



OPÉRATEUR LOCAL BGCTV diffuse plus de 170 programmes de télévision.

## LE PARI CHINOIS DE KUDELSKI

**TECHNOLOGIE.** Le groupe technologique de Cheseaux a inauguré la semaine dernière un centre de recherche et développement à Pékin. Dans le viseur, le développement faramineux du marché télévisuel digital et mobile.

PATRICK OBERLI

C'est l'effervescence ce mercredi 11 novembre au 21<sup>e</sup> étage d'un building du district de Chaoyang, quartier de Pékin né avec l'ouverture chinoise au capitalisme. La neige qui tombe dru – la faute, dit-on, à une mauvaise utilisation de produits chimiques par les météorologues – n'y est pour rien. La raison est protocolaire. Le groupe Kudelski va présenter à la presse chinoise venue en masse comment il compte prendre racine à Pékin. Point d'orgue de l'événement: l'inauguration d'un centre de recherche et développement que le groupe de Cheseaux vient d'ouvrir. La centaine d'ingénieurs engagés témoigne de sa grande ambition. Parce que la Chine et l'Asie du Sud-Est sont les régions du monde où l'avenir de la télévision s'annonce le plus radieux. Et c'est bien du côté du petit écran que Kudelski entend consolider son avenir, même si l'emblématique enregistreur Nagra n'a pas disparu. Mais qu'on ne s'y trompe pas: TV ne signifie pas production d'émissions. Les apports du



INAUGURATION André Kudelski, président et directeur général de Kudelski Group (au centre), a convié l'ambassadeur de Suisse à Pékin, Blaise Godet (à dr.), à l'inauguration du nouveau centre R&D.

groupe sont invisibles tout en étant essentiels aux opérateurs, puisqu'il s'agit de solutions d'accès conditionnel (Canal+ ou, tout récemment, Gol, chaîne thématique dédiée au football en Espagne) ou la fourniture de solutions de télévisions mobiles. Amoureux assumé de la Chine, André Kudelski, président et directeur général du groupe homonyme, se veut diplomatique et rend hommage à l'assemblée: «Notre volonté est de nous rapprocher des opérateurs de télévision, nos clients. Pékin

jouera un rôle essentiel dans notre développement.» Surtout, parce que, dans la télévision interactive – la TV 2.0 –, l'environnement ne peut être importé d'une autre culture. Il doit tenir compte des habitudes des téléspectateurs. Un sacré défi dans une région où la consommation télévisée explose parallèlement au miracle économique; 500 000 téléviseurs sont vendus chaque année dans la seule capitale et l'on estime à 500 millions le nombre de récepteurs actifs dans l'en-

semble du pays, dont 180 millions reliés au câble. Une masse qui stimule aussi les demandes pour des programmes particuliers, ce qu'offre Beijing Gehua CATV Network (BGCTV), opérateur «local» diffusant 178 programmes et détenu à 70% par l'Etat, dont Kudelski a décroché la confiance. «Même s'il n'y a que 3% de ces personnes qui peuvent payer ce service, le marché est intéressant», relève Luo Xiaobu, vice-président et responsable du marketing de BGCTV en dégustant avec satisfaction un concombre des mers.

**Télévision mobile.** L'autre cible de Kudelski à Pékin est le développement de la télévision mobile. Sur des écrans de GPS, de téléphones ou autres (plus de 300 modèles à disposition), les téléspectateurs de Pékin semblent raffoler de ce mode de consommation qui leur permet de tuer les longues heures de déplacement, en bus, en voiture ou dans le métro. Cette mise en adéquation sera la mission des ingénieurs chinois, aux salaires annuels de >>>

>>> 50 000 dollars, recrutés sans peine: «La crise a contraint de nombreuses sociétés, notamment françaises et américaines, à se séparer de collaborateurs hautement qualifiés. Nous en avons profité», explique le patron vaudois. Une manière aussi pour le groupe ayant réalisé 1 milliard de francs de chiffre d'affaires en 2008, de rééquilibrer «effectifs et revenus» vers un continent-région qui «sera notre premier marché dans dix ou vingt ans. Aujourd'hui, l'Asie représente 24% de nos ventes (48% en Europe et 28% aux Etats-Unis), pour seulement 7% de nos effectifs.» Le défi est de taille. Et le processus, malgré les chiffres astronomiques, pas encore acquis. Pierre Roy, directeur opérationnel de Kudelski: «Actuellement, les Chinois ne paient encore que 2 dollars par mois pour l'accès au câble. Ce qui est très bas. Nous escomptons que le chiffre d'affaires mensuel

réalisé par l'opérateur avec un client passera bientôt à 8 ou 10 dollars. Mais on reste très loin des 45 à 50 francs mensuels que les Européens paient pour regarder BskyB ou Canal+.» Le succès de cette technologie dépendra aussi du développement de l'interactivité télévisée, comme, par exemple, les très prisés programmes de karaoké.

Côté télévision mobile, Kudelski travaille avec China Mobile Multimedia Broadcasting (CMMB), diffuseur entre autres de télévision mobile. Neuf chaînes sont déjà disponibles dans les rues de la capitale, moyennant quelques yuans par mois (moins de 1 franc). Une technologie qui n'a pas encore vraiment essaimé ailleurs qu'en Asie. Une aubaine, estime Pierre Roy: «Le mouvement vers la Chine n'est pas unilatéral. Pour le mobile, nous espérons que les solutions développées là-bas pourront être exportées.»

**«DANS DIX OU VINGT ANS, L'ASIE SERA NOTRE PREMIER MARCHÉ.»**

André Kudelski, président de Kudelski Group

### LA SEMAINE DES RACHATS AUX ÉTATS-UNIS

Entre le 9 et le 13 novembre 2009, trois sociétés emblématiques du développement technologique suisse ont annoncé le rachat ou l'aboutissement d'une offre publique d'achat sur des firmes américaines pour un total de plus d'un milliard de francs.

• **KUDELSKI GROUP MET LA MAIN SUR OPEN TV:** même si Kudelski détenait déjà la majorité des droits de vote de la société américaine, la bagarre a été difficile jusqu'au dernier jour de l'OPA. L'investissement consenti pour acquérir les actions qui n'étaient pas en sa possession au moment du lancement de l'offre se monte à quelque 154 millions de dollars (prix des actions + frais divers).

• **LOGITECH RACHÈTE LIFESIZE COMMUNICATIONS:** Logitech a cassé sa tirelire en déboursant 405 millions de dollars pour la société américaine basée à Austin et spécialisée dans les vidéoconférences pour entreprises. LifeSize Communications est le plus gros investissement jamais consenti par le groupe vaudois.

• **SONOVA (EX-PHONAK) S'OFFRE ADVANCED BIONICS CORP.:** le groupe zurichois, spécialisé dans les appareils auditifs, s'est ouvert un nouveau marché en payant en liquide 489 millions de dollars pour le rachat de Advanced Bionics Corporation, entreprise spécialisée dans les implants cochléaires et basée à Los Angeles. ○ PO