



Media Capital

**Resultados do 1º
Trimestre de 2010**



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: 89.583.970,80 euros

RESULTADOS DO PRIMEIRO TRIMESTRE DE 2010

O Grupo Media Capital apresenta Proveitos Operacionais de € 55,2 milhões e um EBITDA de € 6,1 milhões.

- No primeiro trimestre de 2010 o Grupo Media Capital registou um **EBITDA** de € 6,1 milhões, subindo 3% em termos homólogos, com um bom desempenho combinado a nível dos proveitos de publicidade e dos custos.
- O Grupo obteve um total de **receitas publicitárias** de € 32,5 milhões, melhorando 8% face ao período homólogo. Os dados de mercado disponíveis e referentes aos dois primeiros meses do ano apontam para a manutenção da tendência de recuperação do mercado iniciada nos últimos meses de 2009.
- A **TVI** continuou a liderar as audiências de televisão por larga margem, com *shares* médios em sinal aberto de 34,4% no total do dia e de 40,0% no horário nobre. As margens do segmento de Televisão expandiram-se de forma significativa de 13,7% para 18,3%.
- A actividade de **Produção Audiovisual** registou uma contracção de 14% dos proveitos operacionais, a qual não foi compensada pela redução dos custos operacionais. Não obstante, este segmento apresentou uma margem EBITDA de 7%.
- No segmento de **Entretenimento**, apesar do forte crescimento em Cinema, tal não foi suficiente para contrabalançar os menores proveitos em Vídeo e Música & Eventos, decorrentes da evolução adversa do mercado. Todavia, a queda dos proveitos foi na quase totalidade anulada pelo bom comportamento ao nível dos custos.
- Em **Rádio**, a sequência de boas audiências e o entorno do mercado publicitário permitiram uma subida de 6% dos proveitos de publicidade o que, combinado com menores custos, resultou uma melhoria das margens. Nos primeiros três meses de 2010, o conjunto das rádios da MCR registou um share de 24,6%, o mais elevado primeiro trimestre desde 2006, com destaque para os formatos M80, Cidade e Comercial.
- Em **Internet**, o primeiro trimestre de 2010 registou níveis recorde no que respeita à evolução quer de proveitos quer de *page views* e utilizadores únicos.

Queluz de Baixo, 15 de Abril de 2010

Grupo Media Capital Relações com Investidores

Pedro Mendes, Director
Contactos
e-mail: ir@mediacapital.pt
Tel: +351 21 434 76 03



1. Análise à Demonstração de Resultados Consolidada

milhares de €	1T 10	1T 09	Var %
Total de Proveitos Operacionais	55.216	58.651	-6%
Televisão	34.692	33.867	2%
Produção Audiovisual	20.597	23.836	-14%
Entretenimento	5.437	7.437	-27%
Rádio	2.612	2.484	5%
Outros	(8.123)	(8.974)	-9%
Total de Custos Operacionais	49.133	52.749	-7%
EBITDA	6.083	5.902	3%
Margem EBITDA	11,0%	10,1%	1,0pp
Televisão	6.337	4.628	37%
Produção Audiovisual	1.411	2.168	-35%
Entretenimento	(552)	(443)	25%
Rádio	(468)	(670)	-30%
Outros	(644)	218	n.a.
Amortizações	2.837	2.960	-4%
Resultados Operacionais (EBIT)	3.246	2.942	10%
Resultados Financeiros (líquido)	(1.566)	(2.593)	-40%
Res. antes de imp. e int. minoritários	1.679	349	381%
Imposto sobre o rendimento	(781)	(101)	n.m.
Res.líquido das operações em continuação	899	248	263%
Res.líquido das operações descontinuadas	0	0	n.a.
Interesses minoritários	(246)	(242)	2%
Resultado líquido do período	652	5	n.m.

No primeiro trimestre de 2010 o Grupo Media Capital apresenta um total de **proveitos consolidados** de € 55,2 milhões, o que corresponde a uma redução de 6% em relação a idêntico período de 2009. O **EBITDA consolidado** do Grupo subiu 3% para os € 6,1 milhões.

O **resultado operacional (EBIT)** aumentou 10%, quedando-se nos € 3,2 milhões, enquanto o **resultado líquido** atingiu os € 0,7 milhões, o que compara com *break-even* no 1T09, beneficiando não só da melhoria dos resultados operacionais, mas também de melhores resultados financeiros.

milhares de €	1T 10	1T 09	Var %
Proveitos Operacionais	55.216	58.651	-6%
Publicidade	32.512	29.993	8%
Outros proveitos operacionais	22.704	28.658	-21%

Na evolução do total de proveitos consolidados, no 1T10 os **proveitos de publicidade** aumentaram 8%, com o acréscimo a registar-se nos vários segmentos de actividade: 8% no segmento de Televisão, 6% no segmento de Rádio e 14% no segmento Outros. Este é o segundo trimestre consecutivo de variações homólogas positivas da publicidade (3% no 4T09), reflectindo a melhoria da situação de mercado observada nos últimos meses.

Relativamente à situação do **mercado de publicidade**, a informação disponível relativamente a agências (portanto não contando com clientes directos) e excluindo descontos de *rappel* e pronto pagamento, aponta para um crescimento de 8% nos dois primeiros meses de 2010, no seguimento de um desempenho positivo de todos os segmentos, com excepção de imprensa e cinema. De salientar ainda que o segmento com melhor *performance* foi o da televisão em aberto.

Os **outros proveitos** registam uma variação negativa de 21%, com todos os segmentos a verificarem quedas homólogas.



Em relação ao total de **custos operacionais**, e não obstante o impacto do TVI24 (que iniciou emissões no final de Fevereiro de 2009), estes registaram um decréscimo de 7% face ao período comparável do ano anterior, como resultado não só de menor actividade nos segmentos de Produção Audiovisual e Entretenimento mas também dos ganhos de eficiência que têm vindo a ser obtidos nos diversos segmentos de actividade e centralmente.

No primeiro trimestre, os **resultados financeiros** melhoram de € -2,6 milhões para € -1,6 milhões, reflectindo o menor nível de dívida média do Grupo e a redução dos custos associados ao *swap* sobre taxas de juro que o Grupo tem contratado. Ainda assim, esta última rubrica impactou negativamente os resultados financeiros em € 0,8 milhões.

O **resultado líquido** atingiu os € 0,7 milhões, o que compara positivamente com o *break-even* verificado no primeiro trimestre de 2009.

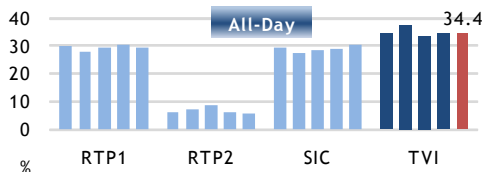
2. Televisão

milhares de €	1T 10	1T 09	Var %
Proveitos Operacionais	34.692	33.867	2%
Publicidade	29.541	27.412	8%
Outros Proveitos	5.151	6.455	-20%
Custos Operacionais	28.355	29.239	-3%
EBITDA	6.337	4.628	37%
Margem EBITDA	18,3%	13,7%	4,6pp
Amortizações	1.411	1.432	-1%
Resultado Operacional (EBIT)	4.925	3.196	54%

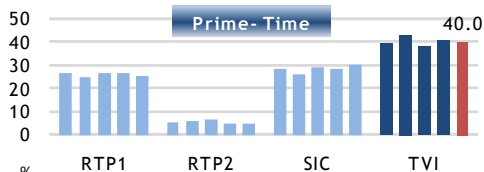
O segmento de Televisão incorpora a TVI, bem como a Publipartner, empresa do Grupo com actividade nas áreas de gestão de marketing e de parcerias, com o objectivo de desenvolver receitas complementares à publicidade, cuja maior parte do investimento publicitário é efectuado na TVI (e noutros meios do Grupo). Por este motivo, as receitas de publicidade do segmento reportado são ligeiramente inferiores às da TVI de forma isolada.

No âmbito do acordo celebrado entre a TVI e a Zon TV Cabo, a 26 de Fevereiro de 2009 foi lançado o TVI24, o novo canal de notícias 24 horas por dia. Este acordo afecta a comparação com o período homólogo.

Share de Audiência Trimestral



All-Day	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10
RTP1	29,9	28,1	29,2	30,2	29,5
RTP2	6,3	7,1	8,6	6,3	5,8
SIC	29,2	27,6	28,6	28,8	30,2
TVI	34,6	37,3	33,6	34,7	34,4



Prime-Time	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10
RTP1	26,6	25,0	26,6	26,4	25,3
RTP2	5,4	5,8	6,3	4,8	4,8
SIC	28,7	26,1	28,8	28,2	29,9
TVI	39,4	43,1	38,3	40,7	40,0

Fonte: Markttest

Com o fecho do primeiro trimestre de 2010, e de acordo com a Markttest, a TVI liderou o consumo de televisão, com uma quota de 34,4%, estando em segundo lugar a SIC com 30,2%, e a terceira posição foi ocupada pela RTP1 com 29,5%. Para o conjunto dos noventa dias do trimestre a TVI foi a estação mais vista em 77,8% dos dias.



No horário nobre de consumo de televisão, a estação manteve a **liderança na preferência dos espectadores**, registando no período um *share* de 40,0% (ligeira variação positiva sobre o trimestre homólogo), com a SIC a ocupar a segunda posição (29,9%) seguida da RTP1 (25,3%).

No conjunto dos três meses, a TVI manteve a sua estrutura habitual de oferta, fortemente fundamentada em ficção nacional, informação e entretenimento.

Relativamente à **ficção nacional**, a estação estreou no trimestre mais um conceito inovador dentro do género: as **mini-séries** de produção nacional exibidas em três partes. No final de Janeiro estreou **“Destino Imortal”** uma história de protagonismo juvenil que se desenrola no mundo dos vampiros, a qual obteve uma audiência média acima de um milhão de indivíduos e uma quota de 38,7% que lhe permitiu liderar o final das tardes de Domingo. No final de Fevereiro estreou **“37”**, um *thriller* urbano de protagonismo feminino: para o conjunto das três emissões registou-se um *share* líder no horário de 41,5% sustentado numa audiência média de 760 mil espectadores.

No final do trimestre estreou igualmente a nova novela do início do horário nobre: **“Mar de Paixão”** que conta a história de Benedita, uma jovem mulher pescadora que luta entre a paixão e a razão na procura do amor da sua vida, obteve nos primeiros 14 episódios emitidos neste trimestre uma audiência média de aproximadamente 1,5 milhões de indivíduos os quais sustentaram um *share* de 49,1% (em *Donas de casa* 48%). Esta estreia veio substituir a novela **“Deixa que te Leve”** estreada em 2009 e que ao longo de vários meses obteve um *share* de 45,9% e uma audiência média de 1,3 milhões (Feminino 49,5% e 940 mil espectadores).

No período em análise mantiveram-se em *prime-time* as novelas **“Meu Amor”** e **“Sentimentos”**, ambas com valores líderes nos horários de exibição (a primeira com 44,5% de *share* no trimestre e a segunda com 39,8%). Durante a semana, a sétima série de **“Morangos com Açúcar”** manteve valores muito fortes de penetração do seu *target* principal, indivíduos entre os 4 e os 24 anos, ao registar 73,4% de quota (36,9% em total de indivíduos).

No capítulo da **informação**, o **“Jornal Nacional”** mantém uma posição muito forte na presença dos espectadores, com uma audiência média acima de um milhão de indivíduos de segunda a sexta-feira (31% de quota) e o **“Jornal da Uma”** confirmou no trimestre a segunda posição entre os jornais de almoço, ao obter uma quota de 30,9% no trimestre (Segunda/Sexta-feira).

Os trabalhos de **grande reportagem “Repórter TVI”**, continuam a apresentar-se como a emissão mais vista na televisão portuguesa dentro deste subgénero informativo: nos três primeiros meses do ano o conjunto das reportagens emitidas (12) obteve uma audiência média de 1,3 milhões de indivíduos e uma quota de audiência de 38,2%. No mês de Janeiro, e ainda na informação, é de destacar que pela primeira vez a TVI foi a estação oficial da edição da competição automobilística DAKAR.

Nas estreias dos programas de **entretenimento**, o destaque vai para os resultados obtidos pelo programa **“Depois da Vida”**, o qual estreou no primeiro trimestre e teve 3 emissões especiais que na sua totalidade obtiveram uma quota de audiência de 52,7% à sexta-feira à noite (820 mil espectadores). Também no entretenimento, a oferta da TVI manteve uma forte posição nos programas de *talk-show*, com **“Você na TV”** a manter uma liderança confortável de 35,5% e **“As Tardes da Júlia”** continuaram a assegurar pelo menos um terço da audiência disponível no seu horário de emissão (33,9% também no trimestre).

No **desporto**, a TVI transmitiu quatro jogos referentes à Taça de Portugal, os quais obtiveram uma audiência média de 1,1 milhões de indivíduos que sustentaram uma quota de 39%. Ainda nos direitos exclusivos de futebol, a TVI manteve a transmissão de encontros envolvendo a Selecção Nacional: os dois jogos de preparação obtiveram uma quota de audiência de 41% (selecções da Suécia e China).

Relativamente à **ficção de origem internacional**, a TVI estreou em Fevereiro a sexta temporada de **“Dr. House”**, a qual registou uma quota média de 29,5% durante o trimestre. No cinema emitido nas tardes de fim-de-semana a estação manteve no trimestre uma posição relevante entre os consumidores ao registar numa quota de 31,3% ao sábado e 31,7% nas tardes de



Domingo. No dia 7 de Março, a TVI transmitiu em exclusivo, e pela 13ª vez para todo o território nacional, a grande noite dos Óscares a qual obteve uma quota de audiência acima dos 35%.

Em termos de **desempenho financeiro**, o segmento de Televisão verificou um crescimento de 2% nos seus proveitos operacionais totais. As **receitas de publicidade** subiram 8% (a percentagem seria similar excluindo a Publipartner). A Media Capital estima que o mercado publicitário em sinal aberto terá melhorado cerca de 12% face a igual período de 2009. Esta estimativa, em linha com o que tem vindo a ser reportado pelo Grupo para este segmento, inclui agências e directos e é Net2, ou seja, depois de *rappel* e antes de descontos de pronto pagamento.

Os **outros proveitos** no segmento de Televisão recuaram 20% em relação aos primeiros três meses de 2009, representando 15% do total de proveitos operacionais. É de salientar que no primeiro trimestre de 2009 foram registados proveitos excepcionais relacionados com a prestação de serviços técnicos, cuja ausência este ano não foi compensada pela existência de mais um mês em 2010 de proveitos com a TVI24. Excluindo estes dois items, os outros proveitos recuaram 2%, na sequência da menor actividade da Publipartner.

Os **custos operacionais** registaram um decréscimo anual de 3% face ao ano transacto. Para este desempenho foi decisiva a continuação do esforço de melhoria de eficiência em todas as áreas, uma vez que os custos relacionados com o TVI24 ficaram neste trimestre muito acima dos do ano transacto, dado que este canal iniciou as emissões já no final de Fevereiro de 2009. De entre as várias rubricas, destaque para a contenção dos custos de programação, nomeadamente ficção nacional, entretenimento e desporto, recuando 4% numa base pró-forma (excluindo TVI24). Finalmente, a variação homóloga dos custos operacionais está penalizada em € 0,3 milhões, valor que corresponde ao acréscimo de perdas cambiais resultantes da forte apreciação do dólar.

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

A evolução positiva combinada de proveitos e custos favoreceu de forma evidente o **EBITDA** do segmento, o qual aumentou 37% em termos homólogos, com a margem respectiva a melhorar 4,6pp de 13,7% para 18,3%.

3. Produção Audiovisual

milhares de €	1T 10	1T 09	Var %
Proveitos Operacionais	20.597	23.836	-14%
Publicidade	0	0	n.a.
Outros proveitos	20.597	23.836	-14%
Custos Operacionais	19.187	21.668	-11%
EBITDA	1.411	2.168	-35%
Margem EBITDA	6,8%	9,1%	-2,2pp
Amortizações	658	649	1%
Resultado Operacional (EBIT)	752	1.519	-50%

O segmento de produção audiovisual registou no primeiro trimestre um total de proveitos operacionais de € 20,6 milhões.

No que respeita a proveitos operacionais, a actividade em Espanha registou uma redução, sobretudo a nível da produção para televisões generalistas e autonómicas, situação que não foi compensada pela boa evolução dos proveitos de gestão de televisões autonómicas e de cinema da Tesela.

Quanto às operações em Portugal, os proveitos operacionais também recuaram, derivado de menores receitas com produções televisivas, cenários e aluguer de meios.



Em resultado do menor nível de actividade agregado, e apesar da redução de custos, o EBITDA acabou impactado de forma negativa, recuando 35% para € 1,4 milhões (margem de 7% vs. 9% no primeiro trimestre de 2009).

4. Entretenimento

milhares de €	1T 10	1T 09	Var %
Proveitos Operacionais	5.437	7.437	-27%
Música & Eventos	1.746	3.035	-42%
Cinema & Vídeo	3.692	4.402	-16%
Custos Operacionais	5.990	7.880	-24%
EBITDA	(552)	(443)	25%
Margem EBITDA	-10,2%	-6,0%	-4,2pp
Amortizações	37	48	-22%
Resultado Operacional (EBIT)	(589)	(490)	20%

O segmento de Entretenimento inclui a actividade de edição e distribuição discográfica, a gestão de direitos musicais, o agenciamento de artistas e produção de espectáculos e eventos, bem como a actividade de distribuição cinematográfica e vídeo da CLMC - Multimédia.

O total de **proveitos operacionais** do segmento registou uma redução homóloga de 27%, com a actividade de Música & Eventos a recuar 42%, ao passo que os proveitos na actividade de Cinema & Vídeo observaram uma descida de 16%.

Na actividade de **Música & Eventos**, à continuação da queda estrutural do mercado físico (15% em valor), correspondeu uma redução da venda de CD's de 36%. Em termos de unidades vendidas, e pela positiva, o destaque vai para “Escola de Talentos - Morangos com Açúcar”, “Ministry of Sound Annual 2010”, “Rita Guerra - Luar” e “Mickael Carreira - Tudo o que eu sonhei”. Nas restantes receitas desta unidade de negócio verificou-se igualmente uma redução generalizada, nomeadamente ao nível do agenciamento e eventos/concertos.

Na actividade de **Cinema & Vídeo**, o mercado cinematográfico apresentou uma subida homóloga de 27% em receita bruta e de 17% em número de espectadores, contribuindo em muito para tal o filme “Avatar”, distribuído pela CLMC, tendo esta obtido uma quota de mercado de 26,7% no trimestre (vs. 16% no ano completo de 2009). Desde a sua estreia, a 17 de Dezembro, até ao início de Abril, “Avatar” já registou uma receita bruta na exibição de € 6,9 milhões, tendo sido visto por mais de 1,2 milhões de espectadores, em ambas as métricas superando por larga margem os dados do segundo filme mais visto dos últimos anos - “Mamma Mia”. Neste enquadramento, os proveitos de cinema da CLMC subiram 66% em termos homólogos.

A nível do vídeo, os dados de mercado mostram que as vendas de DVD registaram uma queda de 13% em valor no primeiro trimestre de 2010. A CLMC manteve-se como segundo operador no mercado de DVDs/Blu-Ray, com uma quota de 17%. Assim sendo, e atendendo também ao fim do acordo com a Warner Home Video em Setembro de 2009, os proveitos de venda directa e aluguer recuaram, no seu conjunto, 54% no período em análise.

Os **custos operacionais** do segmento registaram uma queda de 24% (12% no Cinema & Vídeo e 43% em Música e Eventos), a justificar-se não só pelo menor custo das vendas como pelo rigor no controlo de custos.

O segmento Entretenimento obteve assim um **EBITDA consolidado** de € -0,6 milhões, resultado que compara com o valor de € -0,4 milhões obtidos no ano transacto.

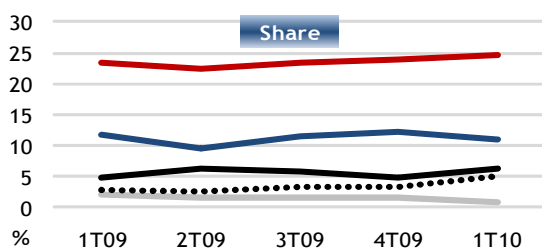


5. Rádio

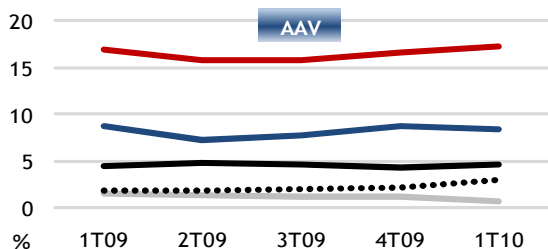
milhares de €	1T 10	1T 09	Var %
Proveitos Operacionais	2.612	2.484	5%
Publicidade	2.423	2.281	6%
Outros proveitos	189	203	-7%
Custos Operacionais	3.080	3.154	-2%
EBITDA	(468)	(670)	-30%
Margem EBITDA	-17,9%	-27,0%	9,0pp
Amortizações	556	562	-1%
Resultado Operacional (EBIT)	(1.024)	(1.231)	-17%

À semelhança dos trimestres anteriores, os dados de audiências referentes aos primeiros três meses deste ano foram muito positivos para a MCR. Com efeito, as rádios do Grupo Media Capital obtiveram um **share de audiência de 24,6%**, o mais elevado primeiro trimestre desde 2006. De entre os vários formatos, o destaque vai para a manutenção de um forte crescimento da M80 e da Cidade, com a Comercial a manter-se em níveis elevados. Em termos de AAV, uma métrica mais interessante na medida em que reflecte o consumo, os dados foram igualmente muito encorajadores, com uma melhoria de 17,0% em 1T09 para 17,3% em 1T10, evolução que contrasta com o consumo do meio rádio como um todo, já que este reduziu-se (o AAV baixou de 58,1% para 57,0%). Relativamente à Rádio Comercial, há ainda a destacar que esta foi a primeira vez desde o final de 2000 que registou dois trimestres consecutivos de AAV acima de 8%.

O processo de optimização de redes de emissão entre o RCP e a M80 decorre de forma bastante positiva a todos os níveis, tendo o Grupo a expectativa de que, em conjugação com as melhorias de formatação e conteúdos, tal continue a repercutir-se de forma materialmente favorável nas audiências e proveitos de publicidade do conjunto das rádios da MCR.



Share de Audiência (%)	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10
Comercial	11.7	9.6	11.4	12.3	10.9
Cidade FM	4.8	6.2	5.8	4.8	6.2
RCP	2.0	1.7	1.7	1.5	0.9
M80	2.9	2.6	3.2	3.4	5.0
MC Rádios	23.3	22.3	23.4	23.8	24.6



Aud. Acum. de Véspera (%)	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10
Comercial	8.7	7.3	7.7	8.8	8.4
Cidade FM	4.5	4.8	4.6	4.3	4.7
RCP	1.5	1.4	1.2	1.2	0.7
M80	1.9	1.8	2.0	2.1	3.0
MC Rádios	17.0	15.8	15.8	16.7	17.3
Mercado Rádio	58.1	57.3	55.8	56.8	57.0

Fonte: Marktest; Evolução trimestral

As **receitas publicitárias** da MCR registaram uma subida de 6% no primeiro trimestre, em virtude da recuperação do mercado (como mencionado, ainda sem números finais de trimestre, mas com boas indicações nos dois primeiros) e dos bons números de audiências obtidos pelo conjunto das rádios em trimestre anteriores, já que o impacto das audiências é diferido no tempo em termos de desempenho da publicidade, uma vez que existe um desfasamento na divulgação e aferição das audiências maior do que noutros média.

Quanto aos **custos operacionais** deste segmento, e no seguimento do esforço de racionalização iniciado há já vários trimestres, verificou-se uma diminuição de 2%.



Face ao descrito, o **EBITDA consolidado** deste segmento melhorou de € -0,7 milhões no 1T09 para € -0,5 milhões no 1T10.

No que respeita à performance geral das rádios no universo *online*, o *portfolio* das marcas da MCR aumentou ligeiramente (1%) no número de *page views* para 12,5 milhões (média mensal).

6. Outros

milhares de €	1T 10	1T 09	Var %
Proveitos Operacionais	(8.123)	(8.974)	-9%
Publicidade	783	685	14%
Outros proveitos operacionais	2.507	3.685	-32%
Ajustamentos de consolidação	(11.413)	(13.344)	-14%
Custos Operacionais	(7.479)	(9.191)	-19%
Outros custos operacionais	3.766	3.899	-3%
Ajustamentos de consolidação	(11.245)	(13.091)	-14%
EBITDA	(644)	218	n.a.
Amortizações	174	269	-35%
Resultado Operacional (EBIT)	(819)	(52)	n.m.

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

A rede de *sites* da MCM continuou a apresentar crescimentos homólogos substanciais de **tráfego**. Depois de em 2009 a média mensal de *pageviews* ter aumentado 19% para mais de 123 milhões, no primeiro trimestre deste ano aquele número foi de 148 milhões, 46% acima da média do 1T09, com o número de utilizadores únicos a subir 9% para uma média mensal superior a 3,5 milhões. A justificar estes números, e a destacar entre os vários projectos, estão o “**Maisfutebol**”, o “**TVI24**”, o “**Lux**” e o “**MySpace**”. Ainda em Março, o Portal “**IOL**” e sua rede de *sites* registou o melhor tráfego de sempre. Nesse mês, a rede IOL foi visitada por 3,6 milhões de utilizadores únicos e foram vistas 153 milhões de páginas.

Relativamente ao site do TVI24, é de destacar que nos primeiros 12 meses de existência foi visto 75 milhões de vezes, por mais de 6,5 milhões de pessoas. Fevereiro de 2010 foi o melhor mês de sempre do *site*, com 9,7 milhões de páginas vistas. Uma das grandes apostas do TVI24.pt tem sido a transmissão em directo do canal da estação, tendo cerca de 50 mil pessoas a assistirem diariamente à emissão em directo. A coincidir com o primeiro aniversário foram reforçados os conteúdos do *site*: i) Novo espaço de opinião; ii) Reforço na área de vídeo com o lançamento de uma nova secção na *homepage* do *site* que permite ao utilizador o acesso imediato a vários vídeos. Os utilizadores do TVI24.pt visualizam cerca de 1 milhão de vídeos por mês; iii) Novo espaço VOX, com o objectivo de dar voz aos leitores, que podem ver os seus comentários na *homepage* do *site*, em www.tvi24.pt.

As **receitas publicitárias** subiram 14% face ao período homólogo, derivado do bom desempenho de volume acima mencionado.

Por seu turno, o comportamento dos **outros proveitos operacionais** encontra justificação sobretudo nos menores proveitos da Holding, relacionado com os montantes cobrados às várias unidades de negócio.

A evolução da rubrica de **outros custos operacionais** reflecte a redução de custos ao nível quer da Internet quer ao nível das estruturas centrais.

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



O EBITDA do segmento foi negativo em € 0,6 milhões, o que compara com € 0,2 milhões positivos do trimestre homólogo.

7. Cash Flow

milhares de €	1T 10	1T 09	Var %
Actividades Operacionais:			
Recebimentos	58.826	68.344	-14%
Pagamentos	(74.484)	(74.186)	0%
Fluxos das actividades operacionais (1)	(15.658)	(5.842)	168%
Actividades de Investimento:			
Recebimentos	6.382	7.083	-10%
Pagamentos	(13.302)	(21.017)	-37%
Fluxos das act. de investimento (2)	(6.920)	(13.934)	-50%
Actividades de Financiamento:			
Recebimentos	15.752	35.052	-55%
Pagamentos	(6.927)	(15.624)	-56%
Fluxos das act. de financiamento (3)	8.825	19.428	-55%
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(13.753)	(348)	n.m.
Caixa e seus equivalentes no início do período	20.556	7.172	187%
Caixa e seus equivalentes no final do período	6.803	6.824	0%

O cash flow das actividades operacionais atingiu os € -15,7 milhões, que compara com € -5,8 milhões em 2009. A contribuir decisivamente para esta evolução, e de uma forma decrescente de importância, estiveram as actividades de Produção Audiovisual, Cinema & Vídeo, e Entretenimento, as quais compensaram de forma negativa o melhor desempenho homólogo do segmento de Televisão.

O cash flow das actividades de investimento passou de € -13,9 milhões para € -6,9 milhões. Analisando o *cash-flow* respeitante a imobilizado corpóreo e incorpóreo, este ascendeu a € -2,7 milhões, valor que compara favoravelmente com € -3,3 milhões no ano transacto. Das restantes rubricas, é de salientar € -0,6 milhões referentes a aquisições (10% do capital social da CLMC e prestações acessórias, bem como de 100% do capital da PCP - produtora em Espanha).

O cash flow das actividades de financiamento apresentou um valor de € 8,8 milhões, reflectindo o desempenho das actividades operacionais e de investimento.

8. Endividamento

milhares de €	Mar 10	Dec 09	Varição	Var %
Dívida financeira	138,913	128,866	10,047	8%
Empréstimos bancários / Papel comercial	134,071	124,096	9,975	8%
Outro endividamento	4,842	4,770	73	2%
Caixa & equivalentes	6,803	20,556	(13,753)	-67%
Dívida líquida	132,110	108,310	23,800	22%

Em função dos movimentos acima descritos, o endividamento líquido do Grupo Media Capital registou um aumento de 22% ou € 23,8 milhões face a Dezembro de 2009, situando-se no final de Março em € 132,1 milhões. O endividamento líquido ajustado dos empréstimos à Promotora de Informaciones, S.A. atingiu € 83,2 milhões no final do período, que compara com € 63,8 milhões no final do ano transacto, colocando o Grupo Media Capital numa confortável estrutura de capital.



GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA

EM 31 DE MARÇO DE 2010 E 31 DE DEZEMBRO DE 2009

(Montantes expressos em milhares de Euros)

ACTIVO	31.03.2010	31.12.2009
ACTIVOS NÃO CORRENTES:		
Goodwill	172,480	172,741
Activos intangíveis	21,240	21,452
Activos tangíveis	30,011	31,114
Investimentos em associadas	240	-
Activos disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão	52,001	59,526
Outros activos não correntes	1,068	1,470
Impostos diferidos activos	5,417	5,335
	<u>282,465</u>	<u>291,646</u>
ACTIVOS CORRENTES:		
Direitos de transmissão	14,952	8,903
Existências	1,871	1,921
Clientes e contas a receber	62,290	53,594
Outros activos correntes	68,823	60,971
Caixa e seus equivalentes	6,803	20,556
	<u>154,739</u>	<u>145,945</u>
TOTAL DO ACTIVO	<u><u>437,204</u></u>	<u><u>437,591</u></u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital	89,584	89,584
Reservas	23,157	22,495
Resultado consolidado líquido do período	652	17,612
Capital próprio atribuível aos accionistas maioritários	<u>113,393</u>	<u>129,691</u>
Capital próprio atribuível a interesses minoritários	4,632	4,521
Total do capital próprio	<u>118,025</u>	<u>134,212</u>
PASSIVO:		
PASSIVO NÃO CORRENTE:		
Empréstimos	70,464	115,145
Provisões	7,235	7,144
Outros passivos não correntes	22,377	22,148
Impostos diferidos passivos	1,637	1,638
	<u>101,713</u>	<u>146,075</u>
PASSIVO CORRENTE:		
Empréstimos	65,608	11,241
Fornecedores e contas a pagar	70,613	76,420
Outros passivos correntes	78,500	67,313
Instrumentos financeiros derivados	2,745	2,330
	<u>217,466</u>	<u>157,304</u>
Total do passivo	<u>319,179</u>	<u>303,379</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u><u>437,204</u></u>	<u><u>437,591</u></u>



GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RENDIMENTOS INTEGRAIS

DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2010 E 2009

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2010</u>	<u>31.03.2009</u>
<u>PROVEITOS OPERACIONAIS:</u>		
Vendas	2,648	5,016
Prestações de serviços	47,392	47,211
Outros proveitos operacionais	5,175	6,424
Total de proveitos operacionais	<u>55,215</u>	<u>58,651</u>
<u>CUSTOS OPERACIONAIS:</u>		
Custo dos programas produzidos, emitidos e das mercadorias vendidas	(7,379)	(9,052)
Fornecimentos e serviços externos	(25,123)	(26,686)
Custos com pessoal	(15,857)	(16,047)
Amortizações	(2,837)	(2,960)
Provisões e perdas de imparidade	(244)	(193)
Outros custos operacionais	(530)	(771)
Total de custos operacionais	<u>(51,970)</u>	<u>(55,709)</u>
Resultados operacionais	<u>3,245</u>	<u>2,942</u>
<u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u>		
Custos financeiros, líquidos	(1,545)	(2,609)
Perdas em empresas associadas, líquidas	(21)	16
Resultados antes de impostos	<u>(1,566)</u>	<u>(2,593)</u>
Imposto sobre o rendimento do período	1,679	349
Resultado consolidado do período	<u>(781)</u>	<u>(102)</u>
Atribuível a:		
Accionistas da empresa mãe	652	5
Interesses sem controlo	246	242
	<u>898</u>	<u>247</u>
Resultado por acção		
Básico	0.0077	0.0001
Diluído	<u>0.0077</u>	<u>0.0001</u>



GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA

DOS PERÍODOS FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2010 E 2009

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2010</u>	<u>31.03.2009</u>
<u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	58,826	68,344
Pagamentos a fornecedores	(46,605)	(43,347)
Pagamentos ao pessoal	(15,512)	(16,672)
Fluxos gerados pelas operações	(3,291)	8,325
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(12,367)	(14,167)
Fluxos das actividades operacionais (1)	<u>(15,658)</u>	<u>(5,842)</u>
<u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Venda de activos tangíveis	29	83
Venda de activos intangíveis	200	-
Reembolso de empréstimos concedidos	6,153	7,000
	<u>6,382</u>	<u>7,083</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	(584)	-
Aquisição de activos tangíveis	(2,438)	(3,213)
Aquisição de activos intangíveis	(280)	(120)
Empréstimos concedidos	(10,000)	(17,684)
	<u>(13,302)</u>	<u>(21,017)</u>
Fluxos das actividades de investimento (2)	<u>(6,920)</u>	<u>(13,934)</u>
<u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	15,615	35,037
Dividendos	133	-
Juros e proveitos similares	4	15
	<u>15,752</u>	<u>35,052</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(5,621)	(13,974)
Amortização de contratos de locação financeira	(237)	(393)
Juros e custos similares	(483)	(908)
Dividendos	-	-
Outras despesas financeiras	(586)	(349)
	<u>(6,927)</u>	<u>(15,624)</u>
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<u>8,825</u>	<u>19,428</u>
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(13,753)	(348)
Caixa e seus equivalentes no início do período	20,556	7,172
Caixa e seus equivalentes no fim do período	6,803	6,824