NASPERS-JAARVERSLAG 2009

Oorsig van werksaamhede

Die Naspers-groep het die volgende belange:

1. Internet

2. Betaaltelevisie

3. Drukmedia

4. Tegnologie

Internetplatforms, hoofsaaklik in Middel- en Oos-Europa, China, Rusland, Brasilië, Afrika, Indië en Thailand. Dienste sluit in e-handel, gemeenskappe, kommunikasie, sosiale netwerke, vermaak en mobiele toepassings.

Betaaltelevisie-intekenaarplatforms en -kanale, insluitend mobiele televisie, in Suid-Afrika en die res van Afrika suid van die Sahara.

Tydskrifte, koerante, drukkerye, verspreiders en boekuitgewers in Suid-Afrika, asook drukmediabeleggings in Brasilië en China.

Ontwikkeling van 'n aantal onderliggende tegnologieë vir internet-, betaaltelevisie- en mobiele platforms.

INTERNET

NASPERS-operateurs

allegro

@mail.ru

ibibo

Gadu-Gadu

24

Tencent 腾讯

- Ricardo
- Molotok
- MXit
- Sanook!
- MWEB
- Nimbuzz
- ACL Wireless
- Compera nTime
- BuzzCity

Omset* *(in rand miljoene)*

Ebitda* *(in rand miljoene)*

Bedryfswins* *(voor amortisasie en ander winste/(verliese) in rand miljoene)*

** Sluit ons aandeel van Tencent en mail.ru in.*

⏭ INTERNET

MIH het in die vorige jaar Allegro, Ricardo en Gadu-Gadu aangekoop. Vanjaar het MIH belange in BuzzCity ('n mobieleadvertensie-netwerk), Compera nTime (voorste verskaffer van mobiele waardetoevoegingsdienste in Brasilië) en Vatera ('n toonaangewende e-handelsplatform in Hongarye) verkry.

MIH het ook sy aandeel in mail.ru, 'n Russiese internetmaatskappy, met 10% verhoog tot 43%. Daarbenewens het Allegro en mail.ru hul belang in die Russies-gebaseerde e-handelsplatform, Molotok, verhoog. Molotok word nou gesamentlik deur MIH en mail.ru besit.

Europa

Ons Europese bates is in die internet-segment van transaksieplatforms,

INTERNET *(vervolg)*

gemeenskappe, kommunikasieplatforms, vermaak en mobiele toepassings bedrywig. Inkomste word hoofsaaklik verkry uit die fasilitering van e-handelstransaksies, geklassifiseerde advertensies, betalingsdienste, prysvergelyking, advertensies, en betaalde waardetoevoegings- en kommunikasiedienste soos VoIP (stem-oor-internet-protokol).

Die Europese portefeulje bestaan uit vyf kernondernemings: mail.ru is gesetel in Moskou (Rusland), Gadu-Gadu in Warskou (Pole), die Allegro-groep in Poznan (Pole), die Ricardo-groep in Zug (Switserland) en Nimbuzz in Rotterdam (Nederland). Hierdie bedrywighede is oor 20 lande versprei, met kantore in 28 stede.

mail.ru het sy sterk groei voortgesit en sy gebruikersbasis uitgebrei tot 78 miljoen unieke besoekers met 58 miljoen aktiewe e-posgebruikers. mail.ru is in Rusland die leier op die gebied van selfoonkitsboodskappe. Sy informele speletjiesplatform het gegroei tot 10 miljoen gebruikers aan die einde van Maart 2009 en sy sosiale netwerkplatform *Moi Mir* (My Wêreld) bedien 26 miljoen aktiewe gebruikers.

Gadu-Gadu het sy leiersposisie ten opsigte van kitsboodskapdienste uitgebrei en sy geregistreerde gebruikersbasis tot 15 miljoen vergroot. Gadu-Gadu se informele speletjiesportaal het teen die einde van Maart 2009 sowat 500 000 aktiewe gebruikers gehad.

Die Allegro-groep bestaan uit aanlynveilings- en vasteprys-platforms, geklassifiseerde platforms (bv. motor-, eiendoms-, beroeps- en reisadvertensies), prysvergelykingsdienste en sosiale inkopiewerwe, asook 'n betalingsplatform. Verskeie van hierdie dienste word gelewer in Pole, Tsjeggië, Slowakye, Hongarye, Boelgarye, Roemenië, Oekraïne, Letland, Litaue en Estland. Allegro het die afgelope jaar sy bedrywighede in hierdie markte uitgebrei, terwyl sy posisie in Rusland gekonsolideer is, waar hy en mail.ru

mede-eienaars van Molotok is. Laasgenoemde is die voorste transaksieplatform in daardie mark. In Hongarye het Allegro die transaksieplatform Teszvesz in geheel verkry, asook Vatera ('n aanlynveilingsplatform). Arjan Bakker, uitvoerende hoof van Allegro, en sy span beplan om in verdere diversifisering binne Allegro te belê.

Ondanks stram ekonomiese toestande in Wes-Europa het die Ricardo-groep sy leiersposisie in Switserland gekonsolideer en nuwe sake in Griekeland en Oostenryk geloods.

Nimbuzz, waarvan MIH nou 38% besit, is 'n Nederlands-gebaseerde tegnologiefirma wat fokus op mobiele kitsboodskappe en stem-oor-internet-protokol (VoIP). Die maatskappy het in Mei 2008 sy produk- en diensreeks amptelik bekend gestel en het reeds ongeveer vyf miljoen gebruikers.

Indië en Suidoos-Asië

In Indië het ibibo sy sosiale netwerk- en vertikale soekdiens oor die afgelope jaar sterk ontwikkel. Die gesamentlike onderneming met Tencent het gelei tot die bekendstelling van 'n aantal nuwe dienste, waaronder kitsboodskap-dienste, e-pos en informele aanlynspeletjies.

MIH besit ook 30% van ACL Wireless, 'n mobiele waardetoevoeger wat in Indië gesetel is. ACL Wireless lewer dienste in sowat 38 lande. Tydens dié jaar het hulle 'n nuwe mobiele sosiale netwerkdiens, *frenzo*, bekend gestel.

78

miljoen unieke besoekers by mail.ru

INTERNET *(vervolg)*

In Thailand voer *Sanook!* steeds die botoon as die voorste portaal.

Die groep het die afgelope jaar 'n 25%-belang in BuzzCity in Singapoer bekom. Dis die voorste mobiele- sosiale netwerkoperateur en is die tweede grootste mobieleadvertensie-netwerk wêreldwyd. BuzzCity het 'n hele aantal toekennings by die Global Mobile Awards in 2008 ontvang, insluitend beste mobiele- sosiale netwerkdiens.

China

Gemeet aan gebruikersgetalle het China die afgelope jaar die grootste internetmark ter wêreld geword. Hoewel dié mark geweldig mededingend is, bied dit langtermyn-groeipotensiaal.

Tencent het sy 10de verjaardag met voortreflike finansiële en bedryfsresultate gevier. Veral aanlynspeletjies het uitstekende groei in 'n hoogs mededingende mark getoon. Die bekendstelling van suksesvolle nuwe speletjies, insluitend *Dungeon & Fighter,* het 'n groot rol gespeel. *QQ Dancer* vind byval by vroue, 'n voorheen afgeskeepte sektor.

Die afswaai in die Chinese ekonomie het laekoste- aanlyn-advertensies tydelik gedemp. Laekoste- mobiele en internet-waardetoevoegingsdienste blyk egter meer veerkragtig te wees.

Tencent se platforms het die afgelope jaar goed gegroei. Teen einde Maart 2009 het die kitsboodskapplatform 410 miljoen aktiewe gebruikers gehad, 29% meer as 'n jaar gelede. Gelyktydige aanlyn-spitstydgebruikers tel nou meer as 57 miljoen. Die *QQ.com*-portaal behou sy posisie as die portaal met die meeste bladsybesigtigings in China.

Onder die uitstekende leiding van Ma Huateng, uitvoerende hoof van Tencent, en sy span sal Tencent steeds die nodige belegging in sy platforms en mense aangaan sodat die maatskappy oor die lang termyn saam met die aanlynmark in China kan groei. Tencent is ook aktief betrokke by gemeenskapsprojekte.

Afrika

24.com is steeds die grootste internet-uitgewer in Suid-Afrika en bereik maandeliks meer as twee miljoen Suid-Afrikaners deur sy netwerk van webwerwe. *News24* is die voorste plaaslike bestemming.

24.com spog met bykans 30% van plaaslike blog-aktiwiteit. Nuwe-generasie internet-toepassings is ontwikkel, met inbegrip van gebruiker-interaksie en inhoud wat deur gebruikers self gegenereer word, in produkte soos *Answerit24.com, Spaces* en *Speakerbox*.

Kalahari.net is die grootste Suid-Afrikaanse e-mark. Sy kernprodukkategorieë sluit in boeke, musiek, DVD's en speletjies.

MXit, 'n mobiele kitsboodskapverskaffer, het sy leiersposisie in Suid-Afrika verstewig deur sy gebruikersbasis uit te brei tot 9,8 miljoen. MXit se kern is met sukses die afgelope jaar opgegradeer.

Latyns-Amerika

MIH het 'n meerderheidsbelang bekom in Compera nTime, 'n toonaangewende diensverskaffer van mobiele waardetoevoeging in Brasilië. Dié het 'n portefeulje produkte wat SMS, luitone, musiek, video, TV-strome, selfoonspeletjies, selfoonblogs en 'n gebruiker-gegenereerde inhoudsplatform insluit.

BETAALTELEVISIE

NASPERS-operateurs

- MultiChoice SUID-AFRIKA
- MultiChoice SUB-SAHARAN AFRICA
- mnet
- supersport
- DStv
- Oracle Airtime Sales
- kykNET
- M-Net Action
- M-Net Series
- M-Net Movies
- M-Net Stars
- KooWee
- AfricaMagic
- Channel O

Omset *(in rand miljoene)*

2008	11 542
2009	**14 858**

Ebitda *(in rand miljoene)*

2008	4 272
2009	**5 197**

Bedryfswins *(voor amortisasie en ander winste/(verliese) in rand miljoene)*

2008	3 940
2009	**4 737**

⏭ BETAALTELEVISIE

Suid-Afrika

Die betaaltelevisiesektor verskaf bekostigbare vermaak en blyk dus gewild te wees in stram ekonomiese toestande wanneer mense nie duurder vorms van vermaak kan bekostig nie. Die bruto basis het met 453 000 intekenare gegroei om op 31 Maart 2009 op 2,4 miljoen huishoudings te sluit. Die drie goedkoper boekette (die toetreeboeket *EasyView, Select,* 'n nisboeket, en *Compact*, 'n middelprysboeket gemik veral op die groeiende ontluikende mark), is sterk bemark. Die *Compact*-boeket het met 212 000 bruto intekenare gegroei.

'n Nuwe hoë-definisie persoonlike video-opnemer (PVO) is geloods en verdere

Bereik **2,4** miljoen huishoudings in Suid-Afrika

BETAALTELEVISIE *(vervolg)*

verbeterings sal in die volgende jaar bekend gestel word. PVO-verkope het die 330 000-kerf bereik. Dié hulpmiddel het gesorg vir 'n ommeswaai in kykgewoontes – intekenare kan programme opneem om later te kyk, regstreekse uitsendings vries, asook na opgeneemde inhoud kyk of vinnig vorentoe rol, alles met die druk van 'n paar knoppies.

Ons *DStv*-boeket, wat uit 87 kanale bestaan, is die afgelope jaar opgeknap. Nuwe kanale soos *ESPN Classic, eNews, CNBC Africa, Nickelodeon, Saffron TV, AfricaMagic+, Setmax* en vier nuwe BBC-kanale is bygevoeg. Die regstreekse uitsending van 2008 se Beijing Olimpiese Spele in hoë definisie op ses toegewyde kanale het aandag getrek. Plaaslike produksies in verskeie genres het groeiende kykertalle gelok. Treffers was onder meer die realiteitsprogramme *Idols V* en *Big Brother Africa III,* sepies *Egoli* en *Binnelanders,* die komedie *Coconuts* en die aktualiteitsprogram *Carte Blanche.*

Marges was egter onder druk weens intense mededinging vir sleutelsportregte. SuperSport is nou verreweg die grootste befondser van sport op die Afrika-vasteland. Margedruk is vererger deur verhoogde dekodeerdersubsidies om groei aan te moedig, veral in die ontluikende middelklasmark.

Die klantedienssentrum in Randburg is opgeknap om MultiChoice se dienspeil te verbeter. Verdere verbeterings is in die vooruitsig.

Benewens MultiChoice Suid-Afrika het vier ander betaaltelevisie-lisensieaansoekers in Augustus 2008 betaaltelevisie-lisensies bekom. M-Net se lisensie is omgeskakel kragtens die nuwe elektroniese kommunikasiewet.

MWEB se intekenaarbasis het regdeur die jaar bo sowat 310 000 intekenare gebly, hoewel breëbandgroei aangeteken is soos intekenare na breëband gemigreer het. Nuwe mobiele waardetoevoegingsdienste, derdegenerasie-dienste, e-posdienste en 'n VoIP-diens is bekend gestel.

MWEB het 'n elektroniese kommunikasienetwerk en elektroniese kommunikasienetwerklisensie gekry, wat nou die verskaffing van sy eie infrastruktuur moontlik maak.

Ná jaareinde is MWEB se bedrywighede in Afrika suid van die Sahara aan Telkom Internasionaal (Eiendoms) Beperk verkoop.

MultiChoice is ernstig oor sy korporatiewe maatskaplike verantwoordelikheid. Toe dit in 2006/7 bekend gestel is, was MultiChoice se Phuthuma Nathi die grootste bemagtigingstransaksie in die mediasektor. MultiChoice bedryf ook verskeie opheffingsprojekte vir voorheen benadeeldes op gebiede soos voorkeuraankope, gemeenskapsontwikkeling en korporatiewe maatskaplike beleggingsinisiatiewe.

Verdere inligting oor MultiChoice se korporatiewe maatskaplike belegging en volhoubaarheidsinisiatiewe is beskikbaar by die webwerf (**www.multichoice.co.za**).

BETAALTELEVISIE *(vervolg)*

Afrika suid van die Sahara

Die bruto intekenaarbasis het met 34% gegroei om op 916 000 huishoudings te sluit. Goedkoper boekette wat 'n breër mark-segment bedien, het stewig gegroei om op 313 000 bruto intekenare te sluit.

Die toetrede van nuwe mededingers het egter gelei tot dramatiese verhogings in koste, veral vir sleutelsportregte.

MultiChoice se strewe is om groter programinhoud op die vasteland self te skep. *AfricaMagic+*, 'n "Uit Afrika vir Afrika"-kanaal, is geloods. Daarbenewens het ons plaaslike produksies wat dwarsoor die vasteland aanklank vind en produksies eie aan spesifieke lande. Laasgenoemde sluit in *Big Brother Africa III, East and Southern African Idols, Stand Up Zambia, Stand Up Uganda* en *Comedy Club Live In Lagos. The Patricia Show* in Kenia, *Moments With Mo* in Nigerië en die pan-Afrika-program *Studio 53* is ook vir 'n tweede seisoen vervaardig.

Die Engelse *DStv*-boeket in die meeste Afrika-lande bestaan nou uit gemiddeld 87 kanale (na gelang van die gebied). Byvoegings is *BET, Sound City, Channel Islam, Nickelodeon,* 'n reeks van vier nuwe BBC-kanale en *CNBC Africa*.

Regstreekse uitsending van plaaslike sokkerligas in Zambië, Kenia, Angola en Nigerië gebruik plaaslike produksiepersoneel. Daarbenewens is begin werk aan 'n nuwe sportateljee in Nigerië. Die verbetering van plaaslike sokkerligas is 'n fokusarea in die jare vorentoe.

Die dra van gratis TV-kanale op *DStv* het tot 23 vermeerder. Tanzanian Broadcasting Corporation, Ghana Television, Nation Television Uganda en Citizen TV in Kenia is bygevoeg.

Sewe nuwe kanale is ook by die Portugese boeket gevoeg, wat nou uit 51 kanale bestaan. 'n Nuwe Portugese kanaal, *SuperSport Maximo 2*, is bekend gestel, asook 'n goedkoper Portugese opsie, *Bué Mini*.

Die regulatoriese omgewing op die vasteland bly veranderlik. Nuwe uitsaaibeleide, wets-ontwerpe en regulasies word oorweeg in Angola, Kenia, Tanzanië, Botswana, Namibië en Swaziland. Daarbenewens word nuwe digitale migrasiebeleide geformuleer.

Verskeie nuwe mededingers wat intekenare per satelliet of kabel bereik, het tot die mark toegetree. Verskeie ander doen tans marknavorsing om in die jaar vorentoe nuwe direk-na-huis-dienste te verskaf.

DRUKMEDIA

NASPERS-operateurs

Media24

paarlmedia

via africa

MIH PRINT MEDIA

Abril

- Beeld
- Daily Sun
- City Press
- Die Burger
- DRUM
- FAIRLADY
- FHM
- HUISgenoot/YOU
- KICKOFF
- Move!
- ON THE DOT
- Paarl Print
- All Sports
- Vejá

Omset* *(in rand miljoene)*

Ebitda* *(in rand miljoene)*

Bedryfswins* *(voor amortisasie en ander winste/(verliese) in rand miljoene)*

** Sluit ons aandeel van Abril in.*

⏭ DRUKMEDIA

Brasilië

Die groep hou 'n belang van 30% in Abril, die voorste tydskrifuitgewer in Brasilië.

Abril het 'n goeie jaar beleef met omset- en winsgroei.

Tydens die oorsigjaar het die sirkulasiemark-aandeel tot ongeveer 45% gegroei, met groei van enkelkopieë. Abril se aandeel van die tydskrif-advertensiemark in Brasilië is 61%. In die algemeen is tydskrifte oënskynlik minder blootgestel as koerante aan migrasie na die internet. Abril het sy verspreidingsonderneming uitgebrei met die verkryging van Fernanda Chinaglia, wat met sy eie Dinape-bedryf saamgesmelt het. Sy drukkery-onderneming het 'n bestendige bydrae gelewer. Abril se skoolhandboekuitgewer, Atica & Scipione, het 'n bevredigende jaar beleef en sy markaandeel

van nie-regeringskoolhandboeke van 22% tot 28% verhoog.

China

MIH het nou 'n 37%-belang van Xin'an Media Corporation, 'n koerantuitgewer in die snelgroeiende stad Hefei in die Anhui-provinsie. MIH besit ook 37% van China se toonaangewende sportuitgewer, Titan Media, wat voordeel getrek het uit die Olimpiese Spele.

Beijing Media Corporation Limited, waarin die groep 'n 9,9%-belang hou en wat 'n toonaangewende Beijingse koerant, *Beijing Youth Daily,* bedryf, het 'n bevredigende jaar beleef, ongeag stram markte vir advertensies.

Suid-Afrika

Media24 het moeilike handelstoestande ervaar. Produkte vir ontluikende markte, soos *Move!, DRUM, Sunday Sun* en *Son*, toon steeds sterk sirkulasiegroei. In die algemeen het die sirkulasie van ons tydskrifte en koerante veerkragtig gebly. Per slot van sake: wanneer mense deur 'n resessie geknyp word, bestee hulle tipies meer tyd tuis en gebruik media meer.

Advertensie-inkomste het egter slegs met enkelsyfers gegroei, terwyl insetkoste soos papier, ink en brandstof meer gestyg het. Bestuur het ingrypende stappe gedoen om die kostebasis te sny, insluitend personeelverminderings en die toemaak van nie-winsgewende titels.

DRUKMEDIA *(vervolg)*

Met 'n sirkulasie van meer as

500 000

is *Daily Sun* die grootste dagblad op die Afrika-vasteland

Koerante

Oor die afgelope jaar is 'n aantal veranderings by Media24 Koerante gemaak, waaronder verskeie belangrike redaksionele aanstellings. Nouer samewerking tussen gemeenskapskoerante en dagblaaie is gesoek, en vir 'n verskuiwing in advertensie-kooppatrone is voorsiening gemaak.

Daily Sun is steeds die grootste dagblad op die vasteland, met 'n sirkulasie van meer as 500 000. *Sunday Sun* se sirkulasie het gegroei tot 214 357. Die poniekoerant *Son* het tot 'n flinke sirkulasie van 107 899 gegroei.

Tydskrifte

Die afgelope jaar was maar taai vir Suid-Afrikaanse tydskrifte. Moeilike ekonomiese toestande het gelei tot die sluiting van sekere titels.

Die tydskrifafdeling het besparings ingevoer deur papiervoorraad te hersien, strenger beheer oor boekgroottes en drukbestellings toe te pas, asook deur personeel te verminder. Duurder papier- en inkpryse het die winsmarges vernou en 'n deel van hierdie besparings uitgewis.

DRUKMEDIA *(vervolg)*

Paarl Media

Op 17 April 2009 het 'n vernietigende brand die Paarl Print-aanleg in puin gelê en tot die dood van 13 mense gelei. Nog vier is ernstig beseer. Ons diepste meegevoel gaan uit na diegene wat geliefdes verloor het en ons dink aan diegene wat beserings en trauma gely het. Die oorsaak van die brand word nog ondersoek. Dit volg nadat 'n brand by Paarl Gravure in Februarie een van die aanleg se Cerutti-drukperse verwoes het.

Ondanks hierdie voorvalle het die groep se drukkerye bevredigend vertoon. Marges was wel onder druk.

In 2008 het Media24 sy koerantdrukkerye aan Paarl Media verkoop. Hierdie aanlegte is onder Paarl Coldset geïnkorporeer en sal nou 'n meer kommersiële fokus hê om derdeparty-inkomste te versterk.

Via Afrika

Die boekuitgewers het 'n bevredigende jaar beleef, met goeie resultate van jong ondernemings in Zambië en Namibië. *Smile Education* met sy "leer speel-speel"-produkte en die IDEM-onderneming, wat skole van onderwys- en onderrigsteunmateriaal voorsien, het kragte saamgesnoer as *idem smile* en groei getoon. 'n Verkryging, die onderneming vir basiese onderrig vir volwassenes Stimela, het verwagtings oortref.

Via Afrika se fokus is op die ontwikkeling van interaktiewe opvoedingsprodukte en die verspreiding van mobiele en digitale inhoud.

Volhoubaarheid en korporatiewe maatskaplike belegging

Benewens sy bemagtigingsinisiatief, Welkom Yizani, is Media24 verbind tot die opheffing van die mense in die gemeenskappe waarin hy werk. Hy erken sy impak op die omgewing, en fokus op die doeltreffende bestuur van beroepsgesondheid- en veiligheidsrisiko's, asook die ontwikkeling van werknemers.

Media24 het sy eerste amptelike telkaart in ooreenstemming met die Suid-Afrikaanse departement van handel en nywerheid se Goeie Praktykkodes verskaf. 'n Onafhanklike verifiëringsagentskap is gebruik.
Media24 is trots op sy volpunte vir beide die ondernemings- en sosio-ekonomiese ontwikkelingskomponente. Meer besonderhede oor die maatskappy se maatskaplike beleggingsinisiatiewe is beskikbaar op die webwerf (**www.media24.co.za**).

TEGNOLOGIE

NASPERS-operateurs

irdeto

- Voorwaardelike toegang
- Filtreerprogramme
- BSS (sakeonder-steuningstelsels)
- Entriq
- Inhouds-bestuur
- Cloakware

⏭ TEGNOLOGIE

Irdeto het die afgelope jaar 15 miljoen sekuriteitseenhede gelewer. Hierdie groei het begin verstadig namate sy kliënte by die ekonomiese situasie aanpas.

Die Chinese mark het net ná die Olimpiese Spele verflou. Ooreenkomste met twee direk-na-huis (DTH)-operateurs in die snelgroeiende Indiese betaal-televisie-mark is egter beklink. Beide sluit in sekuriteitstoegang, filtreerprogramme, en integrasie- en ondersteuningsdienste.

Irdeto BSS het ooreenkomste gesluit om die jongste weergawe van sy produk te ontplooi en is besig om werwe van bestaande kliënte Telenor Group en DirecTV Latin America suksesvol op te gradeer.

Deur Entriq, Cloakware en Irdeto se ander tegnologieë te kombineer, is geleenthede vir die massamark geskep om na digitale dienste te migreer, asook vir operateurs wat 'n kombinasie van uitsaai- en internetinhoud lewer.