

LAGARDERE ACTIVE BROADCAST

Société Anonyme Monégasque au capital de 24 740 565 euros
Siège Social : 57, rue Grimaldi - MC 98000 MONACO
R.C.I. 56 S 448 MONACO

Monaco, le 15 avril 2011

Madame, Mademoiselle, Monsieur,

Nous vous informons que les actionnaires de notre société sont convoqués en Assemblée Générale Ordinaire Annuelle le Vendredi 6 mai 2011 à 11 heures, au siège social 57 rue Grimaldi, à MONACO, à l'effet de délibérer sur l'ordre du jour suivant :

1. Lecture du rapport du Conseil d'Administration sur la marche des affaires sociales au cours de l'exercice 2010 et du rapport des Commissaires aux Comptes sur le bilan et les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2010 ainsi que du rapport spécial sur les opérations visées à l'article 23 de l'Ordonnance Souveraine du 5 mars 1895 ; Approbation du bilan et des comptes sociaux de l'exercice clos le 31 décembre 2010 ;
2. Approbation des opérations visées à l'article 23 de l'Ordonnance Souveraine du 5 mars 1895 ;
3. Quitus au Conseil d'Administration ;
4. Affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2010 ;
5. Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2010 ;
6. Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Didier QUILLOT ;
7. Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Thierry ORSINI ;
8. Ratification de la cooptation de Monsieur Denis OLIVENNES en qualité d'administrateur, en remplacement de Monsieur Alexandre BOMPARD, démissionnaire ;
9. Renouvellement du mandat de commissaire comptes titulaire de Monsieur Claude PALMERO ;
10. Nomination de Monsieur Jean-Paul SAMBA en qualité de commissaire aux comptes titulaire ;
11. Nomination de Monsieur François BRYCH en qualité de commissaire aux comptes suppléant ;
12. Rémunération des commissaires aux comptes ;
13. Pouvoir pour l'accomplissement des formalités.

Pour assister à cette Assemblée Générale, les actionnaires devront justifier de leur inscription en compte cinq jours au moins avant la date de l'Assemblée.

Nous vous serions obligés de prendre part à cette Assemblée. Au cas où vous ne pourriez pas y participer, vous pourriez assurer votre représentation en nous retournant le pouvoir ou le vote par correspondance ci-joints au moyen de l'enveloppe ci-incluse.

Les formulaires de vote par correspondance devront être reçus par la société trois jours au moins avant la date de la réunion.

En aucun cas, un actionnaire ne peut retourner une formule portant à la fois une indication de procuration et des indications de vote par correspondance.

Veillez agréer, Madame, Mademoiselle, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.

Le Conseil d'Administration

LAGARDERE ACTIVE BROADCAST

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION A L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE ANNUELLE DU 6 MAI 2011

Lagardère Active Broadcast constitue le pôle audiovisuel de Lagardère Active. Ses activités s'exercent dans les domaines de la radio, des chaînes thématiques et de la production et distribution audiovisuelles.

Le chiffre d'affaires consolidé de Lagardère Active Broadcast s'est élevé au cours de l'exercice 2010 à 441,4 millions d'euros, contre 407,5 millions d'euros en 2009.

Le résultat consolidé avant charges financières et impôts a été arrêté à 96,1 millions d'euros, contre 2,5 millions d'euros au 31 décembre 2009.

Le résultat net consolidé ressort à 71,9 millions d'euros, contre - 21,2 millions d'euros au 31 décembre 2009.

Le résultat de la société mère Lagardère Active Broadcast est un bénéfice de 18,2 millions d'euros, contre 10,4 millions d'euros au 31 décembre 2009.

PRINCIPALES ACTIVITES ET PRINCIPAUX MARCHES

RADIO

La radio représente 15 % du chiffre d'affaires de Lagardère Active Broadcast, dont 40 % à l'international.

En France, Lagardère Active Broadcast est, avec ses trois réseaux nationaux, l'un des acteurs majeurs sur le marché de la radio :

- *Europe 1*, radio de référence, fidèle à sa vocation généraliste, exigeante et grand public. L'Audience Cumulée annuelle 2010, marquée par une forte variabilité avec deux vagues record à la hausse (JFM 10 et SO 10) et deux vagues atypiques (AMJ10 et ND10), est restée quasi stable par rapport à 2009. L'AC moyenne annuelle est passée de 9,5 en 2009 à 9,4 en 2010.
- *Virgin Radio*, radio musicale générationnelle des jeunes adultes de 20 à 34 ans, est fondée sur des valeurs de création, d'originalité et d'audace. A travers son programme « Top 40 » lancé en Janvier 2011, Virgin Radio revendique « Un Maxx de Tubes » tout au long de la journée. Virgin Radio est écoutée par 2,5 millions d'auditeurs¹.
- *RFM*, radio musicale « adulte contemporaine » est la station positionnée sur la diversité de sa programmation musicale avec le slogan « Le meilleur de la musique ». RFM est la deuxième radio musicale adulte en France² sur les 35-49 ans. Aujourd'hui, RFM séduit chaque jour 2,3 millions d'auditeurs¹.

À l'international, Lagardère Active Radio International (LARI) exploite le savoir-faire radio de la Branche dans sept pays (Europe de l'Est, Allemagne et Afrique du Sud). Ses 25 radios, essentiellement musicales, sont écoutées quotidiennement par plus de 32 millions d'auditeurs.

Dans quasiment tous les pays où il est présent, LARI est le leader du marché des radios privées : 1^{er} groupe en Russie, Pologne, République tchèque, dans le Land de Sarre en Allemagne et en Afrique du Sud.

En France comme à l'étranger, les activités de radios sont soumises à un cadre législatif et réglementaire national et communautaire qui organise le secteur de l'audiovisuel et des télécommunications. En France, l'activité radio est soumise à des autorisations préalables obtenues auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Les revenus des radios sont constitués à près de 90 % par les recettes publicitaires qui dépendent largement des mesures d'audience et de la santé du marché publicitaire.

¹ Source : Médiamétrie 126 000 radio : 13 ans et + / AC / 5h-24h / Lundi-Vendredi / Janvier-Décembre 2010 : exactement 2 469 000 auditeurs pour Virgin Radio et 2 261 000 auditeurs pour RFM

² Source : Médiamétrie 126 000 radio : 35-49 ans / AC et PDA / 5h-24h / lundi-vendredi / Janvier-Décembre 2010

CHAÎNES THEMATIQUES

Lagardère Active Broadcast est présent sur trois thématiques :

- la musique sur le câble, le satellite et l'ADSL en France avec 4 chaînes (MCM, MCM Top, MCM Pop et Mezzo détenue à 40 % par France Télévisions) ;
- la jeunesse sur le câble, le satellite et l'ADSL en France avec Canal J (pour les enfants de 6 à 14 ans) et TiJi (pour les moins de 7 ans), en Russie avec Gulli et Tiji Russie, et sur la TNT gratuite en France avec Gulli, détenue à 34 % par France Télévisions-
- le féminin sur le câble, le satellite et l'ADSL en France avec June (pour les jeunes femmes de 20 à 30 ans).

Grâce à cette offre, Lagardère Active Broadcast est un acteur de référence en France sur les domaines de la musique et de la jeunesse³. Plus spécifiquement, Gulli est la troisième chaîne de la TNT et la première chaîne indépendante avec 2,2 % de part d'audience auprès des 4 ans et plus France entière⁴.

Les activités d'édition de chaînes de télévision sont soumises aux législations et réglementations françaises et communautaires qui régissent le secteur de l'audiovisuel et des télécommunications.

Les revenus des chaînes câble et satellite sont très majoritairement constitués de la rémunération versée par les opérateurs qui les diffusent. Gulli, diffusée gratuitement sur la Télévision numérique terrestre, tire essentiellement ses revenus de la publicité et bénéficie d'une base de téléspectateurs potentiels élargie et du dynamisme du marché publicitaire de ce média en développement. La couverture de la TNT atteint 92,5 % de la population française à la fin du premier semestre 2010⁵ et 94 % des foyers français reçoivent désormais les chaînes de la TNT (les foyers équipés de l'adaptateur TNT et ceux recevant la TNT via le câble, le satellite ou l'ADSL)⁶. Avec l'extinction de l'analogique le 30 novembre 2011, Gulli pourra être considérée comme une chaîne hertzienne nationale.

PRODUCTION ET DISTRIBUTION AUDIOVISUELLES

Dans le domaine de la production et de la distribution audiovisuelles, Lagardère Active Broadcast fournit à la grande majorité des chaînes hertziennes, TNT et cab sat, des programmes de stocks (fictions, documentaires, animation) et de flux (magazines, divertissements, access prime time), à travers sa filiale Lagardère Entertainment (« LE »).

Le chiffre d'affaires de ces sociétés n'est composé que des financements accordés par les diffuseurs. Les autres sources de financement apportées par des coproducteurs, des collectivités territoriales ou régionales, le CNC,... participent substantiellement à l'amélioration des marges de production. Le financement d'une production donnée ne dépend pas directement du niveau d'audience réalisé, mais est fixé par contrat de gré à gré entre les différentes parties impliquées.

L'ACTIVITE 2010 PAR METIER

RADIO

Sur Europe 1, la fin de l'année a été marquée par le départ du Président Alexandre Bompard remplacé par Denis Olivennes. Les cibles commerciales en 2010 ont continué leurs progressions. En effet, la PDA CSP+ 2010 a augmenté de 4,6% par rapport à 2009 pour atteindre 9,1%.

- L'audience d'Europe 1 a rajeuni, la PDA 25-49 ans a progressé de 6,9% pour atteindre 6,2%.

Virgin Radio reste 2^{ème} radio de France sur les 25-34 ans⁷. Un format musical Top 40 « Un Maxx de tubes », deux émissions phares animées, d'une part par Bruno Guillon (le matin entre 5h et 9h) et d'autre part, par Camille Combal et son orchestre (le soir entre 17h et 20 h), constituent aujourd'hui le succès de Virgin Radio. Depuis la rentrée de septembre 2010, Laurent Weil donne rendez-vous aux auditeurs de Virgin Radio tous les samedis de 12h à 13h pour le seul magazine cinéma sur une radio musicale.

³ Source : Médiamat' Thématik, mars 2010 – juin 2010.

⁴ Source : Médiamétrie / Médiamat, année 2010.

⁵ Source : CSA/ Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la TV numérique / 1^{er} semestre 2010.

⁶ Source : Médiamétrie / Médiamat, décembre 2010

⁷ Source : Médiamétrie 126 000 radio : 25-34 ans / PDA / 5h-24h / lundi-vendredi / Janvier-Décembre 2010

RFM se positionne aujourd'hui comme la deuxième radio musicale adulte⁸ sur les 35-49 ans avec une nouvelle matinale familiale et pétillante animée par Bruno Roblès et Justine Fraïoli et, le nouveau rendez-vous de Frédéric Lopez, les interviews V.I.P tous les jeudis entre 19h et 20h.

A l'international, 2010 a été une année consacrée à la protection de nos marques dans un environnement économique plus difficile que dans les pays occidentaux. Les investissements consentis ont permis d'améliorer nos audiences notamment en Russie, Pologne et République Tchèque.

Fort de son succès depuis 1990 en République Tchèque, Evropa 2 a été déployée en Slovaquie avec le lancement d'un format Europa 2 (ex Radio Okey) début 2010 et connaît une croissance continue depuis.

En complément de Jacaranda (1^{er} radio régionale d'Afrique du Sud), LARI a posé sa candidature, dans le cadre d'un consortium, pour l'octroi de trois licences régionales.

A ces développements s'ajoutent de bons résultats d'audience en Russie, Pologne et République tchèque qui permettent à LARI de consolider ses positions sur l'ensemble des 7 pays où elle est implantée.

Ses radios réunissent plus de 17 millions d'auditeurs quotidiens en Russie⁹, 8,5 millions en Pologne¹⁰; plus de 2,3 millions en Roumanie¹¹; 2 millions en République tchèque¹², plus d'1 million en Afrique du Sud¹³ et environ 1 million en Allemagne¹⁴, soit 32 millions d'auditeurs sur l'ensemble des pays où opère LARI¹⁵.

En cohérence avec la stratégie globale du Groupe, LARI a également accéléré son développement numérique en 2010.

- Nouvelle application iPhone LARI développée conjointement par la Pologne, la Roumanie et République Tchèque ;
- Refonte des sites radio en Pologne et en République Tchèque;
- Lancement de Niagaro, 1er site de musique à la demande en Pologne et de Motomail 1er réseau social dédié aux automobilistes en République tchèque.

En parallèle de son activité éditoriale, LARI a systématiquement développé ses propres régies qui commercialisent en exclusivité, en plus de ses propres radios, de nombreux éditeurs extérieurs tels que Radio Impuls leader en République tchèque ou le réseau PN en Pologne.

Cette stratégie permet à LARI de renforcer son leadership commercial avec le 1^{er} rang parmi les régies radios en Russie, Pologne, République tchèque et Afrique du Sud.

LARI, présent majoritairement sur des marchés d'Europe de l'Est, a donc connu une année en croissance par rapport à 2009, année de crise publicitaire. Cette croissance devrait se maintenir en 2011.

CHAINES THEMATIQUES

L'année 2010 a été marquée par la cession de Virgin 17 au groupe Bolloré réalisée au 1^{er} septembre 2010.

Elle a également confirmé la montée en puissance de la TNT, dont l'audience progresse parallèlement à son initialisation et à l'augmentation de sa couverture. La part des autres TV (hors chaînes hertziennes traditionnelles) est ainsi passée en un an de 27,9 % à 31,9 % de part d'audience¹⁶ : la part d'audience de la TNT progresse nettement (19,7 % contre 15,2 %) et celle des chaînes thématiques recule légèrement à 12,2 % vs 12,7 %.

Dans un environnement concurrentiel intense, les bons résultats d'audience obtenus confirment la performance des chaînes du Groupe, tant sur la TNT que sur le câble et le satellite :

⁸ Source : Médiamétrie 126 000 radio : 35-49 ans / AC et PDA / 5h-24h / lundi-vendredi / Janvier-Décembre 2010

⁹ Source : TNS Gallup Media, Q3 2010

¹⁰ Source : SMG/KRC septembre/Novembre 2010

¹¹ Source : SAR Juin 2010

¹² Source : Radio Project avril/septembre 2010

¹³ Source : RAMS décembre 2010

¹⁴ Source : AS&S MAIL 2009

¹⁵ Sources : TNS Gallup Media Régions oct/déc 2010 ; MML Sk Q4 2010

¹⁶ Source : Médiamétrie / Médiamat – Année 2010 vs année 2009, 4 ans et +.

- Gulli est la 3^e chaîne de la TNT, avec 2,2 % de part d'audience sur les quatre ans et + France entière (+22% vs l'an dernier) ; sur les enfants 4-10 ans France entière, Gulli est la deuxième chaîne nationale derrière TF1 avec 14,7 % de part d'audience (+23% vs 2009) devant M6 et France 3¹⁷.
- L'ensemble des chaînes jeunesse de Lagardère Active Broadcast représente 42 % de l'audience des chaînes enfants¹⁸. Tiji et Canal J sont respectivement au 2^e et 6^e rang des chaînes du câble et du satellite auprès des 4 - 10 ans offre payante avec respectivement 3,8 % et 2,4 % de part d'audience. Canal J se classe 3^e auprès des garçons 4-14 ans offre payante¹⁹.
- June se classe 3^e chaîne thématique sur les femmes 15-24 ans et 5^e sur les femmes 15-34 ans (+ 83 % de part d'audience en 1 an sur cette cible)²⁰.
- L'offre MCM est la 2^e offre musicale sur les 4+, avec 0,4 % de part d'audience (33 % de progression en une vague)²¹.
- Mezzo poursuit son développement à l'international : elle est reçue par plus de 16 millions de foyers dans 39 pays. En 2010, la chaîne a poursuivi son développement avec le lancement d'une nouvelle chaîne dédiée à la musique live en HD. Chaque mois, plus d'un million de téléspectateurs regardent Mezzo²².

Enfin, les versions localisées de TiJi et Gulli en Russie, lancées en mai 2009 sur la plate-forme satellite NTV+, poursuivent leur croissance. Editées en langue russe, ces chaînes sont basées sur un modèle économique payant à l'abonné. Leur distribution est amenée à se développer courant 2011 sur d'autres plates-formes câble et ADSL.

PRODUCTION ET DISTRIBUTION AUDIOVISUELLES

L'année 2010 a été marquée par un fort regain des recettes publicitaires chez les diffuseurs. Cependant, ceux-ci ont maintenu vis-à-vis des producteurs une pression importante sur les coûts de production.

Le travail sur les méthodes de production, initié en 2009, a permis à LE de maintenir sa profitabilité en 2010 tout en bénéficiant, essentiellement en fiction, du regain d'activité.

La consolidation des chaînes TNT, qui implique une fragmentation des audiences, a conduit LE à développer son activité (surtout en flux) vis-à-vis de ces nouveaux médias. Par ailleurs, de nouveaux modes de consommation de la TV se développent (internet, catch-up, VOD), et même s'ils sont encore peu significatifs économiquement, LE est d'ores et déjà présent sur ces segments.

Cependant les plus gros acteurs du marché restent TF1 et France Télévisions. Ces deux diffuseurs sont toujours les clients principaux de LE.

LE reste le leader sur le marché de la fiction française et occupe le deuxième rang en production d'émissions de Flux.

L'année 2010 a été marquée par le succès de la fiction unitaire « Clem » qui a réuni 9,5 Millions de téléspectateurs, réalisant ainsi la meilleure audience pour une fiction française depuis 2007. Cet unitaire sera d'ailleurs décliné dès 2011 en série récurrente.

Les autres séries historiques continuent à performer sur les écrans, notamment Joséphine Ange Gardien, Julie Lescaut, Boulevard du palais, Famille d'accueil et Mafiosa.

L'émission « c'est dans l'air » qui a fêté sa 2000^e émission continue à réaliser de bonnes audiences.

Enfin, en 2010, LE s'est développée dans des projets d'envergure internationale à travers sa filiale Atlantique Production, en lançant notamment le projet Borgias, une série de 12 épisodes pour Canal+.

PERSPECTIVES

L'évolution des ventes en fin d'année 2010 a permis au groupe Lagardère Active Broadcast de relever son objectif d'évolution du résultat opérationnel par rapport à 2009, grâce notamment au redressement du marché publicitaire plus fort qu'attendu en fin d'année.

¹⁷ Source : Médiamétrie / Médiamat, année 2010.

¹⁸ Source : Médiamétrie / Médiamat' Thématik, mars 2010 – juin 2010, PdA 4-14 ans offre étendue, moyenne LD 3h-27h

¹⁹ Source : Médiamétrie / Médiamat' Thématik, mars 2010 – juin 2010. Hors Gulli.

²⁰ Source : Médiamétrie / Médiamat' Thématik, mars 2010 – juin 2010. Offre payante.

²¹ Source : Médiamétrie / Médiamat' Thématik, mars 2010 – juin 2010. Offre payante.

²² Source : Médiamétrie / Médiamat' Thématik, mars 2010 – juin 2010.

LAGARDERE ACTIVE BROADCAST

ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE ANNUELLE DU 6 MAI 2011

PROJET DE RESOLUTIONS

PREMIERE RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire, après avoir entendu la lecture du rapport du conseil d'administration sur la marche des affaires sociales de la société au cours de l'exercice 2010 clos le 31 décembre 2010 et du rapport des commissaires aux comptes sur le bilan et les comptes de cet exercice, approuve lesdits rapports dans toutes leurs parties et sans réserve, ainsi que le bilan et les comptes de cet exercice qui se soldent par un bénéfice net de 18 234 866,22 €.

DEUXIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire donne acte au conseil d'administration du compte rendu spécial qu'il lui a présenté sur les opérations visées à l'article 23 de l'Ordonnance Souveraine du 5 mars 1895 et approuve lesdites opérations en tant que de besoin.

Elle maintient l'autorisation donnée aux administrateurs de prendre ou de conserver des intérêts directs ou indirects dans les entreprises ou marchés faits avec la Société, sauf à rendre compte à la prochaine assemblée générale annuelle.

TROISIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire donne quitus au conseil d'administration pour sa gestion au cours de l'exercice 2010.

QUATRIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire constate que le bénéfice de l'exercice 2010 qui s'élève à la somme de 18 234 866,22 €, augmenté du compte « report à nouveau » antérieur, d'un montant de 85 499 690,86 €, représente un bénéfice distribuable d'un montant de 103 734 557,08 €.

Sur proposition du conseil d'administration, l'assemblée générale ordinaire décide d'affecter ce montant au compte « report à nouveau ».

L'assemblée générale constate qu'après cette affectation, le bilan présente un fonds social positif de 135 479 957,97 €.

Conformément à la loi, il est rappelé qu'il n'y a pas eu de distribution de dividende au titre des trois derniers exercices.

CINQUIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire, après avoir pris connaissance du rapport des commissaires aux comptes et du réviseur, approuve les comptes consolidés arrêtés au 31 décembre 2010, tels qu'ils lui ont été présentés.

SIXIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire, sur proposition du conseil d'administration, prenant acte de la démission de Monsieur Alexandre BOMPARD de son mandat d'administrateur, décide de ratifier la cooptation en remplacement de ce dernier de Monsieur Denis OLIVENNES intervenue le 4 mars 2011 pour la durée restante à courir du mandat de son prédécesseur, soit jusqu'à l'assemblée générale ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2015.

SEPTIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire décide, sur proposition du conseil d'administration, de renouveler le mandat d'administrateur de Monsieur Didier QUILLOT pour une durée de six années, soit jusqu'à l'assemblée générale ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2016.

HUITIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire décide, sur proposition du conseil d'administration, de renouveler le mandat d'administrateur de Monsieur Thierry ORSINI pour une durée de six années, soit jusqu'à l'assemblée générale ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2016.

NEUVIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire décide, sur proposition du conseil d'administration, de renouveler le mandat de commissaire aux comptes titulaire de Monsieur Claude PALMERO pour la vérification des comptes 2011, 2012 et 2013, soit jusqu'à l'assemblée générale ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2013.

DIXIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire décide, sur proposition du conseil d'administration, de nommer en qualité de commissaire aux comptes titulaire, Monsieur Jean-Paul SAMBA pour la vérification des comptes 2011, 2012 et 2013, soit jusqu'à l'assemblée générale ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2013.

ONZIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire décide, sur proposition du conseil d'administration, de nommer en qualité de commissaire aux comptes suppléant, Monsieur François BRYCH pour la vérification des comptes 2011, 2012 et 2013, soit jusqu'à l'assemblée générale ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2013.

DOUZIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire, conformément à la législation en vigueur, donne pouvoir au conseil d'administration de fixer, annuellement, la rémunération des commissaires aux comptes.

TREIZIEME RESOLUTION

L'assemblée générale ordinaire confère tous pouvoirs à Monsieur Didier QUILLOT ou à un porteur d'un original ou d'une copie certifiée conforme du présent procès-verbal pour l'accomplissement des formalités légales.

LAGARDERE ACTIVE BROADCAST

(en milliers d'euros)

BILAN SOCIAL SIMPLIFIE AU 31 DECEMBRE 2010

Actif		Passif	
Actif disponible	70 773	Passif exigible	243 906
Actif à plus d'un an	8 500	Provisions pour risques	27 238
Actif indisponible	14	Comptes de régularisation	5 016
Titres de participation	317 517	Fonds social	117 245
Immobilisations	7	Résultat net de l'exercice	18 235
Comptes de régularisation	14 829		
Total	<u>411 640</u>	Total	<u>411 640</u>

COMPTE DE PERTES ET PROFITS SIMPLIFIE EXERCICE 2010

Produits nets des ventes	66 954	
(-) Coût des ventes ou autres facturations	-57 192	
(-) Frais d'administration	<u>-9 106</u>	
Résultat de l'activité principale		656
Résultat de la gestion financière		344
Résultat des participations		10 000
Résultat des autres activités accessoires		<u>2 500</u>
Résultat courant		13 500
Moins-values sur cessions de titres de participation	-486	
Provisions ou reprises sur titres de participation	7 852	
Provisions nettes sur comptes courants	551	
Variation des provision pour risques	-1 310	
Autres résultats exceptionnels	<u>-676</u>	
Résultat exceptionnel		<u>5 931</u>
Résultat avant impôt sur le bénéfices		19 431
(-) Provision pour impôt sur les bénéfices		<u>-1 196</u>
Résultat net de l'exercice		18 235

LAGARDERE ACTIVE BROADCAST

(en milliers d'euros)

BILAN CONSOLIDE SIMPLIFIE AU 31 DECEMBRE 2010

Actif		Passif	
Immobilisations incorporelles	51 232	Capitaux propres part du groupe	112 089
Ecart d'acquisition nets	166 010	Résultat net part du groupe	69 705
Immobilisations corporelles	33 198	Intérêts minoritaires	4 372
Immobilisations financières	24 148	Passifs non courants	104 892
Actifs courants	652 622	Passifs courants	636 152
	<hr/>		<hr/>
Total	927 210	Total	927 210

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE SIMPLIFIE EXERCICE 2010

Chiffre d'affaires	441 437
Produits annexes	<hr/> 40 065
Produits des activités ordinaires	481 502
Charges des activités	-366 582
Dotations aux amortissements et aux provisions	<hr/> -18 799
Résultat avant charges financières et impôts	96 121
Charges financières nettes	<hr/> -3 706
Résultat avant impôts et intérêts minoritaires	92 415
Impôts sur les résultats	<hr/> -20 540
Résultat de l'ensemble consolidé	71 875
Intérêts minoritaires dans le résultat	<hr/> -2 170
Résultat net – part du groupe	69 705

LAGARDERE ACTIVE BROADCAST

RESULTATS DES CINQ DERNIERS EXERCICES (en euros)

	2006	2007	2008	2009	2010
Capital en fin d'exercice					
- Capital social	24 740 565	24 740 565	24 740 565	24 740 565	24 740 565
- Nombre d'actions ordinaires existantes	1 649 371	1 649 371	1 649 371	1 649 371	1 649 371
Opérations et résultats de l'exercice					
- Chiffre d'affaires hors taxes	72 243 807	65 202 768	63 093 849	59 981 965	66 954 157
- Résultat avant impôts, amortissements et provisions	-17 040 768	-13 158 020	41 501 706	11 148 383	1 454 232
- Impôts sur les bénéfices	3 023 972	4 037 527	2 298 266	3 500 931	1 196 287
- Résultat après impôts, amortissements et provisions	17 415 980	1 566 066	67 649 629	10 392 595	18 234 866
- Résultat distribué	8 741 666	0	0	0	0
Résultats par action					
- Résultat après impôts, mais avant amortissements et provisions	-12,17	-10,43	23,77	4,64	0,16
- Résultat après impôts, amortissements et provisions	10,56	0,95	41,02	6,30	11,06
- Dividende net attribué à chaque action	5,30	0,00	0,00	0,00	0,00
Personnel					
- Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	2	2	2	2	2
- Montant de la masse salariale de l'exercice	399 308	544 679	497 222	511 971	442 432
- Montant des sommes versées au titre des charges sociales	143 504	155 941	206 847	122 112	159 680