



Media Capital

Resultados Anuais 2006



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 ANUAIS DE 2006

O Grupo Media Capital alcançou um resultado líquido de €15.4 milhões, um aumento de 18% face ao ano de 2005.

- No ano de 2006, os proveitos consolidados registaram um crescimento de 4% para os €229.5 milhões, com o segmento de Televisão a aumentar 8%.
- As receitas publicitárias do Grupo cresceram 4% para €179.2 milhões, suportadas principalmente pelo aumento de 5% no segmento de Televisão.
- O EBITDA consolidado aumentou 11% face ao mesmo período do ano anterior para os €44.9 milhões.
- A margem EBITDA do Grupo Media Capital foi em 2006 de 19.6%, o que representa um crescimento de 1.3 p.p. face a 2005.
- Os resultados operacionais (EBIT) aumentaram em 16% para os €33.4 milhões na sequência da melhoria registada no desempenho operacional.
- Pelo segundo ano consecutivo, a TVI liderou as audiências acumuladas do ano, tanto no total do dia como no horário nobre, com *shares* de audiências de 34.8% e 39.2% respectivamente, com o resultado no total do dia a ficar em linha com o ano anterior (-0,1 pp) e o do horário nobre a registar uma subida de 0,8 pp.
- A produtora de conteúdos para televisão do Grupo, NBP, reforçou a sua actividade, com a produção de quase 900 horas de novelas e séries, as quais que foram emitidos na sua larga maioria, no horário nobre ou no acesso ao horário nobre.
- O Jornal Nacional foi o programa de notícias com maior audiência em Portugal no ano 2006, tendo atingido um *share* médio de 32.1%, com uma audiência média diária superior a um milhão de espectadores.
- Farol Música garantiu a liderança do mercado discográfico Português, tendo atingido em 2006 uma quota de mercado de 25% com a sua parceria com a Warner Music.

Queluz de Baixo, 7 de Março de 2007

Grupo Media Capital
Susana Gomes da Costa
Relações com Investidores



Nota prévia

Em 26 de Outubro de 2006 o Grupo Prisa publicou um anúncio preliminar de Oferta Pública de Aquisição sobre a totalidade das acções da sociedade Grupo Média Capital SGPS, SA (“Grupo Media Capital”, “Grupo”, “Media Capital”, “Sociedade”). O período de aceitação da oferta terminou no dia 5 de Fevereiro de 2007, tendo sido transaccionadas um total de 34.398.555 acções, correspondentes a 40,7% do capital e dos direitos de voto do Grupo Media Capital. Após esta operação, o Grupo Prisa passou a deter, indirectamente e por via da sociedade Vertex SGPS, SA (detida a 100% pelo Grupo Prisa), um total de 73,7% do capital social e dos direitos de voto do Grupo Media Capital.

Em 6 de Fevereiro de 2007, a Vertex SGPS, SA, publicou um anúncio preliminar de Oferta Pública Geral e Obrigatória de Aquisição sobre as acções não adquiridas na anterior operação. A esta data esta operação não foi ainda objecto de registo prévio na Comissão do Mercado de Valores Mobiliários.

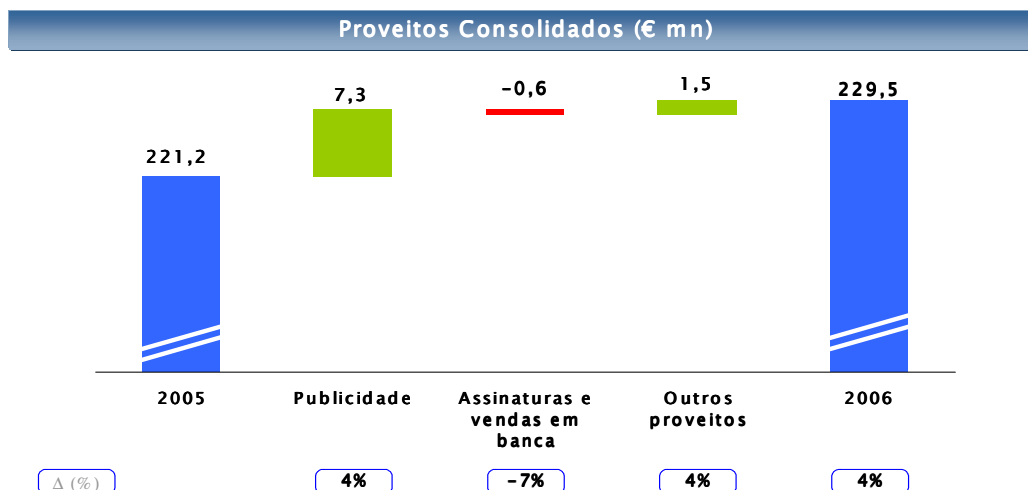


1. Análise às Demonstrações Financeiras Consolidadas

(valores em milhares de €)	2006	2005	Var %	T4 06	T4 05	Var %
Total de Proveitos Operacionais	229.516	221.247	4%	63.979	61.647	4%
Televisão	171.952	159.462	8%	48.154	46.852	3%
Rádio	13.880	14.928	-7%	4.021	3.941	2%
Publicidade exterior	17.400	16.587	5%	4.886	4.405	11%
Outros	26.284	30.271	-13%	6.919	6.448	7%
Total de Custos Operacionais	184.568	180.784	2%	51.545	51.360	0%
EBITDA	44.948	40.464	11%	12.434	10.287	21%
Margem EBITDA	19,6%	18,3%	1,3 pp	19,4%	16,7%	2,7 pp
Televisão	51.030	48.441	5%	13.883	16.493	-16%
Rádio	677	459	48%	1.150	(610)	N/A
Publicidade exterior	1.773	1.513	17%	551	642	-14%
Outros	(8.533)	(9.949)	14%	(3.150)	(6.238)	50%
Amortizações	11.517	11.738	-2%	3.004	3.104	-3%
Resultados Operacionais (EBIT)	33.431	28.726	16%	9.430	7.183	31%
Resultados Financeiros (líquido)	9.382	9.031	4%	2.378	2.672	-11%
Res. antes de imp. e int. minoritários	24.049	19.695	22%	7.052	4.511	56%
Imposto sobre o rendimento	(8.453)	(6.955)	-22%	(2.510)	(1.657)	52%
Interesses minoritários	(195)	273	N/A	(51)	50	-202%
Resultado líquido do período	15.400	13.013	18%	4.490	2.905	55%

Para o período findo em 31 de Dezembro de 2006, o Grupo Media Capital apresentou **proveitos consolidados** de €229.5 milhões, um crescimento de 4% face ao ano de 2005 e um **EBITDA** (líquido de todas as provisões) de €44.9 milhões, o que corresponde a um aumento de 11% face ao anterior.

O **Resultado Operacional** (EBIT) registou um crescimento de 16% face a 2005, atingindo os €33.4 milhões. O **Resultado Líquido** atingiu os €15.4 milhões, um acréscimo de 18% face ao exercício anterior.



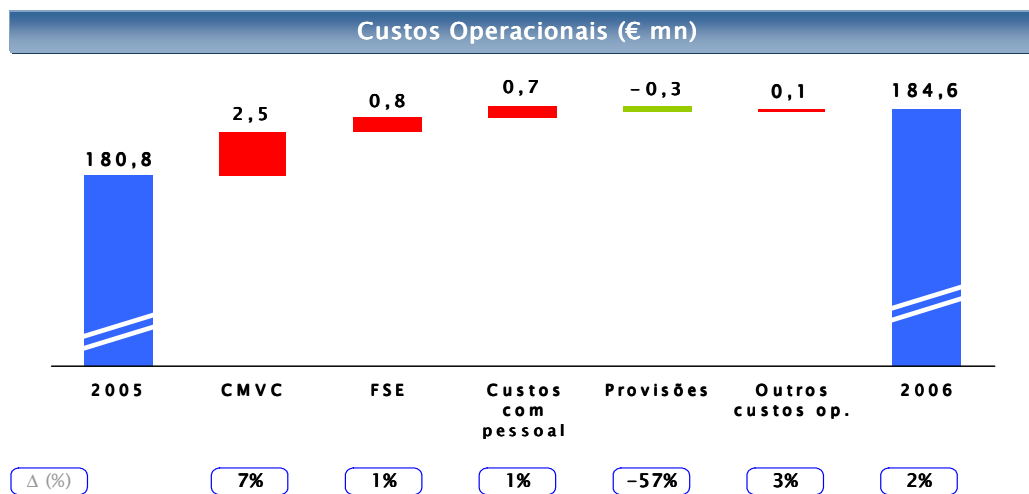
A evolução registada nos proveitos consolidados resulta na sua maior parte do **aumento de 4% nas receitas publicitárias**, em que o segmento de Televisão cresceu 5%, a Publicidade Exterior aumentou 2%, o segmento Outros subiu 39%, tendo o segmento de Rádio retrocedido 11%.

Em termos acumulados, o mercado publicitário em Portugal deverá ter tido um crescimento nominal marginalmente positivo, estimando-se em apenas 0,4% a 0,6% em termos nominais líquidos, dependendo das fontes (agências de meios) consultadas e suportados principalmente pelo crescimento no mercado de televisão. Porém, este crescimento médio do mercado não se distribuiu de forma homogénea em todos os segmentos dos *media*. A televisão em sinal aberto, a publicidade exterior e sobretudo a Internet tiveram uma evolução positiva e acima da média, enquanto a imprensa, os canais temáticos, o cinema e principalmente a rádio viram o seu investimento publicitário em termos líquidos diminuir fortemente, e, conseqüentemente, também o seu peso no total do mercado.

O desempenho das receitas publicitárias obtido pela Media Capital no ano de 2006, teve como principal dinamizador o crescimento conseguido nas receitas publicitárias do segmento de Televisão em que, tal como no ano anterior, a TVI voltou a liderar as audiências tanto no *prime time*, onde conseguiu melhorar face ao resultado do ano anterior, como em *all day*, em que as suas audiências se mantiveram praticamente ao mesmo nível que em 2005.

As vendas de revistas decresceram 7%, seguindo uma tendência de queda generalizada das vendas no mercado das publicações, ainda que a Media Capital tenha conseguido atenuar esse impacto no segmento das revistas, através do lançamento de novos títulos.

Os Outros proveitos operacionais, registaram um aumento de 2% face ao ano anterior, tendo o crescimento verificado no segmentos de Televisão, Rádio e Publicidade exterior compensado o já aguardado decréscimo nos proveitos provenientes do fornecimento de acesso em banda estreita à Internet e a quebra significativa na venda de produtos associados às publicações do Grupo.



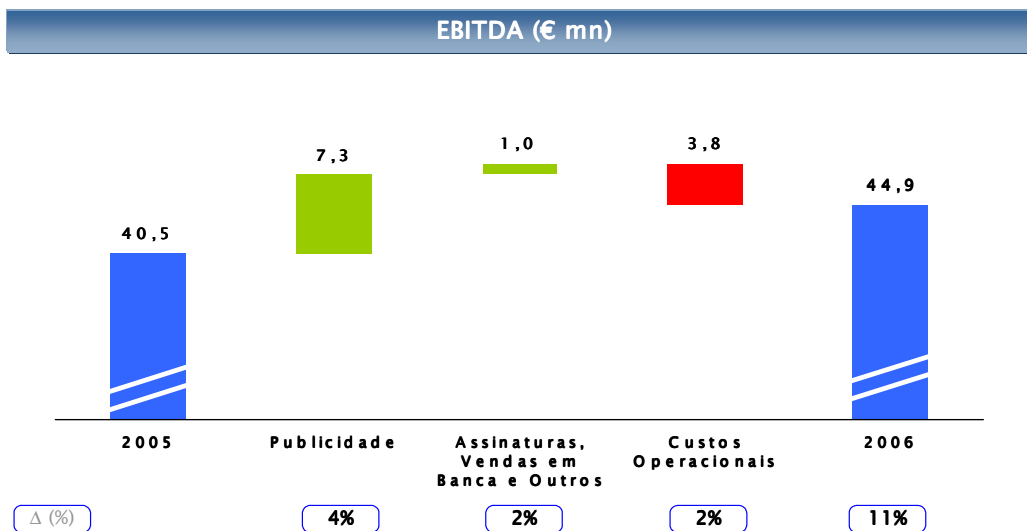
Os **custos operacionais** tiveram um aumento de cerca de 2%, em função do:

- aumento de custos de programação em Televisão (€7.6 milhões), devido ao aumento dos custos com programas de produção interna, mas essencialmente devido a um maior montante de amortização de programas (quase mais €5 milhões que no ano anterior) de acordo com a política de amortização seguida pela empresa. Esta amortização, diz respeito a programas que não foram repetidos na grelha de programação dentro de um determinado período. Estes programas poderão vir a ser transmitidos no futuro, gerando audiências e proveitos sem a existência de qualquer custo adicional.



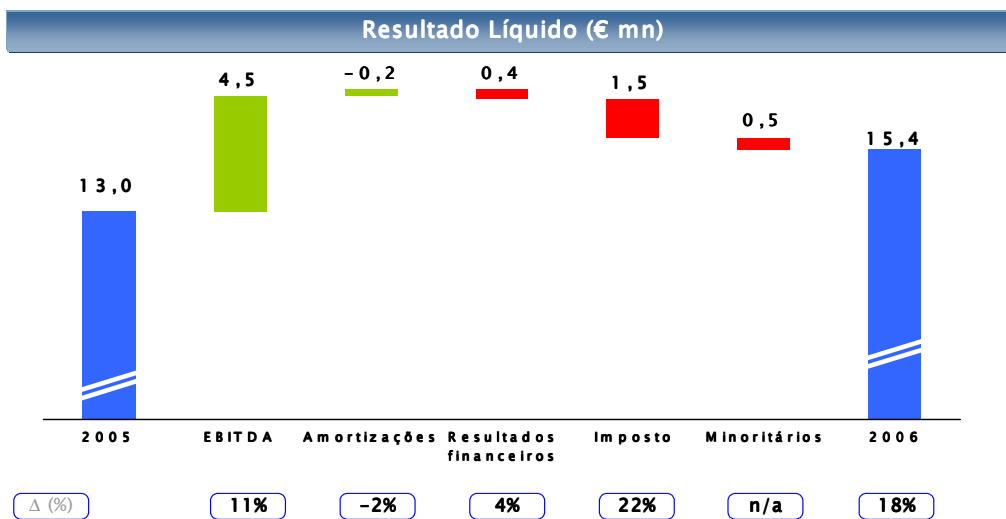
Tendo estes aumentos sido em parte compensados pela:

- redução de custos variáveis na área de Internet;
- redução de custos associados à venda de produtos complementares e eventos associados à área de imprensa, e
- redução de custos a nível da Holding, face aos custos de reorganização que afectaram as contas do Grupo no último trimestre do ano anterior.



Os **custos e perdas financeiros** aumentaram em 4% para os €9.4 milhões. Apesar de se verificar uma redução acentuada nos encargos com juros líquidos (em função da redução da dívida média no período), o incremento verificado nos custos registados com empresas associadas foi suficiente para que se verificasse o referido aumento.

O aumento no **imposto sobre o rendimento do exercício**, (que continua a não representar, na sua maioria, um fluxo de saída de numerário) resulta do aumento nos resultados antes de impostos.

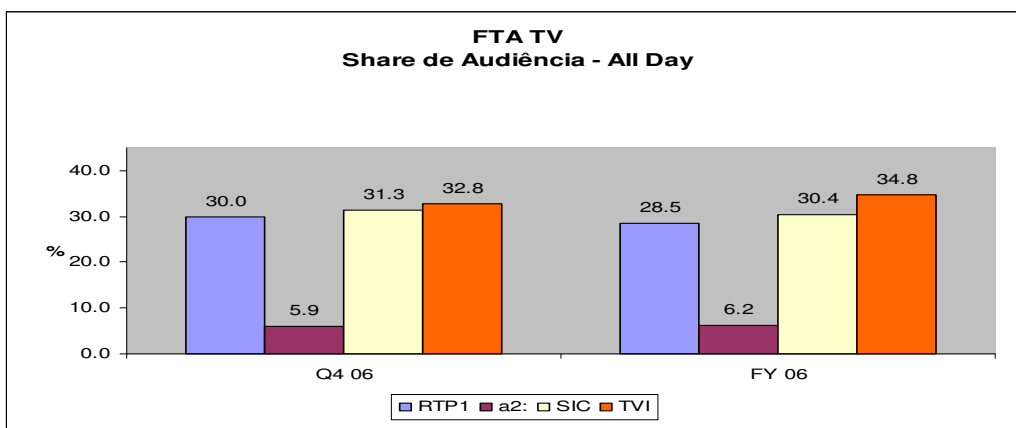




2. Televisão

(valores em milhares de €)	2006	2005	Var %	T4 06	T4 05	Var %
Proveitos Operacionais	171.952	159.462	8%	48.154	46.852	3%
Publicidade	143.015	136.285	5%	39.385	40.427	-3%
Outros Proveitos	28.936	23.177	25%	8.768	6.425	36%
Total de Custos Operacionais	120.922	111.021	9%	34.270	30.359	13%
EBITDA	51.030	48.441	5%	13.883	16.493	-16%
Margem EBITDA	29,7%	30,4%	-0,7 pp	28,8%	35,2%	-6,4 pp
Amortizações	6.178	6.411	-4%	1.595	1.542	3%
Resultado Operacional (EBIT)	44.852	42.030	7%	12.288	14.951	-18%

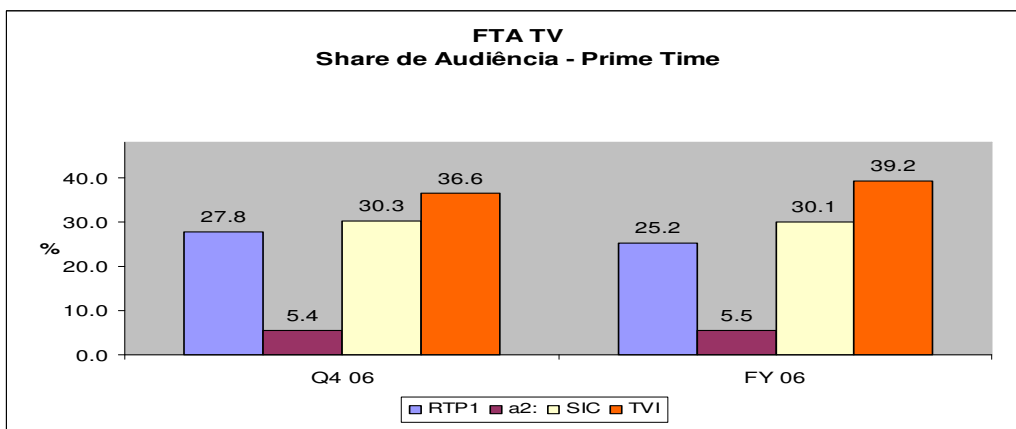
O segmento de Televisão inclui transmissão e produção televisiva, além de atividades não publicitárias relacionadas (incluindo a venda de CD's de música).



Fonte: Markttest

De acordo com os dados da Markttest, **a TVI voltou a liderar as audiências** de televisão em Portugal **no ano de 2006**, tanto em **all day**, com **34.8%** como em **prime time** com **39.2%**. Estes valores comparam com os 34.9% no total do dia e 38.4% no *prime time* obtidos em de 2005, ano em que a TVI liderou as audiências no total do dia da televisão Portuguesa pela primeira vez.

Em 2006, a TVI chegou diariamente a cerca de **6,3 milhões de indivíduos**, dos quais 4,7 milhões só em *prime time*.



Fonte: Markttest



O segundo ano consecutivo da TVI na liderança das audiências continua a ter como base do seu sucesso, a sólida aposta nos elementos habituais na estrutura da sua 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.

A liderança em 2006 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), em que a TVI obteve com *shares* de audiências de 37.2% e 39.2% respectivamente. A TVI liderou também as audiências no trimestre final do ano com *shares* de 32.8% em *all day* e 36.6% em *prime time*.

Na ficção nacional, a TVI voltou a liderar e a registar excelentes resultados em termos de *share* de audiência, sendo de destacar as novelas “**Dei-te Quase Tudo**” com um *share* médio de 48% e uma média de 1.6 milhões de espectadores diários, “**Mundo Meu**” com um *share* médio de 53.5% e mais de um milhão de espectadores diários e ainda “**Fala-me de Amor**” com um *share* médio de 47.4% ao longo da sua exibição. As novelas “**Tempo de Viver**” e “**Tu e Eu**” que se iniciaram em 2006 e ocupam actualmente a grelha da TVI, registaram *shares* médios de 42% e 42.7% respectivamente.

Durante o ano de 2006, a série juvenil “**Morangos com Açúcar**” manteve-se como o produto de maior exposição junto dos mais novos com um *share* médio anual de 69% (entre os 4 e os 14 anos) e de 62,1% para os jovens entre os 15 e os 24 anos.

O “**Jornal Nacional**” terminou o ano como o programa de notícias mais visto em 2006, obtendo 32.1% de *share* e mantendo uma audiência média diária superior a 1 milhão de espectadores, enquanto que os jogos da **Liga Portuguesa de Futebol**, obtiveram ao longo de 2006 um *share* médio de 44.5% (e superior a 50% junto dos espectadores masculinos).

Com um crescimento de 5% nas suas **receitas publicitárias**, a TVI superou novamente e de forma sólida a ténue evolução (inferior a 1% de acordo com as nossas estimativas) que se verificou no mercado publicitário de televisão, mantendo-se como o principal agente do crescimento total do mercado publicitário.

Os **outros proveitos** obtiveram um crescimento de 25% no período, reflectindo o crescimento significativo das receitas de *call-TV* (referentes a programas de entretenimento e concursos) e de *merchandising* (que beneficiaram em grande parte da enorme popularidade da série “Morangos com Açúcar”).

As **vendas de CDs** registaram um ligeiro crescimento de cerca de 1% face a 2005, superando a quebra significativa que o mercado discográfico em Portugal deverá ter registado. Os destaques do ano foram para os artistas nacionais e em particular para os discos de André Sardet, D’ZRT e FF, bem como para Melanie C e para as bandas sonoras das novelas da TVI. Em 2006 a parceria entre a Farol e a Warner colocou:

- 50 dos seus CDs no top 30 (com 6 #1’s)
- 27 dos seus DVDs no top 30 (com 3 #1’s),

O êxito da actividade da Farol Música pode também ser medido em termos de resultados alcançados pelos seus discos: **teve 7 dos 10 CD’s mais vendidos em 2006**, tendo obtido um total de 58 galardões em 34 dos seus discos correspondendo a 48 discos de platina e 10 de ouro.

A parceria entre a Farol Música e a Warner Music, chegou em 2006 a uma quota de mercado conjunta de aproximadamente 25%, liderando o mercado discográfico



nacional, tendo a etiqueta Farol Música terminado o ano na segunda posição a apenas 0.3 pp da líder Universal Music.

O peso relativo dos outros proveitos no total de receitas do segmento de Televisão, passou de 15% para 17% no exercício de 2006.

Os **custos operacionais** do segmento de Televisão aumentaram 9%, resultando este acréscimo essencialmente do crescimento total dos custos de programação, em função do aumento dos custos com os programas produzidos internamente e do acréscimo registado na amortização de programas, tal como mencionado anteriormente.

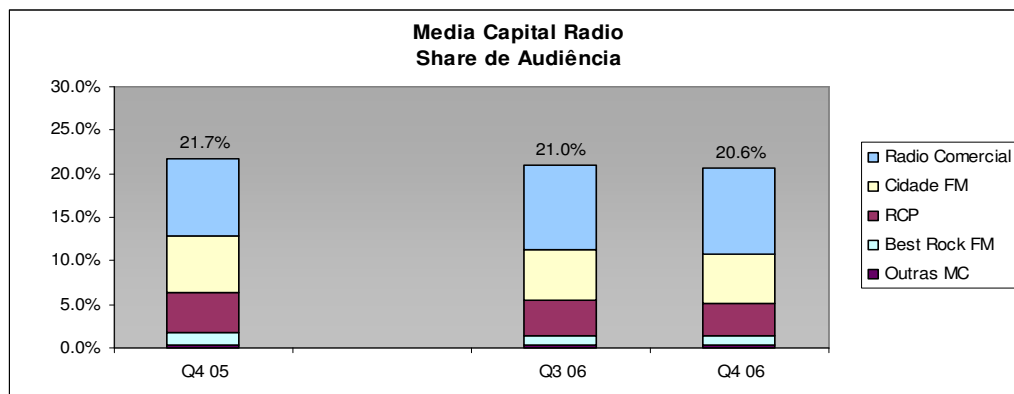
O **EBITDA consolidado** do segmento Televisão aumentou em 5% em relação ao período homólogo do ano anterior para os €51.0 milhões, tendo a **margem EBITDA** atingido os **29.7%**, um recuo de 0.7 pp.

O **EBIT consolidado** do segmento atingiu os €44.9 milhões, uma subida de 7% em relação a 2005.



3. Rádio

(valores em milhares de €)	2006	2005	Var %	T4 06	T4 05	Var %
Proveitos Operacionais	13.880	14.928	-7%	4.021	3.941	2%
Publicidade	12.826	14.437	-11%	3.783	3.753	1%
Outros proveitos	1.054	491	115%	238	188	27%
Total de Custos Operacionais	13.203	14.469	-9%	2.871	4.551	-37%
EBITDA	677	459	48%	1.150	(610)	N/A
Margem EBITDA	4,9%	3,1%	1,8 pp	28,6%	-15,5%	44,1 pp
Amortizações	1.809	1.352	34%	465	408	14%
Resultado Operacional (EBIT)	(1.132)	(893)	-27%	685	(1.019)	N/A



Fonte: Marktest

A Media Capital Rádios (MCR) atingiu no último trimestre de 2006, um *share* de audiência de 20.6% de audiências, o que compara com os 21.7% obtidos no mesmo período do ano anterior e com os 21.0% obtidos no terceiro trimestre de 2006

A **Rádio Comercial** manteve neste último trimestre do ano, a terceira posição nas audiências de rádio com um *share* de audiência de 9.9% e mantém a sua aposta no entretenimento, num período de *drive time* forte e nas novas rubricas e promoções na sua programação. A **Cidade FM** continuou a liderar no segmento mais jovem (15 aos 17 anos), chegando diariamente a 21% da população mais jovem (15 aos 24 anos), faixa etária na qual ocupa a segunda posição nas audiências nacionais e em que lidera também nos grandes centros urbanos.

O **Rádio Clube (RCP)** iniciou em 2006 um processo de migração para um formato de rádio generalista e de informação e entretenimento, suportado por novos apresentadores, e que deverá relançar o crescimento das audiências do RCP. A evolução para este novo formato, que se tornou 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.

Em 2006, rádio *online* da MCR, **Cotonete**, celebrou o seu 5º aniversário, tendo sido feita uma aposta na renovação do seu site, com uma oferta de conteúdos mais alargada e num crescente esforço em aproximar, cada vez mais, a tecnologia do utilizador final. Em 2006, o Cotonete obteve os seus melhores resultados de sempre, registando actualmente um tráfego médio mensal de cerca 6 milhões de *page views* e perto de um milhão de utilizadores únicos por mês, liderando as audiências de rádio online e assumindo-se como uma marca perfeitamente autónoma e de referência nesta área em Portugal.



As **receitas publicitárias** da MCR caíram 11% face ao do ano anterior, com a MCR a seguir a tendência negativa do mercado publicitário de Rádio, o qual a Media Capital estima tenha sido o sector da actividade de media com o pior desempenho em 2006 (uma queda entre 6% a 8%, de acordo com as estimativas do Grupo), tendo inclusive mantido a sua retracção no 4º trimestre deste ano, período em que a MCR conseguiu um ligeiro crescimento face ao período comparável de 2005. De referir que a comparação com o ano anterior, é afectada pela alteração da classificação de algumas rubricas de proveitos, que em 2006 deixaram de ser registados como receitas de publicidade. Em termos comparáveis a MCR registou uma queda nas suas receitas publicitárias de cerca de 8%.

Esta descida deve-se fundamentalmente à maior dependência do segmento da rádio em relação a campanhas institucionais dos grandes anunciantes de sectores como as telecomunicações e banca, cujos investimentos publicitários sofreram uma retracção em 2006. A MCR deverá ter sido mais afectada que os outros operadores de rádio, uma vez que tipicamente detém quotas de mercado muito significativas em alguns desses sectores ou clientes directos.

Os **custos operacionais** registaram uma diminuição de 9%, beneficiando da redução significativa ocorrida no último trimestre do exercício face a igual período do ano anterior, em função dos custos de reestruturação da equipa de gestão da MCR ocorridos no último trimestre de 2005 e da concentração do esforço de marketing no 1º semestre do ano de 2006, bem como ainda da redução de outros custos operacionais, incluindo os custos com pessoal.

O **EBITDA consolidado** do segmento de Rádio subiu para os € 0.7 milhões, tendo o **EBIT consolidado** do segmento, recuado para os € -1.1 milhões no ano de 2006.



4. Publicidade exterior

(valores em milhares de €)	2006	2005	Var %	T4 06	T4 05	Var %
Proveitos Operacionais	17.400	16.587	5%	4.886	4.405	11%
Publicidade	16.878	16.532	2%	4.723	4.388	8%
Outros proveitos	521	56	839%	163	17	836%
Total de Custos Operacionais	15.626	15.074	4%	4.335	3.763	15%
EBITDA	1.773	1.513	17%	551	642	-14%
Margem EBITDA	10,2%	9,1%	1,1 pp	11,3%	14,6%	-3,3 pp
Amortizações	1.210	1.304	-7%	301	357	-16%
Resultado Operacional (EBIT)	564	209	169%	249	285	-13%

A Media Capital Outdoor (MCO) obteve um crescimento dos seus **proveitos operacionais** de 5% face a 2005. As receitas publicitárias deste segmento, registaram uma evolução positiva de 2% face ao ano anterior, ainda que esta comparação seja prejudicada pela alteração da classificação de algumas rubricas de proveitos, que em 2006 deixaram de ser registados como receitas de publicidade. Em termos comparáveis a MCO registou uma evolução nas suas receitas publicitárias em cerca de 5%, beneficiando também da tendência positiva no mercado de publicidade exterior.

A MCO manteve, como nos trimestres anteriores, a 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** registaram um acréscimo de 4% face ao ano anterior. No último trimestre do ano, a MCO procedeu a uma reestruturação da sua estrutura operacional, o que conduziu a uma redução adicional da sua estrutura de pessoal e ao reconhecimento de custos adicionais com indemnizações. Quanto aos restantes custos, o acréscimo nos custos com rendas e concessões de rede foi compensado com a redução dos custos com o pessoal ao longo do ano e a redução de custos com taxas locais, ainda na sequência da optimização da rede de cartazes que ocorreu no final de 2005.

O **EBITDA consolidado** da MCO cresceu 17% em 2006, atingindo os €1.8 milhões e uma **margem EBITDA** de 10.2%. O **EBIT consolidado** verificou uma evolução positiva, atingindo €0.6 milhões no exercício de 2006.



5. Outros

(valores em milhares de €)	2006	2005	Var %	T4 06	T4 05	Var %
Proveitos Operacionais	26.284	30.271	-13%	6.919	6.448	7%
Publicidade	6.527	4.683	39%	2.265	1.168	94%
Assinaturas e vendas em banca	7.518	8.074	-7%	1.843	1.530	20%
Outros proveitos operacionais	12.239	17.514	-30%	2.810	3.749	-25%
Total de Custos Operacionais	34.817	40.220	-13%	10.068	12.686	-21%
EBITDA	(8.533)	(9.949)	14%	(3.150)	(6.238)	50%
Amortizações	2.320	2.671	-13%	642	796	-19%
Resultado Operacional (EBIT)	(10.853)	(12.620)	14%	(3.792)	(7.034)	46%

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 39% em 2006, tendo a actividade de Internet registado uma evolução muito favorável neste tipo de proveitos. Também as publicações do Grupo conseguiram um desempenho positivo, tendo as receitas publicitárias da revista *Grazia*, compensado as descidas verificadas nos principais títulos do Grupo.

As **assinaturas e vendas em banca** registaram uma quebra de 7%, com o lançamento dos títulos *Grazia* e *Auto Comércio* a ser insuficiente para compensar as reduções verificadas na circulação nas principais revistas do Grupo, e o impacto do encerramento da revista *Fotochoque* no final do ano anterior.

As vendas em banca terão caído de forma generalizada em 2006. É previsível que a larga maioria das publicações do mercado, em praticamente todos os segmentos, tenham registado quebras na sua circulação face ao ano anterior, o que tem impacto na manutenção das suas receitas publicitárias. Adicionalmente, em 2006 este mercado sofreu uma quebra acentuada nas vendas de produtos associados, tendo inclusivamente alguns títulos optado por regressar às ofertas de produtos e brindes promocionais, na tentativa de promover e reforçar as suas vendas em banca.

A revista ***Grazia***, lançada no início de 2006, chegou às bancas pela última vez no final de Dezembro. Este projecto, baseado num novo conceito de revista feminina semanal de moda, e lançado em Janeiro de 2006 pela Media Capital Edições, enquadrou-se numa estratégia de alargamento do portefólio da editora, mas não encontrou no mercado português as condições adequadas para o seu desenvolvimento. A difícil conjuntura económica, que afectou particularmente o sector da imprensa em Portugal também constituiu um entrave à rentabilização de projectos com este cariz inovador.

Os **outros proveitos operacionais** registaram uma diminuição de 30% devido à continuação da descida do número de 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, com particular relevo no caso da revista *Lux*.

A Media Capital encetou no início de 2006 uma redobrada aposta no desenvolvimento dos seus conteúdos online, com a renovação do design do portal IOL e dos seus principais *sites* registado um crescimento significativo nas suas audiências no decorrer deste ano.

As audiências do último trimestre de 2006 foram as melhores de sempre para os sites de informação do IOL:



- O site Maisfutebol registou uma média superior a 9.6 milhões chegando actualmente um universo superior a 400.000 *unique users*, valores até hoje apenas superados em meses de grandes competições internacionais;
- O Portugal Diário conseguiu também o melhor registo da sua história, com 7.8 milhões de *banner views* tendo registado cerca de 177.000 *unique users*;
- A Agência Financeira atingiu um total de 2.4 milhões de *banner views*, com um registo superior a 42.000 *unique users*.

Os **custos operacionais** recuaram 13% neste segmento, fundamentalmente devido à redução dos custos relacionados com a venda de produtos associados nas revistas do Grupo e à redução dos custos de marketing nessa actividade, bem como à redução dos custos variáveis na área de Internet.

Também a nível da Holding do Grupo se registaram reduções significativas ao nível dos custos, tendo em conta o impacto nas contas do Grupo em 2005, dos custos de reorganização decorrentes das várias alterações na estrutura de gestão do mesmo, ocorridas no final desse ano.

O **EBITDA** do segmento melhorou para os €8.5 milhões negativos em 2006, com o EBIT do segmento a progredir para os €10.9 milhões negativos neste mesmo período.



6. Cash flow

(valores em milhares de €)	2006	2005	Var %	T4 06	T4 05	Var %
Actividades Operacionais:						
Recebimentos	294.296	275.044	7%	82.707	80.739	2%
Pagamentos	(238.220)	(238.934)	0%	(59.627)	(64.762)	-8%
Fluxos das actividades operacionais (1)	56.076	36.109	55%	23.080	15.978	44%
Actividades de Investimento:						
Recebimentos	310	912	-66%	101	275	-63%
Pagamentos	(14.947)	(17.888)	-16%	(4.921)	(5.361)	-8%
Fluxos das act. de investimento (2)	(14.637)	(16.976)	14%	(4.819)	(5.086)	5%
Actividades de Financiamento:						
Recebimentos	1.108	6.131	-82%	767	(959)	N/A
Pagamentos	(37.543)	(26.985)	39%	(14.246)	(13.316)	7%
Fluxos das act. de financiamento (3)	(36.436)	(20.854)	-75%	(13.479)	(14.275)	6%
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	5.004	(1.721)		4.781	(3.384)	
Caixa e seus equivalentes no início do período	3.608	5.329		3.830	6.991	
Caixa e seus equivalentes no final do período	8.611	3.608		8.611	3.608	

O **cash flow das actividades operacionais** aumentou em 55% em 2006, alcançando os €56.1 milhões. O crescimento de 7% 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 mantiveram-se praticamente inalterados face a 2005, com o aumento dos custos operacionais a ser compensado pelo facto de, principalmente na rubrica de custos de programas, se estarem a consumir em 2006 alguns programas produzidos internamente cujos pagamentos com eles relacionados ocorreram em 2005.

O **cash flow das actividades de investimento** viu o seu montante reduzido para os €14.6 milhões em 2006, com a redução de cerca de €2.3 milhões a resultar principalmente da 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 no ano de 2006, incluem um total de €2.6 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 €11.6 milhões de imobilizado corpóreo.

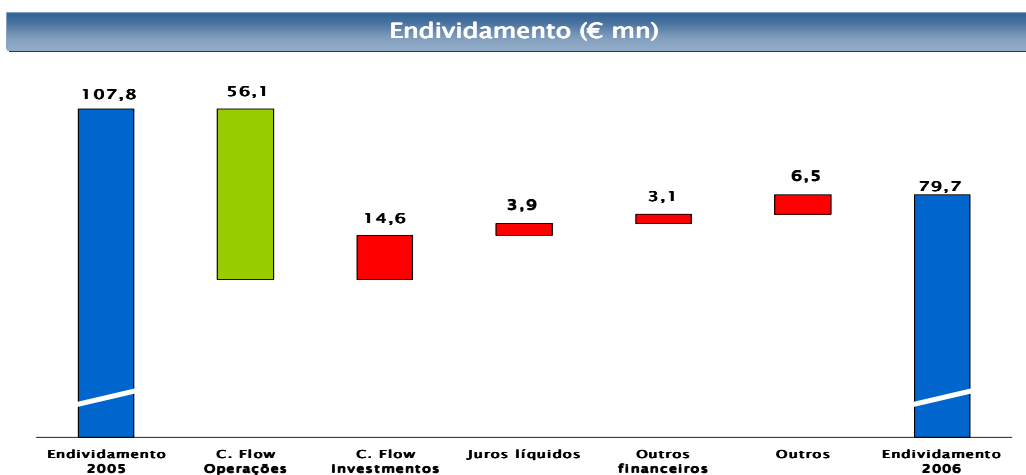
O **cash flow das actividades de financiamento** representa a redução continuada da dívida bancária do Grupo. Em 2006, foram reembolsados empréstimos no valor de €29.1 milhões. A contribuir para esta redução esteve também a diminuição de cerca de €1.3 milhões, face ao período homólogo de 2005, ao nível dos pagamentos de juros e outras despesas financeiras, por via da já referida redução do endividamento.



7. Endividamento

(valores em milhares de €)	Dez 06	Dez 05	Varição	Var %
Total Dívida Grupo	79.711	107.760	(28.049)	-26%
Contrato de empréstimo sindicado	71.581	98.019	(26.438)	-27%
Outro endividamento	8.129	9.741	(1.612)	-17%

O endividamento total do Grupo Media Capital teve uma diminuição de €28 milhões no exercício de 2006, diminuição proporcionada pelo cash flow operacional gerado. O endividamento total líquido do Grupo era de €71.1 milhões a 31 de Dezembro de 2006, que compararam com €104.2 milhões no final de 2005, representando uma redução de 32% no endividamento líquido do Grupo.





**Demonstrações Consolidadas dos Resultados para o exercício findo
em 31 de Dezembro de 2006 e 2005**

(montantes expressos em milhares de euros)

	Dezembro 2006	Dezembro 2005
Proveitos operacionais		
Vendas	25.310	28.087
Prestações de serviços	189.361	184.228
Outros proveitos operacionais	14.845	8.932
	<u>229.516</u>	<u>221.247</u>
Custos operacionais		
Custo das matérias consumidas	37.833	35.332
Fornecimentos e serviços externos	90.603	89.826
Custos com o pessoal	51.918	51.235
Depreciações e amortizações	11.517	11.738
Provisões	228	530
Outros custos e perdas operacionais	3.987	3.860
	<u>196.086</u>	<u>192.521</u>
Resultados Operacionais	<u>33.430</u>	<u>28.726</u>
Resultados financeiros	<u>9.382</u>	<u>9.031</u>
Resultados antes de impostos	24.048	19.695
Imposto sobre resultados correntes	8.453	6.955
Resultados líquidos	<u>15.595</u>	<u>12.740</u>
Atribuível aos:		
Accionistas	15.400	13.013
Interesses minoritários	195	(273)
	<u>15.595</u>	<u>12.740</u>



Balanco consolidado em 31 de Dezembro de 2006 e 31 de Dezembro de 2005

(montantes expressos em milhares de euros)

	Dezembro 2006	Dezembro 2005
ACTIVO		
Activos não correntes:		
Goodwill	174.373	174.373
Activos intangíveis	11.437	12.930
Activos tangíveis	37.529	34.726
Investimentos em empresas associadas	654	575
Direitos de transmissão e programas de televisão	39.542	47.719
Outros activos não correntes	541	2.545
Impostos diferidos activos	5.559	13.691
	<u>269.635</u>	<u>286.559</u>
Activos correntes:		
Direitos de transmissão e programas de televisão	4.630	-
Existências	1.957	1.990
Clientes e contas a receber	46.305	42.241
Outros activos correntes	14.698	14.213
Caixa e seus equivalentes	8.611	3.608
Instrumentos financeiros derivados	2.805	1.786
	<u>79.006</u>	<u>63.838</u>
Total do Activo	<u>348.641</u>	<u>350.397</u>
CAPITAL PRÓPRIO, INTERESSES MINORITÁRIOS E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital social	7.606	7.606
Prémio de emissão de acções	81.709	82.035
Reservas	10.503	10.603
Resultados transitados	28.594	15.254
Resultado líquido consolidado do exercício	15.400	13.013
Capital próprio atribuível a accionistas	<u>143.812</u>	<u>128.511</u>
Interesses minoritários	3.036	2.858
Total do Capital próprio	<u>146.848</u>	<u>131.369</u>
PASSIVO:		
Passivos Não Correntes:		
Empréstimos	49.949	83.890
Provisões	6.039	7.019
Outros passivos não correntes	3.143	6.390
Instrumentos financeiros derivados	184	1.102
Impostos diferidos passivos	895	1.277
	<u>60.210</u>	<u>99.678</u>
Passivos Correntes:		
Empréstimos	28.870	21.885
Fornecedores e contas a pagar	83.019	68.112
Outros Passivos correntes	29.694	29.353
	<u>141.583</u>	<u>119.350</u>
Total do Passivo	<u>201.793</u>	<u>219.028</u>
Total do Capital Próprio e do Passivo	<u>348.641</u>	<u>350.397</u>



**Demonstrações Consolidadas dos Fluxos de Caixa para o exercício findo
em 31 de Dezembro de 2006 e 2005**

(montantes expressos em milhares de euros)

	Dezembro 2006	Dezembro 2005
	<hr/>	<hr/>
<u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	294.296	275.043
Pagamentos a fornecedores	(138.250)	(140.238)
Pagamentos ao pessoal	(51.316)	(50.442)
Fluxos gerados pelas operações	<hr/> 104.730	<hr/> 84.363
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(48.654)	(48.254)
	<hr/> 56.076	<hr/> 36.109
Fluxos das actividades operacionais (1)	<hr/> 56.076	<hr/> 36.109
<u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Imobilizações corpóreas	257	295
Dividendos	53	244
Outros investimentos	-	373
	<hr/> 310	<hr/> 912
Pagamentos respeitantes a:		
Investimentos financeiros	(2.571)	(3.628)
Imobilizações corpóreas	(11.670)	(7.278)
Imobilizações incorpóreas	(28)	(1.620)
Empréstimos concedidos a empresas participadas	(678)	(5.361)
	<hr/> (14.947)	<hr/> (17.887)
Fluxos das actividades de investimento (2)	<hr/> (14.637)	<hr/> (16.975)
<u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	628	990
Capital social e prestações suplementares	-	4.898
Juros e proveitos similares	479	243
	<hr/> 1.107	<hr/> 6.131
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(29.076)	(16.525)
Amortização de contratos de locação financeira	(1.051)	(1.597)
Juros e custos similares	(4.365)	(5.268)
Dividendos	-	(171)
Outras despesas financeiras	(3.051)	(3.425)
	<hr/> (37.543)	<hr/> (26.986)
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<hr/> (36.436)	<hr/> (20.855)
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	5.003	(1.721)
Caixa e seus equivalentes no início do exercício	3.608	5.329
Caixa e seus equivalentes no fim do exercício	8.611	3.608