



# Resultados do 1º Trimestre de 2012

**Grupo Media Capital, SGPS, S.A.**



- **Sessenta e oito meses consecutivos como estação líder de audiências**
- **Liderança na informação**



- **Nova grelha e posicionamento, com uma oferta renovada e reforçada, com números recorde de audiência**
- **Principal ecrã multimédia do país**



- **Aumento de audiência e aumento de quota de mercado, com mais de 1 milhão de ouvintes**
- **Segunda estação mais ouvida em Portugal**
- **Estação líder na Grande Lisboa**



- **Lançamento da nova presença *online* TVI com:**
  - **Nokia Windows phone**
  - **iPad e iPhone**
  - **Android**
  - **Novo *site***



- **Liderança de audiências dos conteúdos produzidos**
- **Internacionalização da atividade de prestação de serviços e aluguer de meios técnicos**



- **Campeonato Nacional de Surf – Liga Meo Pro Surf**

**Forte presença das marcas e conteúdos do Grupo na internet e nas redes sociais**

- **TVI líder no panorama *online* dos canais de televisão, com 94,4 milhões de *pageviews* no 1º trimestre**
- **Morangos com Açúcar: mais de 246 mil utilizadores ativos por mês no Facebook**
- **Rádio Comercial: mais de 500.000 fãs no Facebook**
- **Grupo Media Capital com mais de 5,9 milhões de *browsers* únicos mensais em 2012 (+10% vs 2011)**

GRUPO MEDIA 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 Coletiva n.º 502 816 481

Capital Social: 89.583.970,80 euros

## RESULTADOS DO 1º TRIMESTRE DE 2012

O Grupo Media Capital registou uma margem EBITDA de 10,5%

- As **receitas publicitárias** ascenderam a € 25,3 milhões, valor inferior em 19% ao do período comparável. O Grupo estima ter ganho quota de mercado, o qual terá recuado mais de 20%.
- A **TVI** continuou a liderar as audiências de televisão por larga margem. O segmento de Televisão obteve uma margem EBITDA de 8,3%, a que corresponde um valor absoluto de € 2,4 milhões. No início do ano, a **TVI24** foi renovada e o posicionamento reforçado, atingindo números recorde de audiência desde a sua criação. A TVI24 assume-se como o principal ecrã multimédia do país.
- A atividade de **Produção Audiovisual** registou uma redução de 20% dos proveitos operacionais, relacionada sobretudo com a alteração do perímetro de consolidação. Sem esta alteração, a variação dos proveitos teria sido de -2%. Ainda assim, o EBITDA melhorou substancialmente (+59%), atingindo € 2,1 milhões no período em análise.
- Em **Rádio**, os proveitos de publicidade ficaram ao nível do observado no primeiro trimestre de 2011, desempenho que se estima ficar claramente superior ao do mercado. Confirmando a tendência já de vários trimestres a esta parte, no 1T12 o conjunto das rádios do Grupo atingiu de novo o nível de audiência mais alto de sempre (20,1%). A Rádio Comercial já tem mais de 1 milhão de ouvintes e a m80 é a primeira estação do país de entre as que não têm cobertura nacional.
- Em **Internet**, a rede de *sites* MCM continua a crescer em volume. A este respeito, a média mensal de *pageviews* ascendeu a mais de 125 milhões durante o 1T12, comparando favoravelmente com os cerca de 103 milhões verificados no primeiro trimestre de 2011. No que decorre, a MCM reforça a aposta em conteúdos digitais para uma multiplicidade de plataformas e dispositivos.

Queluz de Baixo, 10 de maio de 2012



## 1. Proveitos Operacionais e EBITDA por Segmento

milhares de €	1T 2012	1T 2011	Var %
<b>Total de Proveitos Operacionais</b>	<b>40.045</b>	<b>53.550</b>	<b>-25%</b>
Televisão	29.454	35.672	-17%
Produção Audiovisual	15.335	19.276	-20%
Entretenimento	1.104	3.525	-69%
Rádio	2.986	3.372	-11%
Outros	3.981	4.369	-9%
Ajust. Consolidação	(12.814)	(12.665)	-1%
<b>Total de Custos Operac. ex-D&amp;A</b>	<b>35.831</b>	<b>46.723</b>	<b>-23%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>4.214</b>	<b>6.827</b>	<b>-38%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>10,5%</b>	<b>12,7%</b>	<b>-2,2pp</b>
Televisão	2.431	5.400	-55%
Produção Audiovisual	2.086	1.313	59%
Entretenimento	(154)	(93)	-66%
Rádio	123	162	-24%
Outros	38	32	17%
Ajust. Consolidação	(309)	12	N/A
Amortizações	2.830	2.855	-1%

Na evolução do total de proveitos consolidados, os **proveitos de publicidade** recuaram 19%. Relativamente à situação do **mercado de publicidade**, estima-se uma queda global superior a 20%. Nesta ótica, o Grupo estima ter melhorado a sua quota de mercado, nomeadamente em Televisão em aberto e Rádio.

Os **outros proveitos** recuaram 34% relativamente ao ano anterior, com o impacto a advir sobretudo dos segmentos de Produção Audiovisual (alteração de perímetro de consolidação) e Entretenimento (atividade de Cinema & Vídeo descontinuada). Sem estes dois impactos, a queda teria sido de 10%.

Em relação aos **custos operacionais**, verificou-se um decréscimo de 23%, como resultado (i) dos menores proveitos nos segmentos de Produção Audiovisual e Entretenimento mas também (ii) dos ganhos de eficiência que têm vindo a ser obtidos nos diversos segmentos de atividade e centralmente.

O **EBITDA consolidado** do Grupo recuou 38% para os € 4,2 milhões, com uma margem de 10,5%.



milhares de €	1T 2012	1T 2011	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>40.045</b>	<b>53.550</b>	<b>-25%</b>
Publicidade	25.292	31.120	-19%
Outros proveitos operacionais	14.753	22.429	-34%

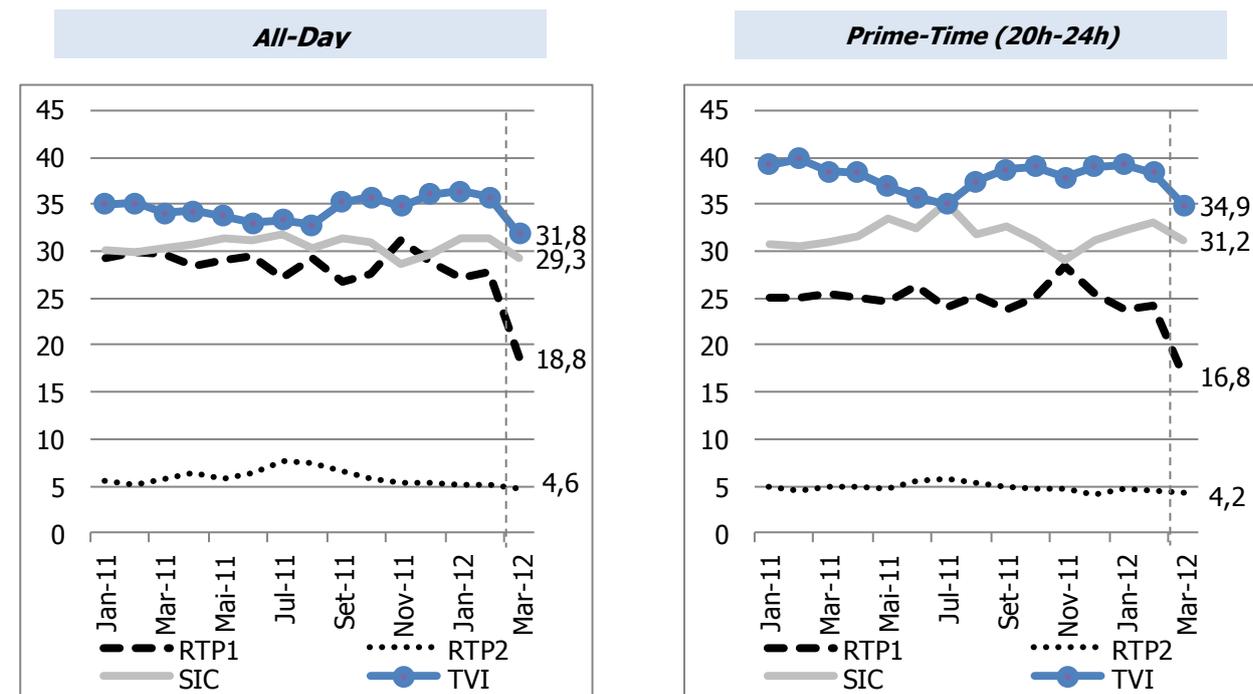
## 2. Televisão

milhares de €	1T 2012	1T 2011	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>29.454</b>	<b>35.672</b>	<b>-17%</b>
Publicidade	21.779	27.812	-22%
Outros Proveitos	7.675	7.860	-2%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>27.023</b>	<b>30.272</b>	<b>-11%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2.431</b>	<b>5.400</b>	<b>-55%</b>
Margem EBITDA	8,3%	15,1%	-6,9pp

O segmento de Televisão incorpora a TVI, bem como a Publipartner, empresa do Grupo com atividade nas áreas de gestão de marketing e de parcerias, com o objetivo de desenvolver receitas complementares à publicidade, cuja

maior parte do investimento publicitário é efetuado na TVI (e noutros meios do Grupo). Por este motivo, as receitas de publicidade do segmento reportado são ligeiramente inferiores às da TVI de forma isolada.

### Share de Audiência Mensal - (Canais em Aberto, %)



Fonte: Marktest (até fevereiro); Gfk em março

Relativamente às fontes de dados de audiência utilizados no primeiro trimestre de 2012, impõe-se uma **nota introdutória** relativamente à posição da TVI nesta matéria.

Na continuação de um processo iniciado em 2010 pela CAEM (Comissão de Análise de Meios, Associação de mercado que reúne Anunciantes, Agências de Meios e Operadores), no mês de março de 2012 o mercado português adotou uma nova fonte oficial de audiência, com base num painel da Gfk Portugal.

Ainda nos primeiros dois meses do ano a TVI havia manifestado em sede adequada a sua posição de reserva relativamente à entrada em produção oficial deste painel (cujo início já havia estado previsto para janeiro de 2012), considerando que deveriam ser feitas afinações e ajustamentos de estrutura de amostra e serviço, defendendo assim o adiamento da produção oficial de dados, o que não veio a verificar-se, sendo que a partir de 1 de março os dados da Gfk passaram a ser considerados como oficiais.

A estação mantém ainda as mesmas reservas estando a trabalhar em conjunto com a CAEM para a melhor resolução que permita a maior qualidade de serviço do sistema de referência para estimativa de audiência.

Já em abril, a CAEM decidiu abrir concurso para a realização de uma auditoria ao sistema de mediação de audiências da GfK.

Nos dados apresentados neste documento, os meses de janeiro e fevereiro têm como fonte a Marktest Audimetria e para o mês de março os dados são provenientes da GfK, sendo que a TVI continua trabalhar igualmente dados provenientes de um outro estudo de media do mercado português.

Ainda com a fonte Marktest, verifica-se que no passado mês de Fevereiro, a TVI registou o sexagésimo sétimo mês consecutivo de liderança de **audiências** entre os canais de acesso livre. No *all-day*, o *share* acumulado até Fevereiro foi de 36,1%, mais 1pp que no período homólogo e 4,4pp acima do competidor mais próximo. Relativamente ao *prime-time* (20-24h), a quota de audiência obtida foi de 38,8% (39,6% no 1T11), distando 6,1pp acima do segundo operador.

A título informativo, já que com a introdução do painel da GfK se verifica uma quebra técnica da continuidade da série anterior, a TVI obteve no mês de março, de acordo com a GfK, um *share all-day* de 38,4% e no horário nobre de 40,1% para a audiência gerada no mercado em aberto.

É de sublinhar que em qualquer dos sistemas de audiência a TVI é a estação mais vista em Portugal e assim no mês de março a estação registou o seu sexagésimo oitavo mês de liderança consecutiva, com a sua habitual estrutura de oferta, baseada na ficção nacional, entretenimento, informação e desporto.

Na **ficção**, a novela "Doce Tentação" estreou em fevereiro com emissão no pico do consumo em horário nobre, e regista uma clara liderança, à semelhança das restantes novelas produzidas pela Plural e emitidas pela TVI.

No **entretenimento**, é de destacar estreia de "A Tua Cara Não me é Estranha", a adaptação de um formato de grande sucesso internacional, o qual também se confirmou junto do público português, registando um

domínio ímpar em termos de *rating* e *share*, nos vários *targets* populacionais.

Na **informação**, confirma-se o excelente progresso verificado com a informação da TVI que ganhou destaque no trimestre. Pela primeira vez na história da estação, em fevereiro e de acordo com a Marktest, os serviços noticiosos da estação foram os mais vistos da televisão, e durante o mês de março, agora com os dados da GfK, a mesma situação voltou a confirmar-se (conforme quadro abaixo), com o "Jornal das 8" a registar mais de um milhão de espectadores diários e o "Jornal da Uma" (13 horas) com 659 mil espectadores regulares.

CANAL	NOTICIÁRIO	ESPECTADORES	SHARE %
<b>TVI</b>	JORNAL DA UMA	569.140	28.1
<b>SIC</b>	PRIMEIRO JORNAL	484.450	25.4
<b>RTP1</b>	JORNAL DA TARDE	387.150	19.3
<b>TVI</b>	JORNAL DAS 8	1045.880	25.2
<b>SIC</b>	JORNAL DA NOITE	978.990	23.7
<b>RTP1</b>	TELEJORNAL	786.860	20.0

*Audiências de março de 2012. Fonte: GfK, audiência net, share TTV*



O primeiro trimestre de 2012 foi especialmente marcante para a TVI24, com a estreia no dia 9 de janeiro, de uma nova grelha e posicionamento, com uma oferta renovada e reforçada em toda a linha, o que permitiu um reforço da sua posição, e melhoria da posição relativa face aos concorrentes diretos, conforme quadros abaixo.

#### Share Total Mercado

%	TVI24	SIC Notícias	RTP Informação
Jan	1,4	3,3	1,3
Fev	1,3	3,1	1,4
Mar	0,8	1,5	0,8

#### Share Canais Notícias Portugueses

%	TVI24	SIC Notícias	RTP Informação
Jan	23,0	55,3	21,8
Fev	22,8	53,6	23,6
Mar	25,8	49,7	24,5

*Fonte: Marktest até fevereiro; GfK em março*

A TVI24 dispõe assim de uma linha de oferta que gera um contacto regular e estável com base numa maior estrutura de noticiários de grande desenvolvimento a cada hora e

programas como "Olhos nos Olhos", "A Noite do Futebol", "Política Mesmo", "Nem Mais nem Menos", "Mais Futebol" e diariamente ao final da noite, a "25ª Hora".

Este novo posicionamento estendeu-se ao mundo digital, com a TVI24 a assumir-se o principal ecrã multimédia do país, a que correspondeu também números recorde em termos do *site* [tvi24.pt](http://tvi24.pt).

Neste capítulo digital e multi-ecran, é de assinalar que o conjunto das aplicações de *software* para outras plataformas de distribuição (*apps tablet* com a "TVI HD", "TVI24 HD", "Marcelo Rebelo de Sousa", "Mais Futebol") aproxima-se já dos 200 mil *downloads*.

## **OUTROS MERCADOS - TVI24 E TVI INTERNACIONAL**

Neste trimestre a distribuição além-fronteiras da TVI24 e da TVI Internacional continuou a revelar progressos notáveis de penetração e atração, ao confirmar mais de 250 mil assinantes (TVI Internacional e TVI 24) no fecho do trimestre.

Lançada em maio de 2010, a TVI Internacional, apresenta uma programação fundamentada na matriz cultural portuguesa. A TVI Internacional esteve disponível apenas no continente africano até 2011, sendo que no primeiro trimestre de 2012 estendeu a sua abrangência igualmente à Europa, garantindo a sua distribuição nos operadores e *bouquets* mais significativos em Andorra, Luxemburgo e França.

## **DESEMPENHO FINANCEIRO**

Em termos de **desempenho financeiro**, e dado o difícil enquadramento económico, o

segmento de Televisão viu os seus proveitos operacionais totais recuarem 17%. As **receitas de publicidade** recuaram 22% face ao ano transato (19,5% excluindo eleições). A Media Capital estima que o mercado publicitário em sinal aberto terá recuado cerca de 23%, portanto com um ganho de quota por parte da TVI.

Os **outros proveitos** no segmento de Televisão recuaram 2%, representando agora 26% do total de proveitos operacionais (22% no 1T11), contribuindo desta forma para a menor dependência relativamente à publicidade. De entre as várias rubricas, é de destacar o incremento de proveitos associados a serviços de multimédia.

Os **custos operacionais** recuaram 11% face ao ano anterior, motivado pelo esforço de poupança generalizado. Sempre com o espírito de manter a qualidade dos seus conteúdos (sendo prova disso mesmo as audiências alcançadas e o desempenho comercial relativo), a TVI reduziu os seus custos de programação em 9%, com um esforço muito relevante ao nível dos conteúdos internacionais (séries e, sobretudo, filmes), assim como de produto nacional (ficção e entretenimento) e informação, não obstante o comparativo negativo no que respeita a diferenças de câmbios.

É de salientar que uma componente relevante dos custos de grelha - ficção nacional - corresponde a produção interna ao Grupo (via Plural), que assim retém valor acrescentado do mesmo.

A combinação da evolução dos proveitos e dos custos resultou num **EBITDA** de € 2,4 milhões, que compara com € 5,4 milhões no 1T11, com a margem respetiva a passar de 15,1% para 8,3%.



### 3. Produção Audiovisual

milhares de €	1T 2012	1T 2011	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>15.335</b>	<b>19.276</b>	<b>-20%</b>
Publicidade	0	0	0%
Outros proveitos	15.335	19.276	-20%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>13.249</b>	<b>17.963</b>	<b>-26%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2.086</b>	<b>1.313</b>	<b>59%</b>
Margem EBITDA	13,6%	6,8%	6,8pp

As variações observadas neste segmento são fruto não só da atividade ordinária das sociedades que o compõem, mas também da alteração do perímetro de consolidação.

Com efeito, a partir de 1 de janeiro de 2012 a participação na sociedade Factoría passou de 51% para 15%, deixando de estar incluída na consolidação, assim como a sua participada CHIP (detida a 50% pela Factoría). Da mesma forma, as sociedades Socater e Productora Canaria de Programas (detidas a 40% cada uma), ambas a atuarem no âmbito da gestão de canais autonómicos, deixaram, no final de 2011 de fazer parte do consolidado (por via de acordos celebrados com os restantes acionistas), passando também a configurar como empresas associadas, tal como a Factoría.

O segmento de produção audiovisual atingiu um total de **proveitos operacionais** de € 15,3 milhões, decrescendo 20%. Ajustando para os efeitos de alteração de perímetro de consolidação, a variação seria de -2%.

Em Portugal, os proveitos subiram a duplo dígito, mercê do aumento de proveitos associados a produções televisivas, bem como de um importante incremento resultante da

atividade de prestação de serviços e aluguer de meios técnicos, que ganhou dimensão internacional.

Relativamente a Espanha, os proveitos operacionais registaram uma redução. À parte do impacto da desconsolidação das sociedades referenciadas, verificou-se uma ligeira subida do volume de produção para clientes daquele país, não tendo no entanto compensado a ausência de proveitos com a atividade de cinema (em 2011 foram registados proveitos com subsídios de produções realizadas anteriormente) e os menores proveitos da atividade em Miami.

Não obstante a alteração de perímetro de consolidação, o **EBITDA** melhorou 59%, para € 2,1 milhões, com a margem a subir 6,8pp para 13,6%. Para tal contribuiu o aumento da atividade em Portugal, assim como as poupanças resultantes da centralização de parte dos centros de produção e a mais-valia relacionada com a alienação parcial da participação na Factoría (€ 91 milhares). Estes elementos compensaram a ausência este ano, em Espanha, dos subsídios à atividade de cinema ocorridos no período homólogo.



## 4. Rádio

milhares de €	1T 2012	1T 2011	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>2.986</b>	<b>3.372</b>	<b>-11%</b>
Publicidade	2.800	2.803	0%
Outros proveitos	186	569	-67%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>2.863</b>	<b>3.210</b>	<b>-11%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>123</b>	<b>162</b>	<b>-24%</b>
Margem EBITDA	4,1%	4,8%	-0,7pp

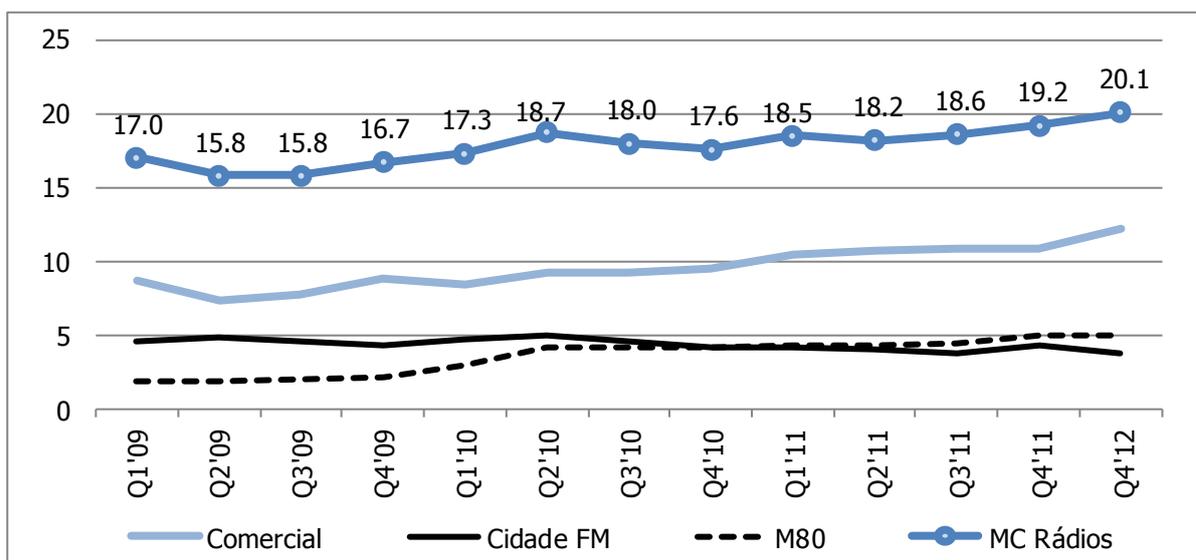
Os dados relativos às audiências do meio rádio, medidas através do Bareme, continuaram a evidenciar o excelente desempenho dos formatos explorados pela MCR.

Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou um **share de audiência de 29,6%** no 1º trimestre. Já em termos de **audiência acumulada de véspera (AAV)**, uma métrica mais interessante na medida em que reflete o consumo, os dados foram igualmente lisonjeiros (**20,1%**), sendo de destacar sobretudo o desempenho da Rádio Comercial e da m80. A primeira atingiu uma AAV de 12,2%, aumentando a sua audiência

em 16% no espaço de um ano (45% em dois anos), excedendo já mais de 1 milhão de ouvintes. Não menos importante, a diferença para o líder continuou a reduzir-se de forma acentuada, atingindo o mínimo desde há 10 anos (1,5pp).

Por seu turno, a m80 acentuou a sua trajetória ascendente, ao atingir uma AAV média de 5,0%, percentagem que é a mais alta de sempre e que cresce 16% vs o 1T11. A evolução da m80 é especialmente notória, atendendo a que, das quatro rádios mais ouvidas em Portugal, é a única que não dispõe de uma rede de cobertura nacional.

### Audiência Acumulada de Véspera Trimestral (%)



Fonte: Marktest. Nota: O evolutivo dos valores do agregado da MC Rádios não é totalmente comparável, dadas as alterações realizadas ao nível dos formatos de rádio.

Os **proveitos de publicidade** da MCR foram similares aos obtidos no período homólogo. É com segurança que a MCR estima ter registado novamente um incremento relevante da quota de mercado junto dos anunciantes. De salientar

ainda que os dados de 2011 incluem valores relativos a eleições, pelo que retirando estes, a variação teria sido positiva.

Os outros proveitos operacionais recuaram 67%, em virtude principalmente de proveitos de cariz não recorrente registados no 1T11.

Quanto aos **custos operacionais** deste segmento, estes recuaram 11% no trimestre, em resultado de uma constante racionalização da estrutura.

Face ao descrito, o **EBITDA** deste segmento ficou próximo do reportado no ano anterior (apesar de ficar -24%, a diferença absoluta é somente de € -39 milhares).

No que respeita à presença das rádios no universo *online*, em 2011 a *performance* das marcas da MCR melhorou em 18% no número de *pageviews*.

## 5. Entretenimento



milhares de €	1T 2012	1T 2011	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>1.104</b>	<b>3.525</b>	<b>-69%</b>
Música & Eventos	800	753	6%
Cinema & Vídeo	304	2.773	-89%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>1.258</b>	<b>3.618</b>	<b>-65%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(154)</b>	<b>(93)</b>	<b>-66%</b>
Margem EBITDA	-13,9%	-2,6%	-11,3pp

O segmento de Entretenimento inclui a atividade de edição e distribuição discográfica, a gestão de direitos musicais, o agenciamento de artistas e produção de espetáculos e realização de eventos, bem como a atividade de distribuição cinematográfica e vídeo da CLMC – Multimédia.

O total de **proveitos operacionais** do segmento registou uma redução de 69%, com a atividade de Música & Eventos a crescer 6%, ao passo que os proveitos na atividade de Cinema & Vídeo observaram uma descida de 89%. Recorde-se que relativamente ao Cinema & Vídeo, e uma vez que não estavam reunidas as condições para a rentabilização da atividade, esta foi reduzida ao mínimo, tendo entretanto sido desenvolvidas estratégias comerciais de rentabilização de *stock*.

Na atividade de **Música & Eventos**, não obstante a continuação da queda estrutural do

mercado de venda física (sem valores finais, mas duplo dígito), o Grupo registou uma subida de 15% das vendas líquidas de CDs, derivado sobretudo das devoluções contabilizadas no período homólogo. Nas restantes naturezas, há destacar o aumento de proveitos com eventos (Campeonato Nacional de Surf – Liga Meo Pro Surf), sendo que os proveitos remanescentes (*publishing, new media* e direitos conexos) ficaram aquém do registado no ano anterior.

Os **custos operacionais** do segmento registaram uma queda de 65%, resultando sobretudo da forte redução do volume de negócios.

O segmento Entretenimento obteve assim um **EBITDA** de € -154 milhares, resultado que compara com o valor de € -93 milhares obtidos no período homólogo.

## 6. Outros



milhares de €	1T 2012	1T 2011	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>3.981</b>	<b>4.369</b>	<b>-9%</b>
Publicidade	760	810	-6%
Outros proveitos operacionais	3.220	3.559	-10%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>3.943</b>	<b>4.337</b>	<b>-9%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>38</b>	<b>32</b>	<b>17%</b>
Margem EBITDA	0,9%	0,7%	0,2pp

Este segmento inclui a área de Internet, a Holding, e a unidade de serviços partilhados.

Em 2012 continuamos a assistir a uma intensificação da presença no mercado Português dos concorrentes multinacionais, bem como a um crescimento da presença das Redes Sociais. Apesar desta intensificação do ambiente competitivo, a MCM - através dos esforços para aumentar o tráfego, melhorar a qualidade das audiências da sua rede de *sites* e potenciar as receitas publicitárias - registou crescimentos bastante significativos nas suas audiências através dos indicadores *pageviews* e *unique browsers*.

Com uma aposta cada vez maior nesta área, a MCM tem vindo a trabalhar diariamente na inovação e aperfeiçoamento dos seus conteúdos digitais para as diversas plataformas (Apple, Nokia, Android e Samsung) e dispositivos (*smartphones, tablets e smart tvs*), tendo já desenvolvido 20 aplicações para as diferentes marcas do grupo com um total de 400.000 *downloads*.

A combinação destas ações e o dinamismo da equipa permitiram à rede de *sites* da MCM registar um crescimento substancial do tráfego face ao 1.º trimestre de 2011 (mais 21%), passando de uma média de 103 milhões de *pageviews* mensais em 2011 para mais de 125 milhões no primeiro trimestre de 2012.

As **receitas publicitárias** recuaram 6%. Apesar dos fortes crescimentos verificados em vários dos projetos (com destaque para os sites TVI, MaisFutebol e Planeo), tal não foi suficiente para compensar a ausência de proveitos com a parceria com o MySpace, a qual terminou no ano passado, no terceiro trimestre.

Por seu turno, o comportamento dos **outros proveitos operacionais** (-10%) encontra justificação na variação de débitos intra-grupo entre os dois períodos em análise, o mesmo valendo a queda dos **custos operacionais**.

O **EBITDA** do segmento foi positivo em € 38 milhares, praticamente em linha com o valor do ano transato.

-----



## 7. Ajustamentos de Consolidação

milhares de €	1T 2012	1T 2011	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>(12.814)</b>	<b>(12.665)</b>	<b>-1%</b>
Publicidade	(47)	(305)	84%
Outros proveitos operacionais	(12.767)	(12.360)	-3%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>(12.505)</b>	<b>(12.677)</b>	<b>1%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(309)</b>	<b>12</b>	<b>N/A</b>
Margem EBITDA	2,4%	-0,1%	2,5pp

Quanto às rubricas de **ajustamentos de consolidação**, os valores constantes das mesmas refletem na sua larga maioria a atividade intra-grupo existente entre a TVI (Televisão) e a Plural (Produção).

O valor de EBITDA resulta dos ajustes de margem entre, por um lado, TVI e, por outro, Plural e CLMC.



## 8. Cash Flow

milhares de €	1T 2012	1T 2011	Var %
Recebimentos	43.778	62.973	-30%
Pagamentos	(53.411)	(66.551)	20%
<b>Fluxos das actividades operacionais (1)</b>	<b>-9.633</b>	<b>-3.578</b>	<b>-169%</b>
Recebimentos	1.157	1.172	-1%
Pagamentos	(3.166)	(2.743)	-15%
<b>Fluxos das act. de investimento (2)</b>	<b>-2.008</b>	<b>-1.571</b>	<b>-28%</b>
Recebimentos	88.398	48.466	82%
Pagamentos	(85.428)	(56.404)	-51%
<b>Fluxos das act. de financiamento (3)</b>	<b>2.970</b>	<b>-7.938</b>	<b>N/A</b>
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(8.672)	(13.087)	34%
Caixa e equivalentes no início do período	11.813	23.579	-50%
<b>Caixa e equivalentes no final do período</b>	<b>3.141</b>	<b>10.492</b>	<b>-70%</b>

O **cash flow das atividades operacionais** atingiu os € -9,6 milhões, que compara com € -3,6 milhões em 2011. Esta variação encontra justificação em vários aspetos, sendo de destacar (i) a redução dos proveitos e (ii) a desconsolidação de sociedades incluídas no segmento de Produção Audiovisual. Recordase que a sazonalidade da atividade leva a que o primeiro trimestre seja tipicamente negativo em termos de fluxo de caixa operacional, invertendo-se a tendência uma vez terminado o ano.

O **cash flow das atividades de investimento** passou de € -1,6 milhões para € -2,0 milhões. Analisando o *cash-flow* respeitante a pagamentos de ativos fixos tangíveis e intangíveis, este ascendeu a € -0,9

milhões, valor que compara com € -2,1 milhões no ano transato, demonstrando o enfoque do Grupo na maximização da geração de caixa, neste caso através de uma forte contenção do capex. Os restantes movimentos justificam-se sobretudo por movimentos de empréstimos (e juros associados) concedidos pelo Grupo, bem como pela alienação parcial da participação na Factoría, dividendos pagos por esta sociedade, e aquisições de participações sociais no segmento Rádios.

O **cash flow das atividades de financiamento** apresentou um valor de € 3,0 milhões, refletindo o desempenho das atividades operacionais, de investimento e custos financeiros.



## 9. Endividamento

milhares de €	Mar 12	Dez 11	Var Abs	Var %
<b>Dívida financeira</b>	<b>122.276</b>	<b>117.744</b>	<b>4.532</b>	<b>4%</b>
Empréstimos bancários / Papel comercial	117.246	113.924	3.322	3%
Outro endividamento	5.030	3.820	1.210	32%
<b>Caixa &amp; equivalentes</b>	<b>3.141</b>	<b>11.813</b>	<b>(8.672)</b>	<b>-73%</b>
<b>Dívida líquida</b>	<b>119.135</b>	<b>105.932</b>	<b>13.204</b>	<b>12%</b>

Em função dos movimentos acima descritos, o **endividamento líquido** do Grupo Media Capital registou um aumento de 13% ou seja, € 13,2 milhões face a dezembro de 2011, situando-se no final de março em € 119,1 milhões. De salientar que, como habitualmente, o valor da dívida inclui o justo valor dos derivados contratados, bem como

*leasings*, num valor global de € 5,0 milhões no final do período em análise. O endividamento líquido **ajustado** dos empréstimos concedidos à Promotora de Informaciones, S.A. **atingiu € 101,7 milhões** no final do período, que compara com € 89,3 milhões no final do ano transato, mantendo o Grupo Media Capital uma confortável estrutura de capital.

*Nota: Este documento foi escrito ao abrigo do novo Acordo Ortográfico*

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA
EM 31 DE MARÇO DE 2012 E 31 DE DEZEMBRO DE 2011

(Montantes expressos milhares de Euros)

ATIVO	31.03.2012	31.12.2011
<b>ATIVOS NÃO CORRENTES:</b>		
<i>Goodwill</i>	157.363	157.363
Ativos intangíveis	18.193	18.652
Ativos fixos tangíveis	28.406	28.996
Investimentos em associadas	1.554	1.354
Ativos disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	58.336	55.915
Outros ativos não correntes	2.319	2.328
Impostos diferidos ativos	5.348	5.360
	<u>271.526</u>	<u>269.975</u>
<b>ATIVOS CORRENTES:</b>		
Direitos de transmissão de programas de televisão	19.888	20.516
Existências	366	326
Clientes e contas a receber	46.210	49.309
Ativos por imposto corrente	175	158
Outros ativos correntes	25.483	25.304
Caixa e seus equivalentes	3.141	11.813
	<u>95.263</u>	<u>107.427</u>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<u><u>366.789</u></u>	<u><u>377.401</u></u>
<b>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</b>		
<b>CAPITAL PRÓPRIO:</b>		
Capital	89.584	89.584
Reservas	24.554	29.183
Resultado líquido do período	(955)	1.165
Capital próprio atribuível aos acionistas maioritários da empresa - mãe	<u>113.184</u>	<u>119.932</u>
Capital próprio atribuível a interesses sem controlo	-	1.791
Total do Capital Próprio	<u>113.184</u>	<u>121.723</u>
<b>PASSIVO:</b>		
<b>PASSIVO NÃO CORRENTE:</b>		
Empréstimos	82.968	81.657
Provisões	4.409	6.831
Impostos diferidos passivos	1.599	1.599
	<u>88.975</u>	<u>90.086</u>
<b>PASSIVO CORRENTE</b>		
Empréstimos	38.327	34.905
Fornecedores e contas a pagar	59.907	62.763
Passivos por imposto corrente	879	1.588
Outros passivos correntes	64.536	65.154
Instrumentos financeiros derivados	982	1.183
	<u>164.630</u>	<u>165.592</u>
Total do Passivo	<u>253.605</u>	<u>255.678</u>
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO</b>	<u><u>366.789</u></u>	<u><u>377.401</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2012 E 2011

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2012</u>	<u>31.03.2011</u>
<u>PROVEITOS OPERACIONAIS:</u>		
Prestações de serviços	31.075	43.361
Vendas	633	1.907
Outros proveitos operacionais	8.337	8.281
Total de proveitos operacionais	<u>40.045</u>	<u>53.549</u>
<u>CUSTOS OPERACIONAIS:</u>		
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(5.509)	(7.885)
Fornecimentos e serviços externos	(17.027)	(22.005)
Custos com pessoal	(13.860)	(16.398)
Amortizações e depreciações	(2.830)	(2.855)
Provisões e perdas de imparidade	651	(219)
Outros custos operacionais	(85)	(215)
Total de custos operacionais	<u>(38.660)</u>	<u>(49.577)</u>
Resultados operacionais	<u>1.384</u>	<u>3.972</u>
<u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u>		
Custos financeiros	(2.592)	(1.387)
Proveitos financeiros	26	611
Custos financeiros, líquidos	<u>(2.566)</u>	<u>(776)</u>
Ganhos e perdas em empresas associadas	(4)	(3)
Resultados antes de impostos	<u>(1.185)</u>	<u>3.193</u>
Imposto sobre o rendimento do período	231	(1.008)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>(955)</u>	<u>2.185</u>
Atribuível a:		
Acionistas da empresa-mãe	(955)	1.924
Interesses sem controlo	-	261
	<u>(955)</u>	<u>2.185</u>
Resultado por ação das operações em continuação em Euros		
Básico	(0,0113)	0,0228
Diluído	<u>(0,0113)</u>	<u>0,0228</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2012 E 2011

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2012</u>	<u>31.03.2011</u>
<b><u>ATIVIDADES OPERACIONAIS:</u></b>		
Recebimentos de clientes	43.778	62.973
Pagamentos a fornecedores	(27.843)	(38.865)
Pagamentos ao pessoal	(14.617)	(15.949)
Fluxos gerados pelas operações	1.318	8.159
Outros pagamentos relativos à atividade operacional	(10.951)	(11.737)
Fluxos das atividades operacionais (1)	<u>(9.633)</u>	<u>(3.578)</u>
<b><u>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u></b>		
Recebimentos provenientes de:		
Alienação de subsidiárias	419	-
Vendas de ativos fixos tangíveis	10	61
Dividendos	101	-
Juros e proveitos similares	291	45
Empréstimos concedidos	337	1.066
	<u>1.157</u>	<u>1.172</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	(835)	-
Aquisição de ativos tangíveis	(933)	(2.012)
Aquisição de ativos intangíveis	-	(73)
Empréstimos concedidos	(1.398)	(659)
	<u>(3.166)</u>	<u>(2.743)</u>
Fluxos das atividades de investimento (2)	<u>(2.008)</u>	<u>(1.571)</u>
<b><u>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u></b>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	<u>88.398</u>	<u>48.466</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(82.605)	(54.791)
Amortização de contratos de locação financeira	(389)	(335)
Juros e custos similares	(1.615)	(805)
Outras despesas financeiras	(820)	(474)
	<u>(85.428)</u>	<u>(56.404)</u>
Fluxos das atividades de financiamento (3)	<u>2.970</u>	<u>(7.938)</u>
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(8.672)	(13.087)
Caixa e seus equivalentes no início do período	11.813	23.579
Caixa e seus equivalentes no fim do período	3.141	10.492