

GRUPO MÉDIA CAPITAL SGPS, SA  
Sociedade Aberta  
Sede: Rua Mário Castelhana, n.º 40, Barcarena, Oeiras  
Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Cascais sob o n.º 17831 (Oeiras)  
Pessoa Colectiva n.º 502 816 481  
Capital Social: 7.606.186,20 euros

## RESULTADOS DOS PRIMEIROS NOVE MESES DE 2006

O Grupo Media Capital alcançou um resultado líquido de €10.9 milhões, um aumento de 8% face a igual período de 2005.

- § Nos primeiros nove meses de 2006, os proveitos consolidados registaram um crescimento de 4% para os €165.5 milhões, com a Televisão a crescer 10%.
- § As receitas publicitárias do Grupo cresceram 6% para €129.1 milhões, principalmente devido ao crescimento de 8% no segmento de Televisão.
- § O EBITDA consolidado aumentou 8% face ao mesmo período do ano anterior para os €32.5 milhões.
- § A margem EBITDA do Grupo Media Capital nos primeiros nove meses de 2006 foi de 19.6%, um crescimento de 0.7 p.p. face ao período homólogo de 2005, tendo o segmento Televisão atingido os 30.0% vs. 28.4% em igual período de 2005.
- § Os resultados operacionais (EBIT) aumentaram em 11% para os €24.0 milhões como consequência da evolução verificada no desempenho operacional.
- § A TVI liderou as audiências acumuladas do ano, tanto em *all day* como em *prime time*, com shares de audiências de 35.6% e 40.1% respectivamente, resultados ambos acima do verificado no mesmo período do ano anterior

Lisboa, 25 de Outubro de 2006

Grupo Media Capital  
Susana Gomes da Costa  
Relações com Investidores

## 1. Análise às Demonstrações Financeiras Consolidadas

(valores em milhares de €)	9M 06	9M 05	Var %	T3 06	T3 05	Var %
<b>Total de Proveitos Operacionais</b>	<b>165,537</b>	<b>159,600</b>	<b>4%</b>	<b>48,616</b>	<b>48,970</b>	<b>-1%</b>
Televisão	123,798	112,609	10%	36,550	34,561	6%
Rádio	9,860	10,987	-10%	2,600	3,531	-26%
Publicidade exterior	12,513	12,182	3%	3,680	3,654	1%
Outros	19,366	23,823	-19%	5,785	7,223	-20%
Total de Custos Operacionais	133,024	129,424	3%	42,057	41,493	1%
<b>EBITDA</b>	<b>32,513</b>	<b>30,176</b>	<b>8%</b>	<b>6,558</b>	<b>7,477</b>	<b>-12%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>19.6%</b>	<b>18.9%</b>	<b>0.7 pp</b>	<b>13.5%</b>	<b>15.3%</b>	<b>-1.8 pp</b>
Televisão	37,146	31,948	16%	8,502	8,258	3%
Rádio	(472)	1,069	N/A	(479)	97	N/A
Publicidade exterior	1,223	871	40%	218	301	-28%
Outros	(5,383)	(3,711)	-45%	(1,682)	(1,179)	-43%
Amortizações	8,513	8,634	-1%	2,815	2,971	-5%
<b>Resultados Operacionais (EBIT)</b>	<b>24,000</b>	<b>21,543</b>	<b>11%</b>	<b>3,743</b>	<b>4,506</b>	<b>-17%</b>
Resultados Financeiros (líquido)	7,003	6,359	10%	2,511	2,050	23%
<b>Res. antes de imp. e int. minoritários</b>	<b>16,997</b>	<b>15,183</b>	<b>12%</b>	<b>1,233</b>	<b>2,457</b>	<b>-50%</b>
Imposto sobre o rendimento	(5,943)	(5,298)	-12%	(413)	(1,068)	-61%
Interesses minoritários	(144)	223	N/A	66	(27)	-345%
<b>Resultado líquido do período</b>	<b>10,910</b>	<b>10,108</b>	<b>8%</b>	<b>886</b>	<b>1,362</b>	<b>-35%</b>

Para o período findo em 30 de Setembro de 2006, o Grupo Media Capital apresentou **proveitos consolidados** de €165.5 milhões, um crescimento de 4% face ao período comparável do ano anterior e um **EBITDA** (líquido de todas as provisões) de €32.5 milhões, o que representa um aumento de 8% face ao mesmo período de 2005.

O **Resultado Operacional** (EBIT) verificou uma evolução positiva de 11% face aos primeiros nove meses de 2005, atingindo os €24.0 milhões. O **Resultado Líquido** subiu para os €10.9 milhões, um acréscimo de 8% face ao mesmo período do ano anterior.



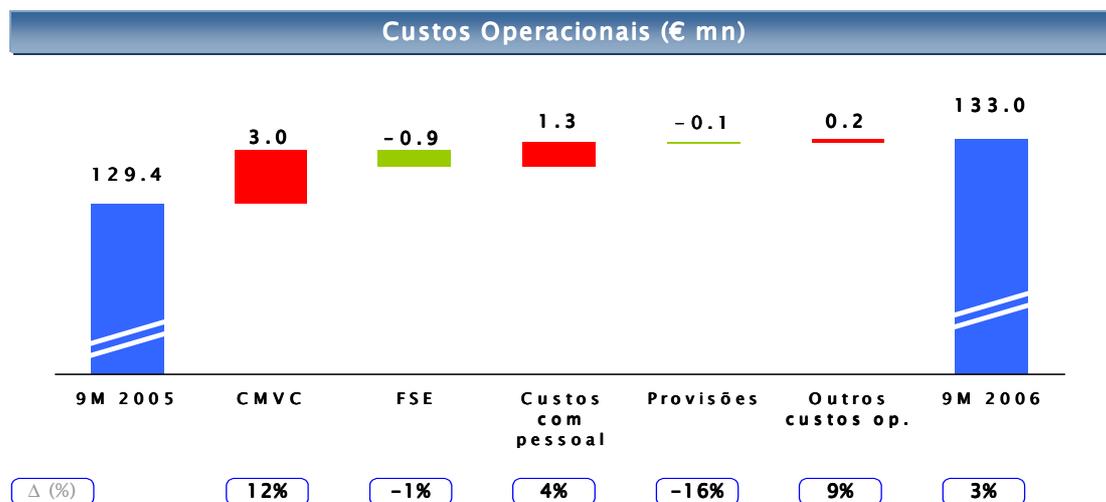
A evolução registada nos proveitos consolidados fica a dever-se na sua quase totalidade ao **aumento de 6% nas receitas publicitárias**, em que o segmento de Televisão cresceu 8%, o segmento Outros subiu 21%, a Publicidade Exterior manteve-se em linha com o ano anterior, tendo o segmento de Rádio recuado 15%.

Em termos acumulados, o mercado publicitário em Portugal deverá ter tido um crescimento nominal marginalmente positivo, devido ao impacto dos ganhos verificados no 3º trimestre, suportados principalmente pelo crescimento no mercado de televisão.

O desempenho das receitas publicitárias obtido pela Media Capital nos primeiros nove meses de 2006, teve como principal impulsionador o crescimento das audiências do segmento de Televisão face a 2005, tendo a TVI liderado tanto em *prime time* como em *all day*.

As vendas de revistas recuaram 13%, seguindo uma tendência de queda generalizada das vendas no mercado das publicações, com as revistas a conseguirem ainda assim minorar esse impacto através do lançamento de novas publicações.

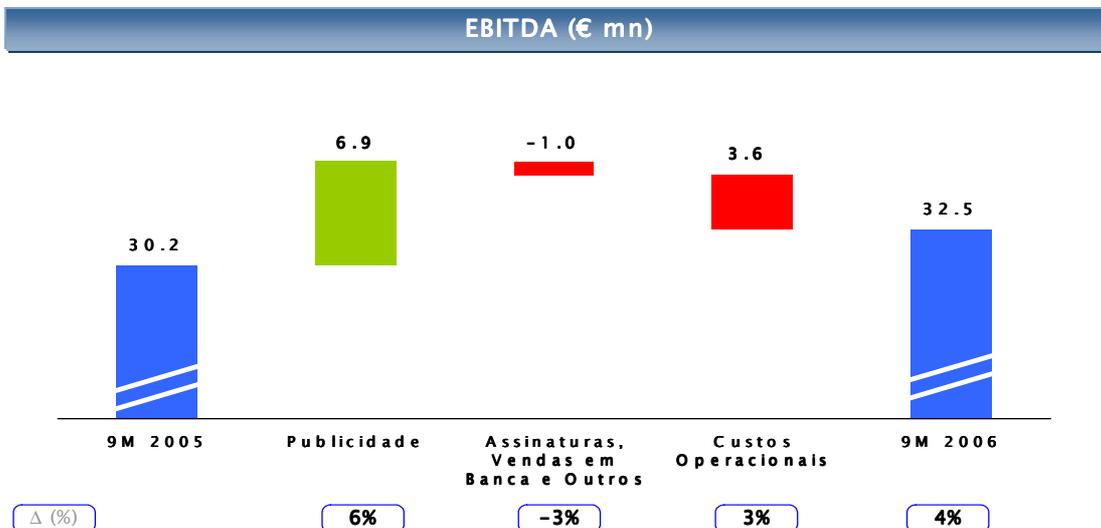
Os Outros proveitos operacionais, mantiveram-se praticamente inalterados face ao ano anterior, com os crescimentos verificados nos segmentos de Televisão, Rádio e Publicidade exterior a compensarem a já antecipada redução no fornecimento de acesso de banda estreita à Internet e a quebra na venda de produtos associados às publicações do grupo.



Os **custos operacionais** tiveram um aumento de cerca de 3%, em função do:

- aumento de custos de programação em Televisão (€4.8 milhões), por via da produção interna de alguns programas e da transmissão e em menor grau pela cobertura de diversos eventos durante o verão e
- aumento nos custos de marketing no segmento de Rádio e sendo estes aumentos em parte compensados por:
  - redução de custos variáveis na área de Internet e
  - redução de custos associados à venda de produtos complementares e eventos associados à área de imprensa.

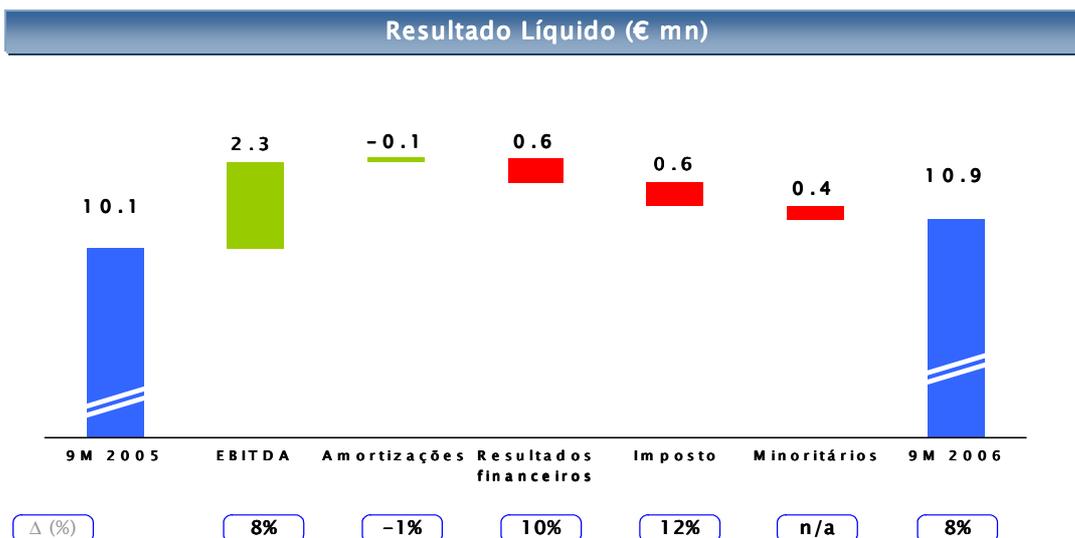
## EBITDA (€ mn)



Os **custos e perdas financeiros** aumentaram 10% para os €7.0 milhões. Apesar de se verificar uma redução nos encargos com juros líquidos (em função da redução da dívida média no período) e nos custos com instrumentos derivados, os custos com o *equity swap* contratado pelo Grupo no período comparam com um proveito de €1.8 milhões no mesmo período de 2005.

O **imposto sobre o rendimento do exercício**, (que não representa, na sua maioria, saída de numerário) apresenta um acréscimo resultante do aumento nos resultados antes de impostos.

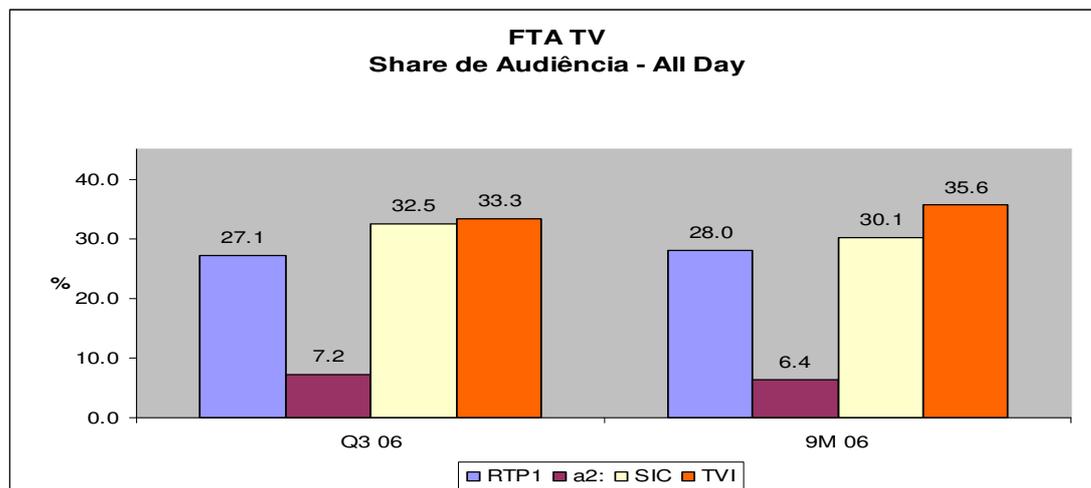
## Resultado Líquido (€ mn)



## 2. Televisão

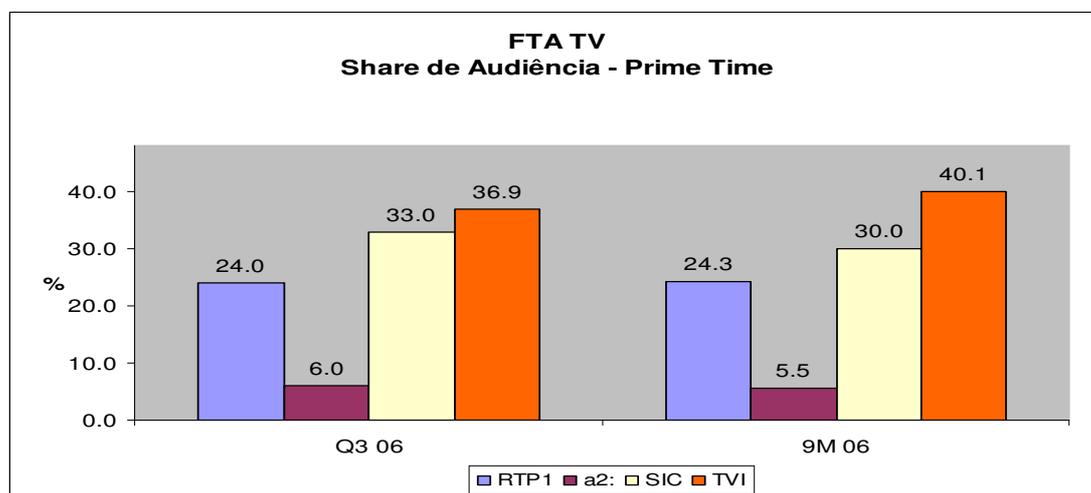
(valores em milhares de €)	9M 06	9M 05	Var %	T3 06	T3 05	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>123,798</b>	<b>112,609</b>	<b>10%</b>	<b>36,550</b>	<b>34,561</b>	<b>6%</b>
Publicidade	103,630	95,858	8%	29,690	27,991	6%
Outros Proveitos	20,168	16,751	20%	6,860	6,571	4%
<b>Total de Custos Operacionais</b>	<b>86,652</b>	<b>80,662</b>	<b>7%</b>	<b>28,048</b>	<b>26,303</b>	<b>7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>37,146</b>	<b>31,948</b>	<b>16%</b>	<b>8,502</b>	<b>8,258</b>	<b>3%</b>
Margem EBITDA	30.0%	28.4%	1.6 pp	23.3%	23.9%	-0.6 pp
Amortizações	4,582	4,869	-6%	1,514	1,619	-7%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>32,564</b>	<b>27,079</b>	<b>20%</b>	<b>6,989</b>	<b>6,639</b>	<b>5%</b>

O segmento de Televisão inclui transmissão e produção televisiva, além de actividades não publicitárias relacionadas (incluindo a venda de CD's de música).



Fonte: Marktest

De acordo com os dados da Marktest, a TVI liderou as **audiências** de televisão no acumulado dos **primeiros nove meses de 2006**, com **shares de 35.6% em all day** e de **40.1% em prime time**. Estes valores comparam com 34.2% no total do dia e 37.1% no *prime time* no mesmo período de 2005.



Fonte: Marktest

No 3º trimestre, e após um mês de Julho marcado pela fase final do Campeonato do Mundo de futebol e pela forte participação da selecção de Portugal, a TVI recuperou a liderança nos meses de Agosto e Setembro e acabou o trimestre na frente das audiências, com *shares* de 33.3% e 36.9.1% em *all day* e em *prime time* respectivamente. A liderança nos primeiros nove meses do ano manteve-se igualmente em outras faixas horárias relevantes como o acesso ao horário nobre (entre as 18h e as 20h) e no *late night* (entre as 0h e as 2:30h), com *shares* de audiências de 39.1% e 39.9% respectivamente.

A posição de liderança da TVI continua a dever-se a uma sólida base nos seus elementos habituais de programação, em que as produções de ficção portuguesa do Grupo continuam a ser fundamentais para o sucesso da TVI em termos de *shares* de audiência.

Na ficção nacional a TVI estreou em Junho a sua nova novela “**Tempo de Viver**” que, com um share médio de 44.0% (o equivalente a quase 1.3 milhões de espectadores diários), lidera largamente o seu horário de emissão. A novela “**Falame de Amor**”, que se aproxima do seu final, obteve ao longo da sua exibição desde Março, um share médio de 46.4%.

Em Setembro o projecto de ficção de maior duração da televisão portuguesa entrou no seu quarto ano consecutivo de exibição: “Morangos com Açúcar IV” estreou no dia 18 de Setembro em *prime time*, tendo registado nas duas primeiras semanas de exibição uma audiência média de 1,2 milhões de indivíduos por dia e mantendo uma forte penetração nos públicos-alvo a que se destina. Durante o Verão a TVI exibiu a série III de “**Morangos Com Açúcar – Férias de Verão**”, tendo esta terminado, em Setembro, com um share médio de 35.1% nas suas emissões nocturnas e uma audiência média acima de 1 milhão de espectadores.

Em Setembro regressaram ainda os jogos da liga Portuguesa de Futebol, que obtiveram nos três jogos transmitidos nesse período um share médio de 41.7% (e de 50% entre a população masculina) e com uma audiência média de 1.1 milhões de indivíduos.

O “**Jornal Nacional**” foi o programa de notícias mais visto nos primeiros nove meses de 2006, obtendo 32.5% de share e mantendo-se como o único a obter uma média superior a 1 milhão de espectadores diariamente.

Com um crescimento de 8% nas suas **receitas publicitárias**, a TVI ultrapassou uma vez mais de forma sólida a fraca evolução (entre 1% a 2%, de acordo com as nossas estimativas) que se verificou no mercado publicitário de televisão, tendo sido o principal motor do crescimento total do mercado.

Os **outros proveitos** verificaram uma subida de 20% no período, reflectindo o crescimento das receitas de *call-TV* e de *merchandising*.

As **vendas de CDs** registaram uma diminuição de cerca de 2% face a 2005, superando a quebra significativa que o mercado deverá ter registado. Os destaques neste último trimestre foram para os discos dos D’ZRT, FF e André Sardet bem como para as bandas sonoras das novelas da TVI. No acumulado dos nove meses a Farol e a Warner colocaram:

- 45 dos seus CDs no top 30 (com 4 #1’s, durante 15 semanas)
- 20 dos seus DVDs no top 30 (com 3 #1’s, durante 24 semanas),

tendo em média 4 discos no top 10 de CDs e 3 discos no top 10 das compilações.

O peso relativo dos outros proveitos no total de receitas do segmento de Televisão, passou de 15% para 16% nos primeiros nove meses de 2006.

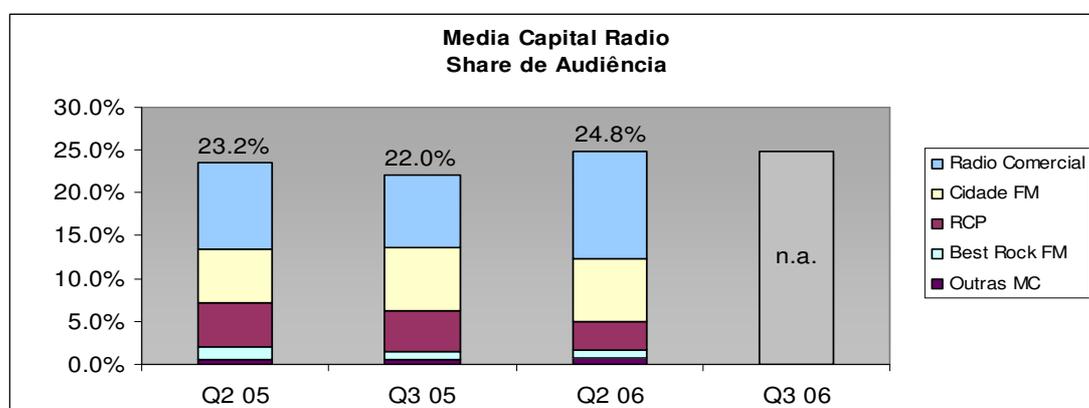
Os **custos operacionais** do segmento de Televisão aumentaram 7% principalmente devido ao crescimento total de custos de programação, devido ao aumento dos custos com os programas de produção interna e aos custos associados à transmissão ou cobertura de diversos eventos.

O **EBITDA consolidado** do segmento Televisão aumentou em 16% em relação ao período homólogo do ano anterior para os €37.1 milhões, tendo a **margem EBITDA** atingido os **30.0%**, uma subida de 1.6 p.p..

O **EBIT consolidado** do segmento atingiu os €32.6 milhões um acréscimo de 20% em relação aos primeiros nove meses de 2005.

### 3. Rádio

(valores em milhares de €)	9M 06	9M 05	Var %	T3 06	T3 05	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>9,860</b>	<b>10,987</b>	<b>-10%</b>	<b>2,600</b>	<b>3,531</b>	<b>-26%</b>
Publicidade	9,043	10,684	-15%	2,343	3,423	-32%
Outros proveitos	817	303	170%	257	108	138%
<b>Total de Custos Operacionais</b>	<b>10,332</b>	<b>9,918</b>	<b>4%</b>	<b>3,079</b>	<b>3,434</b>	<b>-10%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(472)</b>	<b>1,069</b>	<b>N/A</b>	<b>(479)</b>	<b>97</b>	<b>N/A</b>
Margem EBITDA	-4.8%	9.7%	-14.5 pp	-18.4%	2.8%	-21.2 pp
Amortizações	1,344	944	42%	435	322	35%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(1,817)</b>	<b>125</b>	<b>N/A</b>	<b>(915)</b>	<b>(224)</b>	<b>-308%</b>



Fonte: Marktest

Os resultados relativos às audiências de rádio do 3º trimestre de 2006 não estão ainda disponíveis à data da divulgação deste comunicado.

No 2º trimestre do ano, a MCR atingiu os 24.8% de audiências, o que compara com os 23.2% obtidos no mesmo período do ano anterior e mantém as audiências do grupo nos seus melhores resultados desde o início de 2002.

A **Rádio Comercial** manteve (com excepção do trimestre imediatamente anterior) um nível de audiências acima das verificadas em qualquer trimestre dos últimos cinco anos, bem como a distância mais curta para a sua principal concorrente acima, tencionando manter uma aposta significativa no entretenimento, num período de *drive time* forte e nas novas rubricas e promoções na sua programação.

O **Rádio Clube** iniciou um processo de migração para um formato de rádio generalista e de informação, tendo progressivamente passado a incluir uma maior componente de notícias e informação. A evolução para este novo formato, que se tornará definitivo a partir Janeiro de 2007, surge no contexto do 75º aniversário do RCP e tem o potencial para gerar mais proveitos que o actual, tanto através de novos patrocínios a programas específicos, como através da melhoria no perfil dos ouvintes, mais urbano e com maior poder de compra.

A **Cidade FM** continuou a liderar no segmento jovem, chegando diariamente a 24% da população mais jovem (15 aos 24 anos) nos grandes centros urbanos, e tendo registado na globalidade das rádios portuguesas a maior subida de audiências face ao trimestre anterior.

De assinalar ainda o 5º aniversário do **Cotonete**, a rádio online da MCR, celebrado com a renovação do seu site, apostando numa maior oferta de conteúdos e num crescente esforço em aproximar, cada vez mais, a tecnologia do utilizador final. Actualmente, o Cotonete regista os melhores resultados de sempre, com um tráfego médio mensal de 6 milhões de *page views* e cerca de 800 mil utilizadores únicos por mês, assumindo-se já como uma marca perfeitamente autónoma e de referência nesta área em Portugal.

Apesar da evolução positiva das suas audiências, as **receitas publicitárias** da MCR caíram 15% face ao mesmo período do ano anterior, com a MCR a seguir a tendência negativa do mercado publicitário de Rádio, o qual a Media Capital estima se tenha continuado a retrair no 3º trimestre de 2006. Esta descida deve-se particularmente ao impacto negativo do Mundial de futebol nos meses de Junho e Julho, que forçou a uma concentração do investimento na televisão, bem como ainda a um 3º trimestre especialmente difícil, dada a redução conjuntural verificada em alguns dos principais sectores de anunciantes. A MCR deverá ter sido mais afectada que os outros operadores de rádio, uma vez que detém quotas de mercado muito significativas em alguns desses sectores ou clientes directos.

Os **custos operacionais** subiram 4%, com a concentração de custos de marketing no 1º Semestre do ano com as alterações efectuadas na Rádio Comercial e no Rádio Clube, bem como e ainda que em menor escala, também com o aumento dos custos relacionados com os acordos de retransmissão do grupo, na sequência da estratégia de aumento de cobertura geográfica do Rádio Clube e da Cidade FM, com estes últimos a serem ainda assim compensados em parte com a redução dos custos com pessoal.

O **EBITDA consolidado** do segmento de Rádio diminuiu para os € -0.5 milhões, tendo o **EBIT consolidado** do segmento, que era marginalmente positivo no período homólogo, descido para os € -1.8 milhões nos primeiros nove meses de 2006.

#### 4. Publicidade exterior

(valores em milhares de €)	9M 06	9M 05	Var %	T3 06	T3 05	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>12,513</b>	<b>12,182</b>	<b>3%</b>	<b>3,680</b>	<b>3,654</b>	<b>1%</b>
Publicidade	12,155	12,144	0%	3,569	3,639	-2%
Outros proveitos	358	38	840%	112	15	647%
<b>Total de Custos Operacionais</b>	<b>11,291</b>	<b>11,311</b>	<b>0%</b>	<b>3,463</b>	<b>3,354</b>	<b>3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1,223</b>	<b>871</b>	<b>40%</b>	<b>218</b>	<b>301</b>	<b>-28%</b>
Margem EBITDA	9.8%	7.2%	2.6 pp	5.9%	8.2%	-2.3 pp
Amortizações	908	947	-4%	304	365	-17%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>314</b>	<b>(76)</b>	<b>N/A</b>	<b>(86)</b>	<b>(64)</b>	<b>-35%</b>

A Media Capital Outdoor (MCO) registou um crescimento dos seus **proveitos operacionais** de 3% face ao mesmo período em 2005. Apesar das receitas publicitárias se manterem ao nível do verificado no mesmo período do ano anterior, esta comparação é prejudicada pela alteração da classificação em 2006 de alguns proveitos, que deixaram de ser registados como receitas de publicidade, sendo que em termos comparáveis a MCO regista uma evolução nas suas receitas publicitárias em cerca de 3%. A MCO beneficiou da tendência positiva no mercado de publicidade exterior sendo, a par da TVI, um dos poucos operadores de media que conseguiram aumentar as suas receitas publicitárias nos primeiros nove meses de 2006.

A MCO mantém sua atenção no controlo de custos, nomeadamente através da optimização da rede existente e análise criteriosa e selectiva em investimentos em capacidade de rede adicional. Os **custos operacionais** ficaram ao mesmo nível do ano anterior com o acréscimo nos custos com rendas e concessões de rede a ser compensado com a redução dos custos com o pessoal, e redução de custos com taxas locais, ainda na sequência da optimização da rede de cartazes que ocorreu final de 2005.

O **EBITDA consolidado** da MCO subiu 40% nos primeiros nove meses de 2006, atingindo os €1.2 milhões e uma **margem EBITDA** de quase 10%, evolução suportada tanto pelo ligeiro aumento dos proveitos, como pelo esforço de gestão de custos que a empresa está a realizar. O **EBIT consolidado** verificou uma evolução semelhante em termos de montante, atingindo €0.3 milhões nestes primeiros nove meses.

## 5. Outros

(valores em milhares de €)	9M 06	9M 05	Var %	T3 06	T3 05	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>19,366</b>	<b>23,823</b>	<b>-19%</b>	<b>5,785</b>	<b>7,223</b>	<b>-20%</b>
Publicidade	4,262	3,515	21%	1,452	866	68%
Assinaturas e vendas em banca	5,675	6,544	-13%	1,906	1,960	-3%
Outros proveitos operacionais	9,429	13,765	-32%	2,427	4,398	-45%
<b>Total de Custos Operacionais</b>	<b>24,749</b>	<b>27,534</b>	<b>-10%</b>	<b>7,467</b>	<b>8,402</b>	<b>-11%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(5,383)</b>	<b>(3,711)</b>	<b>-45%</b>	<b>(1,682)</b>	<b>(1,179)</b>	<b>-43%</b>
Amortizações	1,678	1,874	-10%	562	665	-16%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(7,060)</b>	<b>(5,586)</b>	<b>-26%</b>	<b>(2,244)</b>	<b>(1,844)</b>	<b>-22%</b>

A área de Internet, publicação de revistas, custos centrais da Holding e ajustamentos de consolidação estão incluídos neste segmento.

As **receitas publicitárias** deste segmento cresceram 21% até final de Setembro, tendo a nova revista Grazia vindo a compensar as descidas verificadas nos outros principais títulos do grupo, tendo a actividade de Internet registado também uma evolução favorável nas suas receitas publicitárias.

As **assinaturas e vendas em banca** registaram uma quebra de 13%, com o lançamento dos novos títulos Grazia e Auto Comércio a não ser suficiente para compensar as reduções verificadas na circulação nas principais revistas do grupo, bem como o impacto do encerramento da revista Fotochoque no final de 2005.

Tudo indica que na sua generalidade as vendas em banca voltaram a cair no 3º trimestre de 2006, seguindo uma tendência que tem sido consistente ao longo deste ano. Quase todas as publicações do mercado em praticamente todos os segmentos, registaram quebras na sua circulação face a 2005, o que dificulta a manutenção das suas receitas publicitárias. Adicionalmente este mercado sofreu uma quebra acentuada nas vendas de produtos associados, tendo inclusivamente alguns títulos regressados às ofertas de produtos e brindes promocionais.

Os **outros proveitos operacionais** diminuíram 32% devido à **quebra continuada nos utilizadores activos e nos minutos utilizados no Internet Service Provider**, bem como ainda à quebra verificada na venda de produtos associados nos principais títulos do Grupo, em particular na revista Lux.

A Media Capital encetou no 1º trimestre de 2006 uma redobrada aposta no desenvolvimento dos seus conteúdos online, com a renovação do design do portal IOL e dos seus principais *sites*. No 2º trimestre o IOL lançou o *site* Maismundial2006, um novo *site* totalmente dedicado à cobertura deste evento e que contribuiu nessa altura para um número recorde em termos de páginas vistas na rede IOL.

As audiências do mês de Setembro foram as melhores de sempre para dois dos sites de informação do IOL:

- A Agência Financeira passou pela primeira vez a barreira dos dois milhões de *banner views*/mês tendo atingido um total de 2.2 milhões de *banner views*, uma subida de 15 por cento em relação ao anterior máximo em Agosto de 2006, com um registo superior a 42.000 *unique users*,
- O Portugal Diário conseguiu também o melhor registo da sua história, com 7.6 milhões de *banner views* uma subida de 18 por cento em relação ao anterior máximo de Julho de 2006, tendo registado cerca de 177.000 *unique users*,
- Já o site Maisfutebol manteve em Setembro a média diária de Agosto, sendo o melhor valor de sempre num mês sem grandes competições internacionais (Mundiais ou Europeus de futebol) e chegando actualmente um universo superior a 400.000 *unique users*.

Os **custos operacionais** do segmento desceram 10%, devido à redução dos custos de marketing e dos custos relacionados com a venda de produtos associados nas revistas do Grupo, bem como à redução dos custos variáveis na área de Internet.

O **EBITDA** diminuiu para os €5.4 milhões negativos nos primeiros nove meses de 2006, com o EBIT do segmento a descer para os €7.1 milhões negativos neste mesmo período.

## 6. Cash flow

(valores em milhares de €)	9M 06	9M 05	Var %	T3 06	T3 05	Var %
<b>Actividades Operacionais:</b>						
Recebimentos	211,589	194,304	9%	62,248	64,199	-3%
Pagamentos	(178,593)	(174,173)	3%	(56,534)	(57,306)	-1%
<b>Fluxos das actividades operacionais (1)</b>	<b>32,996</b>	<b>20,132</b>	<b>64%</b>	<b>5,714</b>	<b>6,893</b>	<b>-17%</b>
<b>Actividades de Investimento:</b>						
Recebimentos	209	637	-67%	127	570	-78%
Pagamentos	(10,026)	(12,526)	-20%	(2,817)	(4,260)	-34%
<b>Fluxos das act. de investimento (2)</b>	<b>(9,818)</b>	<b>(11,890)</b>	<b>17%</b>	<b>(2,690)</b>	<b>(3,689)</b>	<b>27%</b>
<b>Actividades de Financiamento:</b>						
Recebimentos	341	7,090	-95%	77	2,104	-96%
Pagamentos	(23,297)	(13,669)	70%	(2,330)	(2,374)	-2%
<b>Fluxos das act. de financiamento (3)</b>	<b>(22,956)</b>	<b>(6,579)</b>	<b>-249%</b>	<b>(2,254)</b>	<b>(270)</b>	<b>-736%</b>
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	222	1,663		770	2,934	
Caixa e seus equivalentes no início do período	3,608	5,329		3,059	4,057	
<b>Caixa e seus equivalentes no final do período</b>	<b>3,830</b>	<b>6,991</b>		<b>3,830</b>	<b>6,991</b>	

O **cash flow das actividades operacionais** aumentou 64% nos primeiros nove meses de 2006, alcançando os €33.0 milhões. O crescimento de 9% nos recebimentos operacionais resulta principalmente do crescimento de 4% nos proveitos operacionais e de um maior volume de recebimentos do ano anterior em comparação com o período homólogo, consequência do aumento de actividade no final de 2005 face ao mesmo período do ano anterior. Os fluxos de pagamentos operacionais registaram uma evolução de 3%, principalmente devido ao aumento dos custos operacionais.

O **cash flow das actividades de investimento** diminuiu para €9.8 milhões nos primeiros nove meses de 2006, com a redução de cerca de €2.1 milhões justificada principalmente pela redução nos pagamentos relacionados com o projecto de expansão no segmento de Rádios e com a área de Internet (ISP).

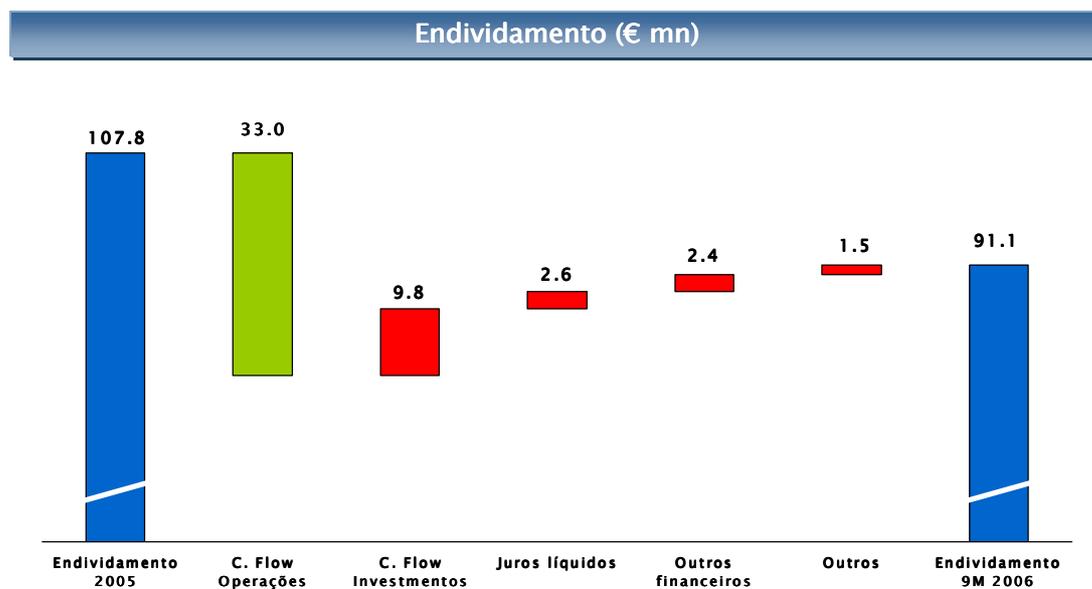
Os pagamentos das actividades de investimento nos primeiros nove meses deste ano, incluem um total de €2.1 milhões relativos ao pagamento de investimentos efectuados no projecto de expansão no segmento de Rádios, na aquisição da TCS e em outras aquisições bem como ainda €7.2 milhões de imobilizado corpóreo.

O **cash flow das actividades de financiamento** representa a redução continuada da dívida bancária. Efectivamente, nos primeiros nove meses de 2006, foram reembolsados empréstimos no valor de €17.0 milhões. Adicionalmente, ocorreu uma redução de cerca de €1.0 milhões, face ao período homólogo de 2005 ao nível dos pagamentos de juros e outras despesas financeiras, por via da já referida redução do endividamento.

## 7. Endividamento

(valores em milhares de €)	Set 06	Dez 05	Variação	Var %
<b>Total Dívida Grupo</b>	<b>91,128</b>	<b>107,760</b>	<b>(16,632)</b>	<b>-15%</b>
Contrato de empréstimo sindicado	84,889	98,019	(13,130)	-13%
Outro endividamento	6,238	9,741	(3,503)	-36%

O endividamento total do Grupo Media Capital teve uma diminuição de €16.6 milhões nos primeiros nove meses de 2006, diminuição proporcionada pelo cash flow operacional gerado. O endividamento total líquido do grupo era de **€87.3 milhões a 30 de Setembro de 2006**, que comparam com €104.2 milhões no final de 2005, representando uma redução de 16% no endividamento líquido do Grupo.



**Demonstrações Consolidadas dos Resultados para o período de 9 meses findos  
em 30 de Setembro de 2006 e 2005**

**(montantes expressos em milhares de euros)**

	<b><u>Setembro 2006</u></b>	<b><u>Setembro 2005</u></b>
<b>Proveitos operacionais</b>		
Vendas	18,269	21,381
Prestações de serviços	136,596	131,657
Proveitos suplementares	10,663	6,560
Subsídios à exploração	9	2
	<b><u>165,537</u></b>	<b><u>159,600</u></b>
<b>Custos operacionais</b>		
Custo das matérias consumidas	27,160	24,196
Fornecimentos e serviços externos	65,461	66,310
Custos com o pessoal	37,303	35,972
Depreciações e amortizações	8,513	8,634
Provisões	357	426
Outros custos e perdas operacionais	2,743	2,519
	<b><u>141,537</u></b>	<b><u>138,057</u></b>
<b>Resultados Operacionais</b>	<b><u>24,000</u></b>	<b><u>21,543</u></b>
Custo líquido de financiamento	<b><u>7,003</u></b>	<b><u>6,359</u></b>
<b>Resultados antes de impostos</b>	<b><u>16,997</u></b>	<b><u>15,184</u></b>
Imposto sobre resultados correntes	<b><u>5,943</u></b>	<b><u>5,298</u></b>
<b>Resultados líquidos</b>	<b><u>11,054</u></b>	<b><u>9,886</u></b>
<b>Atribuível aos:</b>		
Accionistas	10,910	10,108
Interesses minoritários	144	(222)
	<b><u>11,054</u></b>	<b><u>9,886</u></b>

## Balanço consolidado em 30 de Setembro de 2006 e 31 de Dezembro de 2005

(montantes expressos em milhares de euros)

	<u>Setembro 2006</u>	<u>Dezembro 2005</u>
<b>ACTIVO</b>		
<b>Activos não correntes:</b>		
Goodwill	174,373	174,373
Activos intangíveis	11,760	12,930
Activos tangíveis	34,209	34,726
Investimentos em empresas associadas	280	575
Direitos de transmissão e programas de televisão	39,312	47,719
Outros activos não correntes	2,215	2,545
Impostos diferidos activos	7,700	13,691
	<u>269,849</u>	<u>286,559</u>
<b>Activos correntes:</b>		
Direitos de transmissão e programas de televisão	5,909	-
Existências	1,588	1,990
Clientes e contas a receber	36,497	42,241
Outros activos correntes	15,556	14,213
Caixa e seus equivalentes	3,830	3,608
Instrumentos financeiros derivados	1,796	1,786
	<u>65,176</u>	<u>63,838</u>
<b>Total do Activo</b>	<u>335,025</u>	<u>350,397</u>
<b>CAPITAL PRÓPRIO, INTERESSES MINORITÁRIOS E PASSIVO</b>		
<b>CAPITAL PRÓPRIO:</b>		
Capital social	7,606	7,606
Prémio de emissão de acções	81,709	82,035
Reservas	10,979	10,603
Resultados transitados	28,538	15,254
Resultado líquido consolidado do exercício	10,910	13,013
<b>Capital próprio atribuível a accionistas</b>	<u>139,742</u>	<u>128,511</u>
Interesses minoritários	2,997	2,858
<b>Total do Capital próprio</b>	<u>142,739</u>	<u>131,369</u>
<b>PASSIVO:</b>		
<b>Passivos Não Correntes:</b>		
Empréstimos	70,985	83,890
Provisões	6,245	7,019
Outros passivos não correntes	3,199	6,390
Instrumentos financeiros derivados	396	1,102
Impostos diferidos passivos	1,036	1,277
	<u>81,861</u>	<u>99,678</u>
<b>Passivos Correntes:</b>		
Empréstimos	18,995	21,885
Fornecedores e contas a pagar	70,975	68,112
Outros Passivos correntes	20,455	29,353
	<u>110,425</u>	<u>119,350</u>
<b>Total do Passivo</b>	<u>192,286</u>	<u>219,028</u>
<b>Total do Capital Próprio e do Passivo</b>	<u>335,025</u>	<u>350,397</u>

**Demonstrações Consolidadas dos Fluxos de Caixa para o período de 9 meses findos**  
**em 30 de Setembro de 2006 e 2005**

**(montantes expressos em milhares de euros)**

	<b>Setembro 2006</b>	<b>Setembro 2005</b>
	<hr/>	<hr/>
<b><u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u></b>		
Recebimentos de clientes	211,588	194,304
Pagamentos a fornecedores	(101,588)	(101,580)
Pagamentos ao pessoal	<u>(38,822)</u>	<u>(36,274)</u>
Fluxos gerados pelas operações	71,178	56,450
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	<u>(38,182)</u>	<u>(36,318)</u>
	<u>32,996</u>	<u>20,132</u>
Fluxos das actividades operacionais (1)	<u>32,996</u>	<u>20,132</u>
<b><u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u></b>		
Recebimentos provenientes de:		
Investimentos financeiros	-	372
Imobilizações corpóreas	156	66
Dividendos	53	198
	<u>209</u>	<u>636</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Investimentos financeiros	(2,124)	(3,493)
Imobilizações corpóreas	(7,224)	(5,131)
Imobilizações incorpóreas	-	(1,620)
Empréstimos concedidos a empresas participadas	<u>(678)</u>	<u>(2,282)</u>
	<u>(10,026)</u>	<u>(12,526)</u>
Fluxos das actividades de investimento (2)	<u>(9,817)</u>	<u>(11,890)</u>
<b><u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u></b>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	-	2,000
Capital social e prestações suplementares	-	4,914
Juros e proveitos similares	340	176
	<u>340</u>	<u>7,090</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(17,044)	(6,001)
Amortização de contratos de locação financeira	(863)	(1,237)
Juros e custos similares	(2,941)	(3,590)
Outras despesas financeiras	<u>(2,449)</u>	<u>(2,842)</u>
	<u>(23,297)</u>	<u>(13,670)</u>
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<u>(22,957)</u>	<u>(6,580)</u>
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	222	1,662
Caixa e seus equivalentes no início do exercício	3,608	5,329
Caixa e seus equivalentes no fim do exercício	3,830	6,991