

Message du président

Groupe Kudelski
Rapport annuel 2004

L'année 2004 a été une année record pour le Groupe Kudelski tant au niveau de la croissance que des chiffres en valeur absolue. Avec un total des produits en croissance de 50% à plus de 619 millions de francs suisses, un bénéfice d'exploitation franchissant pour la première fois le cap des 100 millions de francs, et un bénéfice net de 77,2 millions de francs, la performance du Groupe s'avère particulièrement satisfaisante.

Toutefois, au-delà de ces chiffres records, 2004 restera certainement une année toute particulière dans l'histoire du Groupe Kudelski de par la démonstration faite par le management et l'ensemble des équipes de la faculté à traiter un nombre important de défis en parallèle – avec pour priorité la pose de nouveaux jalons pour l'expansion future du Groupe.

A l'exception de Nagra Public Access, l'ensemble des activités du Groupe Kudelski a réalisé un excellent exercice 2004. En particulier Lysis s'est profilé comme un acteur incontournable en Europe pour la génération de programmes VOD; Nagra Audio pour sa part a connu sa meilleure année en terme de ventes d'enregistreurs depuis 1990, époque où cette entité était le «core business» de la société Kudelski.

Télévision numérique

2004 marque le succès de la stratégie du Groupe visant simultanément à devenir le numéro 1 mondial du contrôle d'accès à la télévision numérique et à étendre sa présence à de nouveaux secteurs prometteurs au carrefour de la télévision numérique, de l'internet et de la téléphonie mobile.

Le développement de l'activité télévision numérique en 2004 a été particulièrement réjouissant dans la mesure où l'ensemble des objectifs stratégiques ont été atteints et de nouvelles opportunités de développement ont été saisies.

La croissance organique de plus de 50% a démontré la capacité de l'entité TV numérique de croître grâce à ses propres atouts et ses propres ressources dans un marché hautement compétitif et en continuelle mutation.

L'acquisition du pôle contrôle d'accès de Canal+ Technologies, MediaGuard, ainsi que la croissance organique, ont permis au Groupe Kudelski de tripler les revenus sur le continent européen alors que du côté américain, les revenus ont augmenté de 90% purement par croissance organique.

Parallèlement aux efforts poursuivis pour satisfaire les besoins du marché, une équipe spéciale travaille sur l'intégration de l'activité Nagra France (MediaGuard) au sein de l'entité télévision numérique du Groupe. Aujourd'hui, la première phase de cette intégration a été réalisée avec succès et les équipes de Nagra France et de Nagravision collaborent activement au développement de nouvelles technologies. Nagra France est devenue un pôle d'excellence pour plusieurs projets prometteurs, tels que la sécurité de la télévision sur Internet à large bande.

Si le Groupe Kudelski s'est forgé une réputation internationale grâce au développement de nouvelles technologies, il s'est toujours efforcé de synthétiser au bon moment un nouveau «business model» porteur avec une technologie de pointe. L'année 2004 ne fait pas exception à cette tradition: le Groupe a mis au point le concept des cartes à durée prédéterminée pour la télévision numérique terrestre, dont le premier client est le groupe italien Mediaset. Ce nouveau concept ouvre la perspective de développement d'une télévision numérique terrestre à péage où le téléspectateur se voit vraiment offrir un nouveau choix. L'engouement du public pour cette nouvelle offre est révélateur; près de 1,6 millions de cartes ont été distribuées jusqu'à la fin du premier trimestre 2005 en Italie.

Parmi les innovations riches en potentiel issues des laboratoires de la division télévision numérique, on peut également citer:

- Les solutions de sécurisation de la télévision sur les réseaux à large bande (DSL) qui ont été déjà retenues en 2004 par l'opérateur français neuf telecom.

- Les solutions d'enregistreurs numériques personnels (DVR) qui permettent non seulement d'enregistrer des émissions mais qui offrent en mode «push VOD» un choix instantané de films en «pay-per-view» à la demande, avec une convivialité d'utilisation inédite. Première et EchoStar ont déjà opté pour ces solutions et les proposeront à leurs clients au cours de l'année 2005.
- Un concept de distribution de contenu vidéo sécurisé sur les téléphones portables, permettant ainsi aux abonnés de nos clients opérateurs d'accéder aux émissions où ils veulent, quand ils veulent.

Le fonds d'activité récurrent de 2004 comprenant plus de 11,5 millions de cartes en mode locatif, les nouveaux contrats gagnés en 2004 ainsi que les développements ouvrant la porte à de nouveaux marchés créent une base solide pour la croissance future de la division télévision numérique.

Accès public

Malgré un nombre important de nouveaux contrats, l'activité accès public a connu une année 2004 difficile. Dans un environnement adverse, plusieurs importantes initiatives de réduction de coûts, à moyen et long terme, ont été lancées; les résultats devraient se faire sentir dès le deuxième semestre 2005. Cependant, plutôt que de se concentrer uniquement sur ce type de mesures, le Groupe a décidé d'accélérer sa stratégie de développement de nouveaux produits et d'expansion géographique, au prix de la rentabilité court terme. Un peu de patience sera nécessaire avant que ces efforts ne portent pleinement leurs fruits, étant donné que les cycles dans ce secteur sont plus longs qu'en télévision numérique.

Le marché accès public présente de nouveaux défis qui offrent de réelles opportunités et comportent quelques risques. Cette situation demande un repositionnement de l'offre, avec plusieurs nouveaux développements à la clef. Comme par le passé, le Groupe Kudelski est déterminé à sortir renforcé de ce type de situation.

Investir dans l'avenir

Depuis sa création en 1951, Kudelski n'avait jusqu'à présent jamais versé de dividende, préférant réinvestir l'ensemble de ses bénéfices pour développer ses activités. Aujourd'hui plus que jamais, le Groupe Kudelski a des projets de développement stratégiques pour assurer sa croissance future qui nécessiteront de réinvestir la plus grande partie des bénéfices dégagés.

A titre d'exemple, 29,5% du chiffre d'affaires de la division télévision numérique est réinvesti dans la recherche et le développement, illustrant parmi bien d'autres cas l'effort entrepris pour assurer l'avenir du Groupe.

Toutefois, afin de répondre aux attentes de bon nombre d'actionnaires, le conseil d'administration a décidé de proposer le versement d'un dividende de 20 centimes par action au porteur et de 2 centimes par action nominative, soit 2% de la valeur nominale.

Un tel dividende peut paraître faible, mais il faut se garder de perdre de vue l'impératif de préserver la vitalité à long terme du Groupe et sa capacité de croissance. Les opportunités de développement pour l'avenir n'ont jamais été aussi nombreuses qu'aujourd'hui mais, en même temps, la nécessité de rester à la pointe des évolutions technologiques n'a jamais été aussi forte, car dans un monde qui avance rapidement, être plus lent que le marché, c'est reculer – et risquer de perdre son leadership. Il ne s'agit pas seulement de viser juste, mais de pouvoir être plus rapide que nos concurrents et d'avoir les ressources pour «frapper fort».

C'est une telle approche – plutôt qu'un dividende 2004 plus substantiel – qui nous permettra certainement d'assurer à terme aux actionnaires un meilleur retour sur investissement.

André Kudelski