



FAI À CÂBLE OUVERT

Officiellement nouveau PDG de Numericable depuis le 1er septembre, Pierre Danon s'est livré hier lors d'une conférence de presse, à quelques confessions, notamment sur son nombre d'abonnés et son avancement dans le Très Haut Débit.

A ce jour, Numericable revendique 3,5 millions d'abonnés à la télévision, 930 000 à Internet et 650 000 à la téléphonie. Il a déclaré non sans humour que «le service clients est passé d'un état catastrophique à une situation pas très bonne». Pour pallier ce retard par rapport à la concurrence, Pierre Danon a envisagé notamment d'augmenter le nombre de ses boutiques, 69 aujourd'hui, à une centaine avant la fin de l'année et environ 140 fin 2009.

Concernant l'offre puissance fibre, sur les 2,7 millions de prises accessibles au Très Haut Débit, 104 000 abonnés sont déjà effectifs, soit le parc le plus élevé du marché. «Sur le haut débit, le groupe Numericable-Completel est un peu en retard. Ce qu'on veut absolument réussir, c'est le très haut débit».

L'avance sur les concurrents est sans appel, mais rappelons que la fibre optique de Numericable s'arrête aux pieds des immeubles et ne constitue pas la solution la plus pérenne. Quand les autres joueront à qui proposera le débit le plus élevé, Numericable sera confronté aux limites techniques de la «fibre jusqu'au dernier amplificateur», quand les autres iront jusque dans votre salon...

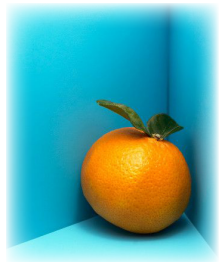
Source : **AFP**

Fibre Optique

ORANGE AMÈRE, ORANGE ACIDE, MAIS PRIX EN BAISSÉ...

Toujours à propos de fibre optique, lorsque Numericable évoque de son côté un chiffre de 104 000 abonnés à sa puissance fibre, Orange a reconnu avant-hier en compter presque sept fois moins. En décembre 2006, France Télécom annonçait un objectif de 150 000 à 200 000 abonnés sur un million de prises accessibles, pour un budget de 270 millions d'euros.

Au 30 juin 2008, et après «seulement» 120 millions investis, un peu plus de 14 000 clients sur Paris, l'Île-de-France et dix villes françaises étaient raccordés à la fibre optique d'Orange. Des chiffres «en décalage avec nos prévisions» reconnaît un porte-parole. Retard qu'Orange justifie par «une clarification incomplète du cadre réglementaire».



Autre affaire côté mobile cette fois, suite à la découverte des restrictions de débit (cf. **édition du 26 août**), un abonné d'Orange a aussitôt envoyé un courrier de mise en demeure... Première réponse de l'opérateur un gentil texto : «Orange Info: votre dossier est régularisé. Nous vous offrons 70.65 euros en déduction de votre prochaine facture. Merci de votre confiance». Une façon d'acheter le silence de l'abonné qui a refusé ce dédommagement. Affaire à suivre...

Dernier info pour l'opérateur historique, qui à partir du mois d'octobre va baisser de 5 euros une partie de ses forfaits Internet. Une façon peut-être de répondre à l'augmentation de 2 euros des forfaits de Numericable... L'opérateur reste cependant celui qui propose des forfaits parmi les plus chers du marché... Encore un petit effort :-)

Source : **La Tribune**



Free CHERCHE AGENCE DE PUB

Une petite brève pour annoncer que Free vient de lancer une compétition pour la gestion de son prochain budget publicitaire.

L'agence en titre depuis le début de l'année, CLM/BBDO et qui a entre autre réalisé les derniers spots TV, n'a pas voulu participer à cette consultation. Le budget total dédié à la communication reste quant à lui secret...

Source : **La Correspondance de la Publicité**

FAI

LE CONTRAT DE CONFIANCE NE SÉDUIT PAS...

Mercredi, le groupe britannique Kesa, propriétaire de Darty en France a indiqué avoir franchi la barre des 150 000 abonnés à Darty Box. Malgré ce chiffre décevant, le groupe «s'attend toujours à réaliser son objectif de recruter 100 000 nouveaux abonnés cette année. Pourtant sur les six premiers mois de l'année, seuls 29 000 foyers ont choisi la Darty Box.

A titre de comparaison, en un an, Free a recruté plus de 500 000 nouveaux abonnés. Bouygues qui arrivera finalement sur le marché de l'ADSL le 20 octobre prochain n'a qu'à bien se tenir...

Source : **Les Echos**



Le site qui déchire du vendredi CACAHUÈTE PERSO

Un cadeau à offrir couplé à un manque d'idée et c'est souvent le drame... Voici alors une petite idée originale qui plaira sûrement au plus grand nombre... Sur un site dédié, la marque M&M's propose de concevoir pour vous un modèle personnalisé. Choisissez la couleur ainsi que le texte et M&M's vous enverra vos petites billes en chocolat perso... Même si les dates de livraison peuvent être longues, les prix ne sont pas exorbitants... A voir sur : <http://www.mymms.fr/>



Newsletter

HAVE A BREAK

A partir de lundi et pendant une semaine, c'est notre Président Martin qui assurera l'intérim. Le temps de prendre un peu de repos et de vous concocter quelques nouveautés à mon retour... :-)

Au format PDF, cette newsletter est cliquable. Les mots en gras cachent des liens hypertextes. Passez la main Acrobat Reader sur l'un de ces mots, un W apparaît. Cliquez. Vous êtes sur Internet :-)
Toutes les marques de commerce, marques de service, logos et autres marques qui pourraient apparaître dans cette newsletter appartiennent à leurs propriétaires respectifs.