

COMMUNIQUE DE PRESSE

Groupe Kudelski: chiffre d'affaires et bénéfice solides au premier semestre 2006

(en milliers de CHF)	Janvier/Juin 2006	Janvier/Juin 2005	Variation %
Chiffre d'affaires net	305'085	334'445	-8,8%
Produit résultant de la vente de filiale/ Autres produits d'exploitation	59'236	1'143	
Total	364'321	335'588	+8,6%
OIBDA	117'661	82'476	+42,7%
EBIT	97'339	64'459	+51,0%
Bénéfice net	90'310	37'941	+138,0%

Cheseaux, le 24 août 2006

Le Groupe Kudelski annonce un chiffre d'affaires de CHF 305,1 millions et un produit résultant de la vente de Ticketcorner de CHF 59,2 million. Le chiffre d'affaires net, autres produits d'exploitation et le produit résultant de la vente atteint CHF 364,3 millions, une augmentation de 8,6% par rapport au premier semestre de l'année dernière.

L'EBIT atteint CHF 97,3 millions, soit une hausse de CHF 32,9 millions par rapport à la même période en 2005, alors que le bénéfice net a plus que doublé, passant de CHF 37,9 millions à CHF 90,3 millions. La génération de liquidités continue d'être soutenue avec cash flow résultant de l'activité opérationnelle de CHF 70 millions.

Le Groupe annonce plusieurs nouveaux accords ainsi que le lancement avec succès de la solution Nagra Mobile en Italie avec 110'000 abonnés après seulement 5 semaines de déploiement.

Pour l'année 2006, le Groupe prévoit un chiffre d'affaires total plus produit résultant de la vente de l'ordre de CHF 730 à 745 millions et un EBIT entre CHF 135 et 150 millions.

SOLIDES RESULTATS SEMESTRIELS

S'inscrivant dans la suite de 2005 - une année record -, le premier semestre 2006 confirme la forte dynamique du secteur Télévision numérique du Groupe et le développement constant des activités Accès public.

En Télévision numérique, le moteur des résultats du premier semestre 2005 avait été le volume important de cartes de remplacement livrées à des clients tels qu'EchoStar, Digital+ et Bell ExpressVu. Durant la première moitié de cette année, la division Télévision numérique a généré un total des produits de CHF 239,9 millions. Ceci représente une croissance structurelle de 26,7% par rapport au chiffre d'affaires pro-forma du premier semestre 2005, hors cartes de remplacement. La base installée de cartes générant des revenus en mode locatif a augmenté de 14% pour atteindre 14,2 millions d'unités, avec un total de cartes/modules actives dépassant les 66 millions d'unités.

Suite à la réduction de la participation du Groupe au capital de Ticketcorner à 28%, le total des produits consolidé de Ticketcorner de CHF 10,9 million n'est désormais plus consolidé dans le secteur Accès public. A périmètre de consolidation constant, le total de produits de ce secteur a augmenté de 9%, passant ainsi de CHF 59,8 millions à CHF 65,1 millions.

Les résultats au 1er semestre 2005 ont été convertis selon les nouvelles normes comptables IFRS.

ANALYSE PAR REGION

En termes absolus, l'Europe a été le moteur principal de la performance du secteur Télévision numérique. Les ventes nettes ont augmenté de 19% à CHF 137,9 millions. En plus des clients existants tels que le Groupe Canal+, Premiere, UPC et NTL/Telewest, le Groupe a étendu sa présence à plusieurs autres opérateurs. Les câblo-opérateurs allemands génèrent d'importants volumes de nouvelles cartes, comprenant notamment les premières cartes de « basic encryption ». En Italie, Mediaset poursuit son très fort développement aussi bien en termes de nouvelles cartes qu'en déploiement de nouvelles fonctionnalités. Parmi les autres clients à l'origine d'importants volumes de cartes durant le premier semestre figurent l'opérateur d'Europe de l'Est RCS, actuellement en phase de lancement, TV Cabo au Portugal et Polsat en Pologne. Ensemble, ces trois opérateurs ont généré près d'un million de nouvelles cartes durant le premier semestre.

Dans les Amériques, la Télévision numérique a réalisé des ventes de CHF 65,9 millions, restant dans la continuité de l'année dernière hors cartes de remplacement. Les opérateurs brésiliens Net et TVA se sont particulièrement bien développés aussi bien au niveau des cartes qu'en vente d'équipements.

En Asie, la Télévision numérique a réalisé un taux de croissance de 62% atteignant CHF 35,4 millions. Ce résultat reflète en particulier le développement positif d'Astro dans le sud-est asiatique ainsi que le déploiement d'une suite complète de solutions chez Starhub à Singapour.

Si l'Europe continue à être le moteur principal des ventes de la division Accès public, les marchés américains et asiatiques ont continué à afficher un taux de croissance élevé, avec notamment une hausse des ventes de 31% et 34% respectivement par rapport au premier semestre de l'année dernière. En deux ans, la part des ventes issues de ces deux marchés a passé de 8% à 18% des ventes totales de la division Accès public.

NOUVEAUX ACCORDS

Durant la première moitié de l'année, le Groupe a continué à renforcer sa présence en Télévision numérique et en Accès public grâce à la conclusion de nouveaux accords :

- Sur le marché de la télévision mobile, **Telecom Italia TIM**, le plus gros opérateur de réseaux mobiles d'Italie, a choisi Nagravision pour son service de télévision mobile DVB-H ((Digital Video Broadcasting - Handheld). S'adressant aux 26 millions d'abonnés italiens de TIM, le service TIM sécurisé par Nagra Mobile sera commercialisé cet automne sous forme d'abonnement. TIM est le plus important opérateur de réseaux mobiles à commercialiser un service de télévision mobile sur DVB-H.
- Le Groupe renforce son leadership sur le marché de la télévision numérique terrestre (TNT) italien en signant un accord avec **Espansione TV**. Cet opérateur diffusera des services de pay-per-view (paiement à la séance) sur la plate-forme TNT italienne avec la solution d'accès conditionnel Nagravision. Ces services utiliseront le business model éprouvé de Nagravision permettant l'accès sécurisé et anonyme à des contenus sélectifs grâce à des cartes à puce prépayées.
- **Telefonica** a choisi Nagravision comme fournisseur de solution d'accès conditionnel pour ses opérations DTH en Amérique Latine. Afin de garantir une introduction rapide sur le marché, Telefonica a choisi Nagravision comme

intégrateur global de sa plate-forme, et notamment des têtes de réseau ainsi que des décodeurs. L'approche « multi-marché » de notre solution permettra à l'opérateur de déployer une offre visant de multiples pays dans toute l'Amérique Latine.

- Le Groupe a signé un nouveau contrat avec **IPTV Americas** pour le lancement du premier service IPTV sur MPEG-4 AVC d'Amérique Latine. IPTV Americas fournira une plate-forme de tête de réseau destinée aux opérateurs télécoms et supportant des services de téléphonie, Internet et de télévision. Cette plate-forme utilise le vaste réseau en fibre optique déployé par l'opérateur à travers toute l'Amérique Latine.
- **GTD**, un opérateur télécoms au Chili, a choisi la solution clé-en-main de Nagravision, comprenant l'accès conditionnel et l'interface utilisateur, de même que le middleware Livewire. A l'instar d'autres opérateurs dans cette partie du monde, GTD a choisi Nagravision en raison de sa capacité à livrer une suite de solutions éprouvées et pré-intégrées permettant un déploiement rapide et fiable.
- L'un des plus importants opérateurs télécoms d'Europe de l'est **RCS&RDS**, dont les services satellite DTH DigiTV sont diffusés en Roumanie, en Hongrie, en Slovaquie et nouvellement en République Tchèque, a signé un contrat pour la mise à jour de ses systèmes actuels d'accès conditionnel et de gestion des abonnés Nagravision afin de fournir à RCS une plateforme entièrement redondante. Cet accord, qui prévoit la livraison de 2 millions de cartes sur 24 mois, dont un million en 2006, permettra à RCS de développer ses activités avec succès et d'élargir son offre DTH à de nouveaux.
- Dans le secteur Accès public, SkiData a enregistré une croissance de sa base d'abonnés, grâce à la signature de nouveaux contrats en Europe comme, par exemple, les stations de ski de **Branäs (Sweden)** et d'**Obertauern (A)**, des stades de football en France (**Nantes**), et **plusieurs clubs britanniques (p.ex. Celtic Glasgow, Everton FC)**, ainsi que le prestigieux parking à **Paris (Champs-Élysées)** parmi d'autres en Europe. Par ailleurs, SkiData jouit d'un succès grandissant en-dehors d'Europe; la société a notamment signé des accords relatifs à un projet d'accès pour le ski en Corée (**Kangwoon Land**), à sept projets de parkings en Australie (**Westfield**), l'aéroport de HongKong et bien d'autres projets aux USA (p.ex. à Baltimore et aux Schermerhorn Symphony à Nashville).

TELEVISION MOBILE

Lancées en 2005, les solutions Nagra Mobile rencontrent un intérêt croissant dans l'industrie des mobiles, se distinguant comme solution de choix des opérateurs de réseaux mobiles de premier rang et des partenaires technologiques. Le Groupe a terminé l'intégration de son système d'accès conditionnel avec les fournisseurs de téléphones mobiles DVB-H tels que BenQ, LG, Motorola, Sagem et Samsung et avec les fournisseurs de cartes SIM tels que Gemalto, Giesecke&Devrient, Oberthur, Sagem Orga et ST Incard. Déjà à ce stade initial du développement du marché, Nagra Mobile offre une plate-forme ouverte supportant une très grande variété d'appareils.

Les investissements commencent à porter leurs fruits. Le Groupe a pris le leadership du marché de l'accès conditionnel pour la télévision mobile sur DVB-H grâce à l'adoption et le déploiement massif d'un premier système d'accès conditionnel intégré avec plusieurs partenaires fournisseurs de technologies de téléphonie mobile.

En juin 2006, l'opérateur de réseau mobile pionnier, 3 Italia, a lancé le premier service commercial au monde en DVB-H pour la Coupe du Monde de Football. 3 Italia offre les meilleurs contenus italiens provenant de Mediaset, SKY Italia et la RAI et a diffusé l'intégralité des 64 matches de la Coupe du Monde pour les consommateurs italiens de téléphonie mobile. Les taux d'acceptation initiaux s'avèrent prometteurs, 3 Italia ayant acquis 111'000 abonnés en télévision mobile en 5 semaines et visant à atteindre un million d'abonnés d'ici la fin de l'année.

Avec l'annonce du service TV DVB-H de TIM cet été, l'Italie est devenu le marché phare de la télévision mobile DVB-H et un benchmark pour le reste de l'industrie.

IPTV

Sur le marché IPTV, Jazztel (Espagne) a lancé sur le plan national son service de télévision Jazztelia basé sur l'accès conditionnel Nagra IP. Ceci s'ajoute à la liste des déploiements réussis de services Nagra IPTV et démontre les qualités de fiabilité, d'ouverture, d'évolutivité et de sécurité de Nagra IP.

Par ailleurs, Quative, une société du Groupe Kudelski, a mis en place des systèmes pilotes de sa plate-forme de services Quative IPTV. La plate-forme est pré-intégrée avec les systèmes Lysis de gestion du contenu et de DRM, le système de protection de contenu Nagra IP et Quative Reference Application Suite, permettant la mise en œuvre d'un ensemble complet d'applications IPTV de base.

NOUVELLE LIGNE DE PRODUITS

Suite à l'acquisition de la division DTV de SCM Microsystems, le Groupe Kudelski a fondé SmarDTV, une entité détenue à part entière par le Groupe et fournissant des solutions amovibles de sécurité pour les appareils numériques. Les produits SmarDTV permettent l'accès hautement sécurisé à une vaste palette de contenus autorisés de PayTV, à la maison ou de manière mobile. Les principales lignes de produits de SmarDTV sont des modules d'accès conditionnel tels que DVB-CI (par exemple les bien établis WorldCAM DVB-CI et EuroCAM) et CableCards, qui fonctionne avec une variété de systèmes d'accès conditionnel.

Autant que possible, SmarDTV continuera à supporter les produits SCM déjà déployés, en s'assurant que les investissements des opérateurs et des consommateurs soient protégés de manière adéquate. SmarDTV continuera à maintenir et à améliorer la qualité et la durabilité reconnues de ces produits.

PERSPECTIVES

Durant le second semestre de l'année, le Groupe prévoit une légère augmentation des revenus en Télévision numérique par rapport à la forte base établie durant le premier semestre, cependant avec une composition des revenus moins favorable qu'au premier semestre. Comme au premier semestre, aucune contribution matérielle au chiffre d'affaires provenant des changements de cartes n'est attendue au second semestre.

En Accès public, le modèle habituel de saisonnalité devrait conduire à une augmentation matérielle des revenus au deuxième semestre et par conséquent à un résultat annuel positif.

Globalement, le Groupe prévoit pour l'année 2006 un chiffre d'affaires total plus produit résultant des ventes de l'ordre de CHF 730 à 745 millions et un EBIT se situant entre CHF 135 et 150 millions.

Contact : Santino Rumasuglia, +41 21 732 01 24
Anne-Sophie Schlachter +41 21 732 07 38