sur le mobile sont, en effet, aujourd'hui, remplis : miniaturisation et interopérabilité des terminaux, augmentation des débits, intelligence embarquée (système d'exploitation, GPS, etc.)

The Phone House a choisi d'anticiper ces nouveaux défis en adaptant et en renforçant prioritairement son réseau de distribution et en développant ses investissements sur la marque The Phone House.

- **The Phone House s'est fixé pour objectif de faire passer de 275 à 500 le nombre de ses boutiques d'ici la fin 2009** et d'élargir simultanément son offre de terminaux, jusqu'ici centrée exclusivement sur les téléphones mobiles, en l'ouvrant à l'univers du PC pour commercialiser les « ultra-portables » ou « ultra mobiles PC », permettant de recevoir la télévision tout en ayant accès au web, à la messagerie et aux fonctionnalités habituelles du PC. Pour mener à bien cette diversification, The Phone House a décidé d'engager, dès les prochains mois, un important programme de recrutement et de formation de ses vendeurs pour les former à l'univers de l'informatique domestique et mobile.
- **The Phone House mettra, par ailleurs, prochainement en ligne dans le cadre de sa stratégie multi-canal, un nouveau site Internet doté de fonctionnalités** facilitant l'achat en ligne et permettant l'interfaçage avec son réseau de boutiques.
- Le développement de l'offre de terminaux devrait aussi s'accompagner d'une **ouverture à la distribution, en boutique et sur le net, de contenus accessibles à partir de ces différents**

terminaux : musique (carte mémoire incluant des albums, celui d'« I Am » en mai par exemple), jeux (carte mémoire incluant un jeu de poker), vidéos, etc.

- **Pour accompagner cette dynamique nouvelle, The Phone House a décidé d'investir dans sa marque** et devrait diffuser dans les prochains mois, pour la première fois de son histoire, un film publicitaire, dans le cadre d'une campagne conçue par l'agence FFL.

Ces développements marquent un recentrage de The Phone House sur le métier de la distribution et s'accompagnent d'évolutions significatives de ses autres activités.

Sur le métier de la relation clientèle, The Phone House a choisi de s'allier avec un des leaders du marché, le Groupe Teleperformance, pour s'ouvrir à de nouveaux secteurs hors télécoms et développer son activité sur le marché des appels sortants et à l'international. Cette alliance se traduit dès aujourd'hui par une prise de participation majoritaire de Teleperformance à hauteur de 62 %. The Phone House conservera une participation de 38% et souhaite, avec Teleperformance, continuer de développer sa filiale spécialisée The Phone House Services Telecom sur le marché français.

Par ailleurs, The Phone House a choisi de céder son activité B to B à un acteur spécialisé sur ce marché, Econocom, pour concentrer ses moyens financiers sur son métier de distributeur grand public.

Sur le marché de l'ADSL, caractérisé dans la période récente par une accélération du mouvement de concentration et un renforcement des initiatives des opérateurs mobiles, The Phone House a décidé de ne pas poursuivre la commercialisation de son offre Talk Talk pour se concentrer sur la distribution des offres des principaux acteurs du marché (Orange, Neuf Cegetel, voire demain Alice et SFR). Les clients actuels de Talk Talk se verront proposer, s'ils le souhaitent, une offre de migration vers d'autres fournisseurs d'accès.

« Ces différentes évolutions devraient permettre à The Phone House de maintenir une croissance satisfaisante de son chiffre d'affaires et de ses résultats durant les prochaines années et de conforter sa place de leader de la distribution spécialisée indépendante » déclare Jean-Pierre Champion, Président Directeur Général de The Phone House France.

1) Chiffres provisoires avant impôt et validation par les commissaires aux comptes

A propos de The Phone House France

Avec 275 magasins en propre et 2 700 collaborateurs dans toute la France, The Phone House est le n°1 de la distribution indépendante en télécommunications en France. Grâce à son approche multimarques, The Phone House a développé une expertise unique sur l'ensemble des segments du marché des télécoms : téléphonie mobile 2G et 3G, téléphonie fixe, accès Internet haut débit, offres double, triple et quadruple play et maintenant offres duales GSM-Wi-fi. The Phone House propose également un service client en téléphonie et en services télécoms avec 5 centres de relations clients.

The Phone House France est une filiale du groupe Carphone Warehouse (coté à Londres). Fondée sur sa totale indépendance envers les constructeurs, opérateurs et intermédiaires, la stratégie de The Phone House France est basée sur la priorité donnée au client et l'impartialité du conseil.

Plus d'information concernant The Phone House France

Pour les particuliers : Numéro indigo : **0825 07 8000**

Site Internet : www.phonehouse.fr

Nous sommes à votre disposition pour toutes questions !



OXYGEN

OXYGEN

Sandrine Mahoux/Steven Guennec/David Pilo

01 41 11 37 80/43

smahoux@oxygen-rp.com/sguenec@oxygen-rp.com/dpilo@oxygen-rp.com