

Communiqué de presse

**PREMIER SEMESTRE 2009  
TRANSITION AU MODE SERVICE FINALISEE**

- Plus de 114 millions de smart cards et/ou modules actifs
- Le poste « chiffre d'affaires et autres produits d'exploitation » atteint CHF 454 millions (+7%)
- Résultat opérationnel de CHF 8,5 millions (+CHF 27 millions par rapport au premier semestre 2008)
- Bonne résistance de la division Accès public et stabilité de la division Middleware & Publicité
- Présence renforcée en Europe, en Amérique du Sud et en Asie, avec la conclusion d'importantes nouvelles affaires
- Perspectives positives pour la seconde moitié de l'année avec une rentabilité améliorée; prévisions pour l'exercice 2009 revues à la hausse
- Innovation : la mise en place de la TV 2.0

Chiffres clés – 1er semestre 2009, en CHF '000

(En CHF '000)	Janvier/juin 2009 non audité	Janvier/juin 2008 non audité	Variation %
Chiffres d'affaires net	447'608	418'386	+7.0%
Autres produits d'exploitation	6'372	5'820	+9.5%
<b>Total</b>	<b>453'980</b>	<b>424'206</b>	<b>+7.0%</b>
OIBDA	35'584	11'732	+303.3%
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>8'456</b>	<b>-18'463</b>	
<b>Résultat net</b>	<b>483</b>	<b>-39'839</b>	

**Cheseaux, Suisse – Le 28 août 2009** – Le Groupe Kudelski (SIX:KUD.VX), le leader mondial dans les solutions de protection de contenus médias et de technologies permettant la mise en œuvre de services à valeur ajoutée, annonce aujourd'hui ses résultats du premier semestre 2009. Durant cette période, le Groupe a commencé à récolter les fruits de la migration d'une part significative des smart cards vers le mode service. En 2008, le Groupe a livré plus de 25 millions de cartes de remplacement à différents opérateurs-clés, parmi lesquels Dish (Echostar), Bell et Sogecable. Au cours des premiers mois de cette année, la migration a été finalisée. En outre, depuis le mois de juin de cette année, les cartes déployées chez EchoStar génèrent des revenus de service à plein rendement.

Avec l'achèvement de la transition vers le mode service, la division Télévision numérique a sensiblement amélioré sa rentabilité opérationnelle durant ce premier semestre et cette tendance devrait se poursuivre dans la seconde moitié de l'année. La performance de la division Télévision numérique, ainsi que la bonne tenue de la division Accès public et la stabilité

de la division Middleware & Publicité ont permis au Groupe d'enregistrer une croissance des revenus et une amélioration importante du résultat opérationnel du Groupe.

Le poste « chiffre d'affaires et autres revenus d'exploitation » est en hausse de 7% par rapport au premier semestre 2008, atteignant CHF 454 millions. La «marge sur coût des marchandises» (élément pro-forma non-IFRS) est en hausse de CHF 18,2 millions, grâce à la conclusion de nouveaux accords avec des partenaires stratégiques. Avec un bénéfice opérationnel de CHF 8,5 millions, le Groupe est à nouveau dans les chiffres noirs comparé au résultat enregistré durant la même période de l'année dernière, améliorant sa marge d'exploitation de CHF 27 millions. Par rapport au premier semestre 2008, les charges de personnel ont augmenté de CHF 8,3 millions pour atteindre CHF 185,2 millions, tandis que le bénéfice net pour le premier semestre a été légèrement positif à CHF 0,5 million.

### **FORTE DYNAMIQUE DE LA TELEVISION NUMERIQUE**

La division Télévision numérique a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 301,3 millions, représentant une croissance de 12,2%. Le Groupe améliore sa rentabilité avec un bénéfice d'exploitation en hausse de CHF 33,2 millions, atteignant CHF 20,9 millions.

En Europe, les ventes ont augmenté de 7,9% pour atteindre CHF 168,0 millions.

Parmi les faits marquants de ce premier semestre, les affaires du Groupe sur le marché italien ont bien évolué grâce à la forte croissance des cartes Mediaset Premium et à l'augmentation de ventes de modules SmarDTV. Par ailleurs, Canal+ et TVCabo ont enregistré un fort taux de croissance à deux chiffres par rapport à la même période de l'an dernier.

Dans les Amériques, les ventes ont bondi de 42,7%, en raison de la livraison de cartes de remplacement chez EchoStar qui ont généré des revenus compensant largement le fléchissement des ventes observé en Amérique latine.

En Asie, les ventes sont en baisse de 12,9% à CHF 43,6 millions, certains grands opérateurs ayant ralenti leur politique d'investissements dans de nouveaux projets et réduit leur démarches d'acquisition de nouveaux abonnés en raison de la crise économique.

### **BONNE RESISTANCE DE L'ACCES PUBLIC**

Le ralentissement économique a faiblement affecté l'activité Accès public: la réduction du chiffre d'affaires net s'est limitée à 4,2 millions de francs et le bénéfice d'exploitation est en régression de CHF 3,2 millions. La surveillance des coûts de la division a été cruciale pour maintenir un niveau satisfaisant de rentabilité.

L'Accès public a réalisé des résultats particulièrement bons en Europe, avec des ventes en hausse de 2,1% par rapport au premier semestre 2008, tandis que les ventes extra-européennes ont reculé à un niveau absolu comparable à celui du premier semestre 2007.

Compte tenu de la saisonnalité habituelle de cette activité, l'Accès public est dans la bonne direction pour maintenir une rentabilité satisfaisante pour l'exercice complet.

### **MIDDLEWARE & PUBLICITE EN LIGNE AVEC LE PREMIER SEMESTRE 2008**

Le chiffre d'affaires de la Division Middleware & Publicité est en croissance de 1,3% pour le premier semestre, avec des ventes nettes atteignant CHF 65,4 millions. L'Asie / Pacifique et l'Afrique ont le plus largement contribué à ce résultat, avec un chiffre d'affaires de CHF 23,4

millions, en croissance de 22,6% par rapport au premier semestre 2008. D'autre part, l'Europe et les Amériques sont en contraction de presque 8% par rapport au premier semestre 2008, reflétant un ralentissement des livraisons de décodeurs chez certains clients.

La contribution de la division Middleware & Publicité est en régression par rapport au premier semestre de l'année dernière. Cette division affiche un bénéfice opérationnel de CHF 5,4 millions, soit une baisse de CHF 1,9 million par rapport au premier semestre 2008.

## **NOUVEAUX CONTRATS**

Durant le premier semestre 2009, la division Télévision numérique a continué à gagner de nouvelles affaires aussi bien dans son activité traditionnelle que pour les nouvelles solutions. En complément des annonces faites précédemment, les affaires suivantes sont annoncées aujourd'hui:

### HD+ (Allemagne)

Nagravision étend son programme d'intégration de décodeurs et de certification afin d'assurer la disponibilité du plus grand nombre de décodeurs HD+ lors du lancement commercial. Le modèle "retail" éprouvé de Nagravision combine les cartes à puce avec des décodeurs pour visionner des contenus prépayés. HD+ est une filiale de l'opérateur satellite SES ASTRA, la principale plate-forme DTH (direct-to-home) en Europe. HD+ est une nouvelle offre en haute définition par satellite destinée au marché allemand et offrant des services de télévision en haute définition. Les premières chaînes de ce bouquet comprennent RTL et VOX, qui diffuseront des programmes en HD à partir de cet automne. Les chaînes Sat.1, ProSieben et Kabel eins suivront en janvier 2010.

### Abertis Telecom (Espagne)

Nagravision a renforcé sa position de premier fournisseur de solutions d'accès conditionnel en Espagne en ayant été choisi par Abertis Telecom – le principal opérateur en Espagne offrant des services de pay-TV aux diffuseurs – pour sécuriser sa plate-forme "TDT Premium". Nagravision a créé pour Abertis Telecom un écosystème global comprenant des éléments disponibles sur le marché de grande consommation (décodeurs, téléviseurs numériques, modules d'accès conditionnel) grâce à sa collaboration avec d'importants fabricants tels que Samsung, Sony, Philips, Panasonic, Vestel, Pace, Sagem, Siemens-Gigaset, Zinwell, ADB et d'autres.

### Canal Overseas (Vietnam DTH)

Suite à un processus d'appel d'offres, Nagravision a été choisi comme seul fournisseur de technologie d'accès conditionnel par Vietnam Satellite Digital Television (VSTV). VSTV est une joint venture entre le Groupe Canal+ et Vietnam Cable Television, une filiale de VTV, le diffuseur du service public vietnamien, qui vise à développer la pay-TV par satellite au Vietnam.

## Dynamique de croissance dans les Amériques

- DISH Mexico, un partenariat entre Telmex, MVS et EchoStar, a lancé à fin 2008 une offre satellite dans 15 villes du Mexique en utilisant le système NAGRA Media ACCESS. En juillet de cette année, DISH Mexico a atteint 530'000 abonnés et prévoit de doubler sa base d'abonnés d'ici la fin de l'année.

Plusieurs nouveaux contrats ont été signés durant la première moitié de l'année:

- Au Panama, American Movil a choisi NAGRA Media ACCESS pour protéger son 6<sup>ème</sup> déploiement dans la région
- Claro Puerto Rico DTH lancera cette année une solution globale NAGRA Media TNT (télévision numérique terrestre) comprenant l'accès conditionnel, le middleware et les DVR
- Oi Brazil, un important opérateur de télécommunications du Brésil, a choisi la solution NAGRA Media DTH pour sa plateforme satellite
- Cable Magico Pérou va déployer plus de 100'000 décodeurs avec l'écosystème Livewire OS afin de répondre à la demande croissante en solutions économiques pour les abonnés au câble analogique
- Le deuxième opérateur de télécommunication du Brésil, Embratel, déploie la solution NAGRA Media ACCESS pour sécuriser ses contenus et gérer l'accès de plus de 100'000 abonnés à sa plateforme satellite
- Aux Etats-Unis, Globecast a lancé NAGRA Media Livewire OS pour ses nouveaux décodeurs

### **TV 2.0: NAGRAVISION OFFRE DES SERVICES DE WIDGETS AUX OPERATEURS TV**

Nagravision va présenter sa nouvelle plate-forme NAGRA Media Widget durant le salon IBC 2009 (Amsterdam, du 10 au 14 septembre 2009). Un widget est une petite application logicielle ingénieuse, intuitive et facile à utiliser, qui permet aux consommateurs de jouer avec des graphiques et des informations "en ligne". Elle permet de créer un environnement ciblé et familier où l'utilisateur reçoit des recommandations pertinentes qui sont susceptibles de le fidéliser à un certain service. Le fait d'offrir des services personnalisés aux utilisateurs accroît le taux de consommation de ces services, ce qui ouvre de nouvelles opportunités aux opérateurs de générer de nouveaux revenus ou de réaliser des revenus de « cross-selling ». Les widgets sont un point de départ en matière de télévision basée sur Internet et permettent aux opérateurs d'attirer de nouveaux abonnés, de fidéliser les abonnés existants et d'utiliser les réseaux sociaux et les contenus d'Internet pour faire du marketing viral. La plate-forme permet aux opérateurs de collaborer avec des fournisseurs de contenus pour développer des services widgets avancés en relation avec des contenus en direct ou à la demande pour les abonnés à la pay-TV. De plus, les opérateurs peuvent incorporer des revenus publicitaires d'Internet en complément aux revenus traditionnels issus de la diffusion TV.

## **PERSPECTIVES**

Avec l'achèvement de la migration de plus de 30 millions de smart cards/modules actifs vers le mode service au début de cette année, la rentabilité de la division Télévision numérique a commencé à se redresser au cours de ce premier semestre. Au second semestre, la performance opérationnelle de la division devrait continuer à s'améliorer, car celle-ci profitera pleinement des revenus générés par la base installée de cartes/modules en mode service.

Les résultats des divisions Accès public et Middleware & Publicité ont globalement été stables au cours du premier semestre avec des performances similaires à celles de l'année précédente. A court terme, nous ne prévoyons pas un retour à des taux de croissance historiques; cependant les deux divisions devraient maintenir leur dynamique de croissance durant le second semestre.

La montée en puissance des revenus issus du mode service des smart cards/modules migrés, ainsi que le strict contrôle des coûts, conduiront à une réelle amélioration de la profitabilité pour l'ensemble de l'exercice 2009; et ceci en dépit d'une croissance moins soutenue qu'initialement prévu dans certains secteurs d'activité du Groupe touchés par la conjoncture mondiale.

La direction prévoit un chiffre d'affaires 2009 se situant entre CHF 1,07 milliard et CHF 1,1 milliard, conformément à l'annonce faite le 27 février 2009, et un résultat opérationnel revu à la hausse, compris entre CHF 60 millions et 70 millions.

## **Note**

Le rapport semestriel 2009 est disponible en format PDF sous le lien suivant:  
[http://www.nagra.com/ir/2009/kudelski\\_fr.pdf](http://www.nagra.com/ir/2009/kudelski_fr.pdf)

X X X X X X X X X X

## **Note à la rédaction**

### **A propos du Groupe Kudelski**

Le Groupe Kudelski (SIX: KUD.VX) est l'un des principaux fournisseurs au monde de solutions de sécurisation des contenus numériques et interactifs répondant aux besoins des plates-formes numériques convergentes. Ses solutions interviennent dans de nombreuses applications nécessitant un contrôle d'accès et une gestion des droits. Elles permettent de protéger les revenus des propriétaires de contenus ainsi que des fournisseurs de services et d'applications interactives opérant sur des réseaux broadcast, à large bande et mobiles. Le Groupe est également un leader technologique mondial dans le domaine du contrôle de l'accès de personnes et de véhicules à des sites et à des événements. Et enfin, l'entreprise offre une ligne de produits audio professionnels et Hi-Fi haut de gamme. Le siège du Groupe se situe à Cheseaux-sur-Lausanne, en Suisse. Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site [www.nagra.com](http://www.nagra.com).

## **Contacts :**

Santino Rumasuglia  
*(contact investisseurs et analystes financiers)*  
Kudelski Group  
Head of Investor Relations  
+41 21 732 01 24  
[santino.rumasuglia@nagra.com](mailto:santino.rumasuglia@nagra.com)

Daniel Herrera  
*(contact médias d'intérêt général)*  
Kudelski Group  
Head of Corporate Communications  
+41 21 732 01 81  
[daniel.herrera@nagra.com](mailto:daniel.herrera@nagra.com)