



**Media Capital**

# **Resultados Anuais de 2009**



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 ANUAIS DE 2009

O Grupo Media Capital apresenta um Resultado Líquido de € 17,6 milhões e um EBITDA de € 50,1 milhões.

- No exercício de 2009 o Grupo Media Capital registou um total de proveitos consolidados de € 267,9 milhões, um decréscimo de 7% face ao ano anterior.
- O EBITDA anual foi de € 50,1 milhões, recuando somente 5%, apesar do difícil enquadramento económico, em parte compensado por ganhos de quota, novos proveitos e uma adequada gestão dos custos. A este respeito, excluindo o impacto da actividade de imprensa, a actividade da Plural Espanha e da estrutura do TVI24, os custos operacionais teriam recuado cerca de 11%. No quarto trimestre, o EBITDA melhorou em € 3,9 milhões face ao período homólogo.
- O Grupo obteve um total de receitas publicitárias de € 149,3 milhões, recuando, numa base comparável, 12% face ao período homólogo, estimando-se ter ganho quota quer no mercado total, quer no agregado dos segmentos nos quais actua. No quarto trimestre verificou-se um crescimento de 3%, reflectindo uma tendência de recuperação moderada do mercado.
- De acordo com as últimas estimativas, o mercado de publicidade terá registado uma queda de cerca de 15% em 2009, com os segmentos nos quais o Grupo está presente a serem aqueles que registaram os melhores desempenhos.
- A TVI liderou pelo quinto ano consecutivo as audiências de televisão, com *shares* médios em sinal aberto de 35,0% no total do dia e de 40,4% no horário nobre.
- A actividade de Produção Audiovisual expandiu-se de forma significativa, registando um crescimento do EBITDA de 18% numa base *pro-forma*, demonstrando a importância dos conteúdos como factor diferenciador. A Plural Portugal produziu mais de 1000 horas e a Plural Espanha cerca de 3800 horas.
- Em Rádio, o EBITDA recuperou para níveis positivos, beneficiando da melhoria da eficiência operacional e da *outperformance* face ao mercado.
- O bom desempenho a nível do *cash-flow* permitiu uma redução da dívida líquida ajustada para € 63,8 milhões (1,3x EBITDA), recuando assim € 36 milhões face a 2008, não obstante dividendos pagos no montante global de € 20,4 milhões.

Queluz de Baixo, 11 de Fevereiro de 2010

### Grupo Media Capital Relações com Investidores

Pedro Mendes, Director  
Bruno Rodrigues  
Contactos  
e-mail: [ir@mediacapital.pt](mailto:ir@mediacapital.pt)  
Tel: +351 21 434 76 03



---

**Notas relevantes:**

- Em Maio de 2008, a Media Capital adquiriu a totalidade do capital da Plural Entertainment España SL (Plural), passando a consolidar esta empresa a partir desse mês. Por esse motivo, os quadros e mapas financeiros que se seguem não contêm informação sobre a actividade da Plural de Janeiro a Abril de 2008. Todavia, os comentários ao desempenho operacional do segmento Produção Audiovisual incluem uma análise *pro-forma* (i.e. assumindo 100% Plural em ambos os períodos).
- Em Setembro de 2008, o Conselho de Administração da Media Capital aprovou a venda da MCE - Média Capital Edições, Lda e da Edições Expansão Económica, SA, sociedades que desenvolvem a actividade de edição e publicação de revistas. A alienação destas sociedades produziu efeito a partir de 31 de Julho de 2008, pelo que os proveitos e custos associados a esta actividade apenas foram registados até ao final desse mesmo mês.
- Em Junho de 2009, o Grupo Média Capital SGPS, S.A. informou o mercado da alienação à Metro Internacional, S.A. da totalidade da participação detida na TRANSJORNAL - Edições de Publicações, S.A, correspondente a 35% do seu capital social, e os saldos entre esta entidade e a Meglo - Média Global, SGPS, S.A., por um montante global de € 200 mil euros. Dada a percentagem de capital detida, aquela participação era contabilizada pelo método de equivalência patrimonial. A nível da demonstração de resultados, os impactos decorrentes desta alienação foram contabilizados no segmento Outros.



## 1. Análise às Demonstrações Financeiras Consolidadas

milhares de €	2009	2008	Var %	4T 09	4T 08	Var %
<b>Total de Proveitos Operacionais</b>	<b>267.868</b>	<b>287.371</b>	<b>-7%</b>	<b>73.865</b>	<b>81.927</b>	<b>-10%</b>
Televisão	156.590	168.376	-7%	45.556	42.824	6%
Produção Audiovisual	107.916	92.908	16%	28.147	33.332	-16%
Entretenimento	28.140	38.557	-27%	6.415	13.188	-51%
Rádio	13.469	14.079	-4%	3.663	3.830	-4%
Outros	(38.246)	(26.549)	44%	(9.914)	(11.247)	-12%
<b>Total de Custos Operacionais</b>	<b>217.743</b>	<b>234.669</b>	<b>-7%</b>	<b>54.970</b>	<b>66.911</b>	<b>-18%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>50.125</b>	<b>52.702</b>	<b>-5%</b>	<b>18.895</b>	<b>15.016</b>	<b>26%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>18,7%</b>	<b>18,3%</b>	<b>0,4pp</b>	<b>25,6%</b>	<b>18,3%</b>	<b>7,3pp</b>
Televisão	43.743	44.721	-2%	19.066	10.868	75%
Produção Audiovisual	12.254	8.803	39%	3.415	4.444	-23%
Entretenimento	(7.013)	1.801	n.a.	(4.556)	753	n.a.
Rádio	288	(1.648)	n.a.	443	(150)	n.a.
Outros	853	(975)	n.a.	527	(900)	n.a.
Amortizações	12.527	14.177	-12%	3.230	4.061	-20%
<b>Resultados Operacionais (EBIT)</b>	<b>37.598</b>	<b>38.525</b>	<b>-2%</b>	<b>15.666</b>	<b>10.955</b>	<b>43%</b>
Resultados Financeiros (líquido)	9.328	8.527	9%	4.510	3.462	30%
<b>Res. antes de imp. e int. minoritários</b>	<b>28.270</b>	<b>29.998</b>	<b>-6%</b>	<b>11.155</b>	<b>7.493</b>	<b>49%</b>
Imposto sobre o rendimento	(9.568)	(9.578)	0%	(3.676)	(2.922)	26%
<b>Res. líquido das operações em continuação</b>	<b>18.702</b>	<b>20.420</b>	<b>-8%</b>	<b>7.479</b>	<b>4.572</b>	<b>64%</b>
Res. líquido das operações descontinuadas	0	945	-100%	0	0	n.a.
Interesses minoritários	(1.090)	(1.534)	-29%	(302)	(680)	-56%
<b>Resultado líquido do período</b>	<b>17.612</b>	<b>19.832</b>	<b>-11%</b>	<b>7.178</b>	<b>3.892</b>	<b>84%</b>

Em 2009, o Grupo Media Capital apresenta um total de **proveitos consolidados** de € 267,9 milhões, o que corresponde a uma redução de 7% em relação a 2008 (queda de 10% no quarto trimestre). O **EBITDA consolidado** do Grupo recuou 5% para os € 50,1 milhões, embora se tenha verificado uma subida homóloga de 26% no último trimestre.

O **resultado operacional (EBIT)** diminuiu ligeiramente (2%), quedando-se nos € 37,6 milhões, enquanto o **resultado líquido** atingiu os € 17,6 milhões, 11% abaixo do valor de 2008, apesar da melhoria de 84% observada no quarto trimestre face a idêntico período do ano transacto. Considerando somente o **resultado das operações em continuação**, este reduziu-se em 8% em 2009 (subida de 64% nos três últimos meses do ano).

milhares de €	2009	2008	Var %	4T 09	4T 08	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>267.868</b>	<b>287.371</b>	<b>-7%</b>	<b>73.865</b>	<b>81.927</b>	<b>-10%</b>
Publicidade	149.324	172.300	-13%	44.294	42.985	3%
Produção Audiovisual	56.645	42.595	33%	13.143	16.796	-22%
Outros proveitos operacionais	61.899	72.476	-15%	16.428	22.146	-26%

Na evolução do total de proveitos consolidados, em 2009 os **proveitos de publicidade** recuaram 13% (12% numa base comparável, i.e. excluindo a actividade de imprensa em 2008, consolidada até ao final de Julho), com o decréscimo a registar-se nos vários segmentos de actividade - 12% no segmento de Televisão e 6% no segmento de Rádio. No segmento Outros, numa base *pro-forma* (i.e. sem imprensa) verificou-se uma queda da publicidade de 10%.

Todavia, é importante salientar que no quarto trimestre os proveitos de publicidade consolidados regressaram a variações homólogas positivas, tendo crescido 3%, o que compara favoravelmente com quedas de 17% no primeiro trimestre, 21% no segundo e 11% no terceiro, reflectindo a melhoria da situação de mercado observada nos últimos meses, bem como a boa *performance* relativa do Grupo.



Relativamente à situação do **mercado de publicidade**, o mercado global terá recuado cerca de 15% em 2009, com os segmentos nos quais o Grupo está presente (Televisão em aberto, Rádio e Internet) a serem precisamente aqueles que registaram os melhores desempenhos, ou seja a ganharem quota. Acresce que o Grupo estima ter ganho quota não só no mercado total, mas também nos mercados onde opera, beneficiando da performance em televisão e rádio. Não fosse o efeito do Euro 2008 (20 jogos transmitidos pela TVI em Junho do ano passado), a performance relativa face ao mercado teria sido ainda superior. Igualmente importante mencionar é o facto de no quarto trimestre de 2009 o mercado de publicidade ter observado a primeira variação homóloga positiva desde o segundo trimestre de 2008, sendo evidente uma melhoria gradual das variações homólogas mensais.

Nas **receitas** relacionadas com a actividade de **produção audiovisual**, a evolução das mesmas reflecte não só a consolidação da Plural Entertainment Espanha a partir de Maio de 2008, como também o forte aumento da actividade. De notar que os números consolidados incluídos nesta rubrica aparecem inferiores aos do segmento de Produção Audiovisual, na medida em que a nível consolidado são anulados os movimentos intra-grupo, relacionados com a venda de ficção e prestação de outros serviços pela Plural Portugal à TVI.

Os **outros proveitos** registam uma variação negativa de 15%, resultantes sobretudo (i) do impacto da menor actividade no segmento de Entretenimento, (ii) da venda da actividade de imprensa (tanto nas receitas de venda em banca como nos outros proveitos desse negócio) e (iii) da cessação do contrato de gestão da TV das Canárias.

Em relação ao total de **custos operacionais**, estes registaram um decréscimo de 7% face ao período comparável do ano anterior, apesar do impacto da consolidação da Plural Espanha e da estrutura do TVI24, os quais foram contrabalançados (i) pelo efeito da venda da actividade de imprensa, (ii) pela redução dos custos de programação e (iii) pelo esforço do Grupo na melhoria da eficiência. De facto, excluindo o impacto da actividade de imprensa, a actividade da Plural Espanha e da estrutura do TVI24, os custos operacionais teriam recuado cerca de 11%.

Em 2009, os **resultados financeiros** passaram de € -8,5 milhões para € -9,3 milhões, reflectindo quer o impacto da saída do FICA (Fundo de Investimento para o Cinema e Audiovisual) quer o aumento dos custos associados ao *swap* sobre taxas de juro que o Grupo tem contratado. Não fossem estas duas rubricas em ambos os anos e os resultados financeiros teriam melhorado em € 2,8 milhões, reflectindo a sólida posição de balanço do Grupo e o contexto de baixas taxas de juro. O impacto atrás mencionado do FICA explica igualmente a evolução homóloga do quarto trimestre.

O montante de € 0,9 milhões apresentado como resultado líquido das operações descontinuadas em 2008 resulta, conforme referido em comunicações anteriores, do ajustamento final ao preço pelo qual o Grupo alienou o seu negócio de publicidade em Outdoors, tal como previsto no contrato de compra e venda.

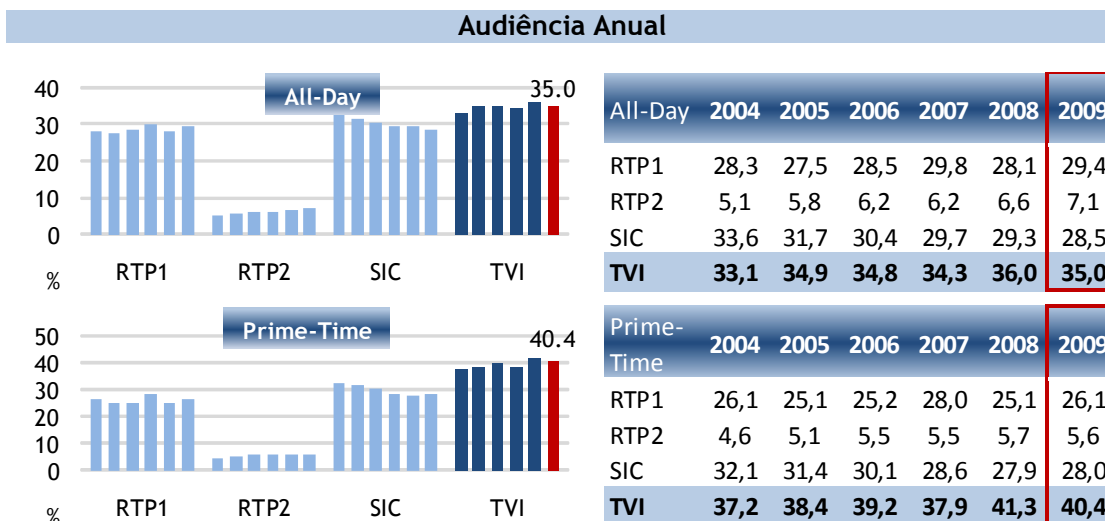
O **resultado líquido** atingiu os € 17,6 milhões, 11% abaixo do valor de 2008, apesar da melhoria de 84% observada no quarto trimestre face a idêntico período do ano transacto. Considerando somente o **resultado das operações em continuação**, este reduziu-se em 8% em 2009 (subida de 64% nos três últimos meses do ano).

## 2. Televisão

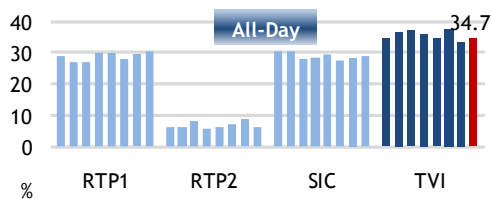
milhares de €	2009	2008	Var %	4T 09	4T 08	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>156.590</b>	<b>168.376</b>	<b>-7%</b>	<b>45.556</b>	<b>42.824</b>	<b>6%</b>
Publicidade	135.219	153.090	-12%	40.558	39.169	4%
Outros Proveitos	21.370	15.286	40%	4.997	3.654	37%
<b>Custos Operacionais</b>	<b>112.847</b>	<b>123.655</b>	<b>-9%</b>	<b>26.489</b>	<b>31.955</b>	<b>-17%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>43.743</b>	<b>44.721</b>	<b>-2%</b>	<b>19.066</b>	<b>10.868</b>	<b>75%</b>
Margem EBITDA	27,9%	26,6%	1,4pp	41,9%	25,4%	16,5pp
Amortizações	5.764	5.190	11%	1.443	1.315	10%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>37.979</b>	<b>39.531</b>	<b>-4%</b>	<b>17.624</b>	<b>9.553</b>	<b>84%</b>

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 efectuada na TVI (e noutros meios do Grupo). Por este motivo, as receitas de publicidade do segmento reportado ligeiramente inferiores às da TVI de forma isolada.

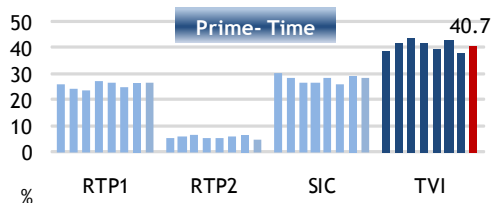
No âmbito de acordo celebrado entre a TVI e a Zon TV Cabo, a 26 de Fevereiro de 2009 foi lançado o TVI24, o novo canal de notícias 24 horas por dia. Este acordo afecta a comparação com o período homólogo.



Fonte: Marktest; Evolução anual

**Audiência Trimestral**


All-Day	1T08	2T08	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09	4T09
RTP1	28,8	26,8	26,7	29,9	29,9	28,1	29,2	30,2
RTP2	6,1	6,3	8,3	6,0	6,3	7,1	8,6	6,3
SIC	30,5	30,3	28,1	28,3	29,2	27,6	28,6	28,8
<b>TVI</b>	<b>34,6</b>	<b>36,6</b>	<b>37,0</b>	<b>35,9</b>	<b>34,6</b>	<b>37,3</b>	<b>33,6</b>	<b>34,7</b>



Prime-Time	1T08	2T08	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09	4T09
RTP1	26,0	23,9	23,7	26,9	26,6	25,0	26,6	26,4
RTP2	5,4	5,9	6,3	5,1	5,4	5,8	6,3	4,8
SIC	30,1	28,4	26,4	26,5	28,7	26,1	28,8	28,2
<b>TVI</b>	<b>38,5</b>	<b>41,7</b>	<b>43,6</b>	<b>41,5</b>	<b>39,4</b>	<b>43,1</b>	<b>38,3</b>	<b>40,7</b>

Fonte: Marktest

De acordo com a Marktest a TVI voltou a atingir, pelo quinto ano consecutivo, a liderança de audiências no total dia, ao registar um share de audiência de 35,0%.

Confirmando os resultados obtidos desde 2001, também no horário nobre de emissão televisiva, entre as 20 e as 24 horas, a TVI foi a estação preferida pelos espectadores portugueses, ao registar um share de 40,4% em total de indivíduos, ou seja 12,4 pontos percentuais acima do adversário mais próximo, a SIC, com 28,0% de share. A terceira posição em prime-time foi ocupada pela RTP1 com 26,1% de quota de mercado.

No período em análise a TVI deu continuidade às suas **principais linhas de actuação**, com base numa oferta diversificada de géneros televisivos, com prioridade para a língua portuguesa e produtos de ficção. Na análise dos géneros dominantes na grelha de emissão da TVI, o género Ficção (Nacional e Internacional) é dominante com uma ocupação percentual do tempo de 39,7% sendo que a grande maioria deste corresponde a produção original desenvolvida em Portugal. Na segunda posição surge o Entretenimento, com 21,7% seguido dos programas de Informação com 19,7%. O Desporto ocupou 1,4% do tempo de grelha.

Mantendo a matriz identitária que lhe permite distinguir-se face à concorrência nacional e internacional, a TVI assegura que mais de 70% da sua grelha diária seja difundida em língua portuguesa.

Neste sentido, no primeiro semestre de 2009 foi emitida a série **“Equador”**, cuja emissão se havia iniciado em finais do ano anterior. Para a totalidade dos 30 episódios emitidos, esta série registou uma audiência de 1,3 milhões de indivíduos garantindo uma quota líder de audiência de 43,3%. É de assinalar que esta série também obteve uma adesão elevada junto dos grupos mais diferenciados: para uma observação similar junto dos ABC1, com idades entre os 25 e os 54 anos, registou-se um share de 41,9%.

No capítulo da **ficção longa** terminaram neste ano as novelas **“Feitiço de Amor”**, **“Flor do Mar”** e **“Olhos nos Olhos”** as quais mereceram ao longo da sua emissão um interesse assinalável por parte dos espectadores portugueses, com quotas de audiência de 47%, 45,6% e 43,4% respectivamente.

Na linha habitual de actuação dos últimos anos, ao longo de 2009 a TVI emitiu regularmente ao final da tarde dos dias de semana a novela juvenil **“Morangos com Açúcar”**. Esta oferta continua a ter uma posição de destaque liderando claramente nos segmentos entre os 4 e os 14 anos, onde registou shares de 62,3%, 67,4% e 70% para as séries VI, Férias de Verão VI e VII respectivamente.

Para o período de prime-time a TVI estreou em 2009 três outras novelas: **“Deixa que te Leve”**, **“Sentimentos”** e **“Meu Amor”** as quais continuam em emissão em 2010. A primeira, estreou no dia 11 de Maio e regista para a totalidade dos episódios emitidos em 2009 uma média diária de 1,1 milhões indivíduos com um share de 45,8%. Em Junho teve início a emissão da novela





“Sentimentos”, a qual regista uma audiência média de 990 mil espectadores (43,1% de share). Em Outubro a TVI estreou “Meu Amor”, que regista no ano em análise uma audiência média de 1,4 milhões de indivíduos e uma quota de audiência de 46,2% no início do prime-time.

Numa óptica de diversificação dos tipos de ficção, no final do mês de Outubro a TVI estreou a série de comédia “Ele é Ela”, obtendo nos primeiros 9 episódios emitidos em 2009 um share de 42,4% correspondendo a uma média de aproximadamente 880 mil espectadores regulares.

Dentro do **género informativo** a estação manteve em 2009 os três espaços diários de acompanhamento da actualidade. Às 7h tem início o “Diário da Manhã”, para as primeiras notícias do dia e com duração de cerca de 3 horas. Às 13h, o “Jornal da Uma” faz o desenvolvimento das principais notícias de actualidade e em 2009 obteve um share de 28,5% para a totalidade da semana, sendo o segundo jornal da hora do almoço mais visto de segunda a sexta-feira ao obter uma quota média de 29,6%. Às 20 horas o “Jornal Nacional” manteve-se em 2009 como uma referência, ao registar uma audiência média regular superior a um milhão e cem mil de espectadores e 32,5% de quota. Ao longo de 2009 a TVI reforçou a sua oferta de trabalhos de investigação jornalística, agregados pelo título genérico de “Repórter TVI”. Foram emitidos na totalidade 22 programas deste tipo, sendo que no seu conjunto obtiveram uma audiência média de 1,3 milhões de espectadores e 39,9% de share.

No que respeita ao **desporto** a TVI manteve em 2009 direitos exclusivos de transmissões de futebol, nomeadamente no que respeita à Taça de Portugal e jogos de preparação e qualificação das Selecções Nacionais de Sub-21 e AA para o Mundial de 2010. Em termos médios os sete jogos da Taça de Portugal Millennium obtiveram 1,1 milhões espectadores e um share líder de 42,2%. Relativamente à Selecção de Sub-21, os cinco jogos de qualificação transmitidos pela TVI obtiveram uma quota de audiência de 34,9% e no que diz respeito aos jogos da selecção AA, os sete jogos de qualificação para o Mundial de 2010 obtiveram uma quota média de 63,2% o que correspondeu a uma audiência média por jogo de 2,1 milhões de espectadores.

No capítulo do **entretenimento** o programa “Uma Canção para Ti”, ocupou uma parte significativa dos Domingos, com duas edições distribuídas pelo primeiro e segundo semestre. A primeira edição do ano decorreu entre Março e Junho (11 programas) e obteve uma audiência média de 1,4 milhões de espectadores correspondendo a um share médio de 60,5%. A partir de Setembro de 2009 a TVI iniciou uma nova edição de “Uma Canção para Ti” a qual obteve ao longo de 15 episódios uma audiência média de 900 mil espectadores e 39,8% de share. Com este programa a TVI conseguiu mais uma vez ser a estação mais vista na última noite do ano: a final da terceira série deste programa liderou confortavelmente com uma quota de audiência de 43,5% em total de indivíduos, correspondendo a uma base de mais de um milhão de espectadores por minuto. Entre as duas edições do programa acima referido, a TVI emitiu também o programa de grande entretenimento apresentado por Herman José: “Nasci para Cantar”, que registou um share médio de 41%.

Relativamente à programação regular de **entretenimento**, a TVI continuou a oferecer pela manhã o programa “Você na TV”, o qual obteve em 2009 um share líder de 33,4% em total de indivíduos, atingindo os 36,9% no público feminino. À tarde, “As Tarde da Júlia”, o programa apresentado por Júlia Pinheiro manteve-se como o mais visto do período, com uma quota de 33,3% no universo e 35,9% em mulheres.

Com especial ênfase nas tardes de fim-de-semana, a TVI continuou igualmente a obter uma posição significativa com uma oferta de **programação internacional** baseada em séries e grande cinema. Para um total aproximado de 500 títulos emitidos, a programação de cinema ao Sábado à tarde registou um share médio de 30% e o cinema emitido ao Domingo apresentou uma quota de audiência de 31,1%.

No mês de Fevereiro a TVI apresentou, em exclusivo pelo 11º ano, a cerimónia anual de transmissão dos **Óscares**, a qual obteve um share de 47,7%.

O ano de 2009 foi igualmente um momento de grande significado para a TVI, com lançamento do seu primeiro canal temático, o canal de notícias 24 horas por dia, **TVI24**. Apesar de estar disponível exclusivamente num único operador de distribuição, decorridos um pouco mais de 10 meses desde o nascimento deste projecto, o TVI24 registou um contacto superior a 900 mil espectadores e uma quota de 17% no total do dia, considerando o universo dos canais de notícias





produzidos em Portugal. Esta quota de audiência do TVI24 sobe para 18,5% quando observado o horário nobre de consumo de televisão.

Ainda relativamente ao TVI24, ao longo do ano destacaram-se na sua programação regular os programas “Prolongamento”, “Mais Futebol”, “Internacional TVI”, “Cartas na Mesa”, “Jornal de Domingo”, “Roda Livre”, “Edição da Sete” e “Cara a Cara”.

Em termos de **desempenho financeiro**, o segmento de Televisão verificou um decréscimo de 7% nos seus proveitos operacionais totais. As **receitas de publicidade** recuaram 12% (a percentagem seria similar excluindo a Publipartner). A Media Capital estima que o mercado publicitário em sinal aberto terá recuado cerca de 13% face a 2008, pelo que a TVI terá novamente realizado um desempenho superior em termos relativos, apesar da difícil base de comparação, já que no ano anterior a TVI beneficiou da transmissão de 20 dos 31 jogos do Campeonato da Europa de Futebol (UEFA Euro 2008). Não fosse o efeito do Euro 2008, a performance relativa face ao mercado seria substancialmente superior, reflexo de uma adequada política de gestão de conteúdos e de uma actividade comercial dinâmica. Relativamente ao quarto trimestre, é de salientar o crescimento homólogo de 6% dos proveitos, nomeadamente 4% no que respeita à publicidade, denotando quer a melhoria gradual do mercado quer o desempenho a nível de audiências e de optimização da gestão comercial do espaço disponível.

A nível de mercado de publicidade, é igualmente de salientar que, num ano em que a penetração dos serviços de televisão por subscrição nos lares portugueses continuou a aumentar (sendo um dos países europeus onde esta métrica é mais elevada) bem como o número de canais disponíveis, a publicidade obtida nos canais pagos terá tido um desempenho inferior ao dos canais em aberto, demonstrando a importância que os últimos têm em atingir audiências de dimensão comercial relevante.

Os **outros proveitos** no segmento de Televisão subiram 40% relativamente a 2008, representando 14% do total de proveitos (9% em 2008). Tal variação reflecte sobretudo o contributo do novo canal TVI24, cujos proveitos operacionais começaram a ser registados em Fevereiro, para além de proveitos resultantes da prestação de serviços de apoio técnico, os quais se concentraram no primeiro trimestre.

Os **custos operacionais** registaram um decréscimo anual de 9% face ao ano transacto. Este desempenho resultou em boa parte de uma poupança significativa ao nível dos custos de programação, derivado não só do “efeito Euro 2008”, mas também de uma redução relevante ao nível de outros conteúdos de desporto, bem como de conteúdos internacionais. O conjunto destes efeitos compensou o incremento verificado com conteúdos nacionais (nomeadamente em séries) e, principalmente os custos do novo canal TVI24 que, conforme mencionado acima, iniciou emissão este ano. Relativamente ao último trimestre do ano, os custos recuaram 17%, motivados sobretudo pela evolução dos custos de programação com conteúdos nacionais (ficção e entretenimento) e internacionais (nomeadamente filmes), que conseguiram compensar o incremento resultante do TVI24.

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.

Apesar da evolução adversa queda do mercado de publicidade, a TVI conseguiu, através do sucesso da sua programação, da procura por novas receitas e do controlo de custos, que o **EBITDA** do ano deste segmento recuasse somente 2% relativamente a 2008, com a margem respectiva a baixar apenas 1pp de 28% para 27%.



## 3. Produção Audiovisual

milhares de €	2009	2008	Var %	4T 09	4T 08	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>107.916</b>	<b>92.908</b>	<b>16%</b>	<b>28.147</b>	<b>33.332</b>	<b>-16%</b>
Publicidade	0	1.347	-100%	0	(15)	-100%
Produção audiovisual	98.767	75.217	31%	23.545	19.958	18%
Outros proveitos	9.149	16.344	-44%	4.601	13.389	-66%
<b>Custos Operacionais</b>	<b>95.662</b>	<b>84.104</b>	<b>14%</b>	<b>24.732</b>	<b>28.888</b>	<b>-14%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>12.254</b>	<b>8.803</b>	<b>39%</b>	<b>3.415</b>	<b>4.444</b>	<b>-23%</b>
Margem EBITDA	11,4%	9,5%	1,9pp	12,1%	13,3%	-1,2pp
Amortizações	3.114	5.081	-39%	852	1.799	-53%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>9.140</b>	<b>3.722</b>	<b>146%</b>	<b>2.563</b>	<b>2.646</b>	<b>-3%</b>

Dado que a aquisição pelo Grupo Media Capital da Plural ocorreu em Maio de 2008, os números relativos aos primeiros quatro meses de 2008 referem-se somente à actividade da Plural Portugal (anteriormente denominada NBP).

A actividade de produção audiovisual registou em 2009 um total de proveitos operacionais de € 107,9 milhões e um EBITDA de € 12,3 milhões, correspondendo a uma margem EBITDA de 11,4%.

Assumindo 100% da Plural Espanha em ambos os anos, os proveitos totais teriam recuado 1%. Já o EBITDA teria aumentado 18% e a margem melhorado 1,8 pontos percentuais.

A actividade operacional da Plural Espanha registou um incremento significativo ao nível das principais rubricas de proveitos, sendo de destacar a (i) produção e venda de conteúdos a operadores generalistas (sobretudo Cuatro, Antena3 e, em menor escala, Telecinco), bem como a (ii) produção para televisões autonómicas. Estas duas actividades registaram um crescimento de 44%, o qual só numa pequena parcela é justificado pela alteração do perímetro de consolidação e/ou extraordinários. A este respeito, em Dezembro de 2009, a Productora Canária de Programas (PCP), sociedade que tem um contrato de prestação de serviços com a Televisión Autónoma de Canárias, passou a ser consolidada a nível integral. Sem esta alteração de perímetro, a variação atrás mencionada teria ainda assim atingido 37%.

Como resultado deste desempenho a nível da produção, a Plural Espanha conseguiu compensar, numa percentagem muito elevada, a perda de proveitos da Socater respeitante à gestão da TV das Canárias (cujo contrato cessou no ano passado). Excluindo esse contrato, bem como as rubricas extraordinárias positivas e negativas de ambos os anos e alterações de perímetro, os proveitos operacionais da Plural Espanha subiram 19% de 2008 para 2009.

Embora com uma expressão marginal e já incluída na análise do parágrafo anterior, os resultados beneficiaram da mais-valia registada com a aquisição dos interesses minoritários existentes na Tesela (correspondentes a 19% do capital social), subsidiária que desenvolve a actividade de produção de cinema e que agora é controlada a 100%.

Quanto à Plural Portugal, 2009 revelou-se um ano histórico, continuando a crescer no número de episódios de ficção produzidos no ano de 2009 - 1100, correspondendo a mais de 1000 horas de gravação, trabalhando em conjunto com a TVI por forma a garantir o sucesso dos seus produtos (*vidé* audiências de séries e novelas nacionais da TVI). Em resultado disso e das melhorias ao nível da eficiência operacional, o EBITDA melhorou 7% face a 2008. Prosseguiu-se igualmente com o esforço de internacionalização da produtora e dos seus produtos, tendo-se verificado um reforço das vendas das suas principais novelas e o desenvolvimento de novos projectos em co-produção, África, Europa e países da América do Sul, incluindo o Brasil.



## 4. Entretenimento

milhares de €	2009	2008	Var %	4T 09	4T 08	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>28.140</b>	<b>38.557</b>	<b>-27%</b>	<b>6.415</b>	<b>13.188</b>	<b>-51%</b>
Música & Eventos	11.089	15.620	-29%	2.233	5.078	-56%
Cinema & Video	17.051	22.937	-26%	4.183	8.109	-48%
<b>Custos Operacionais</b>	<b>35.153</b>	<b>36.756</b>	<b>-4%</b>	<b>10.971</b>	<b>12.435</b>	<b>-12%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(7.013)</b>	<b>1.801</b>	<b>n.a.</b>	<b>(4.556)</b>	<b>753</b>	<b>n.a.</b>
Margem EBITDA	-24,9%	4,7%	-29,6pp	-71,0%	5,7%	-76,7pp
Amortizações	190	190	0%	48	62	-23%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(7.203)</b>	<b>1.611</b>	<b>n.a.</b>	<b>(4.604)</b>	<b>691</b>	<b>n.a.</b>

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 em 2009 uma redução de 27% face a 2008, com a actividade de Música & Eventos a recuar 29%, ao passo que os proveitos na actividade de cinema e vídeo observaram uma descida de 26%.

Na actividade de **Música & Eventos**, à queda estrutural do mercado físico juntou-se em 2009 a crise conjuntural da economia, resultando numa quebra de receitas estimada em cerca de 17% para o mercado. A venda de conteúdos digitais (essencialmente *full track downloads* e *ringtones*) inverteu a tendência de crescimento de anos anteriores, recuando mais de 27%. Esta queda veio agravar a quebra de vendas em suporte físico (CDs e DVDs) que terão recuado 16%. Esta evolução resultou numa perda de peso relativo do mercado digital para apenas 6% do volume de negócios total das editoras. Na origem da crise estrutural do mercado continuam a estar a partilha de ficheiros e os *downloads* ilegais bem como a venda de cópias ilegais em suportes físicos. Para além de penalizar vendas legais, este fenómeno tem induzido no mercado uma forte pressão para uma baixa de preços generalizada. Em paralelo, a pirataria digital continua a condicionar o desenvolvimento de um mercado digital.

Neste enquadramento, a venda de CD's recuou 38% no ano em análise. A perda de quota de mercado (que terá recuado de 24% para 17%) resultou da ausência de projectos com a mesma dimensão dos lançados em 2008, como os novos discos dos artistas Tony Carreira (o disco mais vendido em Portugal em 2008), Rita Guerra, André Sardet e Just Girls (à época a banda residente da série juvenil "Morangos com Açúcar"). O conjunto das restantes receitas desta unidade de negócio registaram uma redução bem menos pronunciada (13%), verificando-se uma melhoria ao nível das receitas na área de produção de eventos. No trimestre, e face ao período homólogo, as vendas de CD's caíram 63%, ao passo que os restantes proveitos recuaram 31%.

Na actividade de **Cinema & Vídeo**, o mercado cinematográfico apresentou uma quebra de cerca de 2% em número de espectadores embora se estime que tenha crescido cerca de 5% em receitas de bilheteira. Este facto ficou-se a dever a um aumento do preço médio do bilhete para o qual terá contribuído de forma decisiva a estreia de vários filmes em 3D com preço de bilhete mais caro do que o normal.

Esta boa *performance* advém do bom lote de filmes da 20th Century Fox, naquele que foi um ano recorde para este estúdio, destacando-se os filmes "A Idade do Gelo 3" (o filme mais visto nas salas de cinema nacionais em 2009, com 667.551 espectadores), e "Avatar" (que bateu *records* de bilheteira após a estreia e em duas semanas alcançou o top 4 dos filmes mais vistos de 2009 em Portugal, com 417.992 espectadores), prolongando o seu excelente desempenho já em 2010. Ambos os filmes são distribuídos pela CLMC.

A exemplo do que já havia sucedido em 2008, no qual o mercado da venda de DVD caiu 6% em valor e cresceu 12% em unidades, em 2009 as vendas de DVD voltam a apresentar uma quebra de 10% em valor tendo crescido 5% em unidades. Este decréscimo ficou-se a dever-se, pelo segundo



ano consecutivo, a uma deterioração do preço médio (-14%), bem como a um decréscimo do peso das séries que, depois do acentuado crescimento verificado em 2007, sofreram um recuo. No caso do mercado de aluguer, considera-se a manutenção da tendência de decréscimo verificada nos últimos anos, embora neste caso concreto não exista informação fidedigna acerca do mercado total. A CLMC manteve-se como segundo operador no mercado de DVDs/Blu-Ray.

Face a este entorno, **as receitas operacionais** da actividade de **Cinema & Vídeo** observaram uma redução de 26%. Os proveitos de cinema registaram um crescimento acumulado de 43%, beneficiando de desempenhos positivos tanto dos títulos de cinema da produtora Fox como nos de produtoras independentes, permitindo um aumento relevante de quota de mercado. A este respeito, durante o ano em análise a CLMC estreou 25 filmes em cinema, o mesmo número que em 2008, com uma quota de mercado de 16% contra 12 % em 2008. Todavia, os proveitos de vídeo recuaram de forma substancial, anulando os ganhos ao nível do cinema, como resultado do fim do acordo com a Warner Home Video em Setembro de 2009.

Os **custos operacionais** registaram uma queda de 4% no acumulado do ano, com a área de Cinema & Vídeo a observar um aumento de 1%. Por sua vez, a área de Música & Eventos registou neste período uma redução de 12% nos custos operacionais, na sua maioria relacionada com os custos variáveis com a venda de CD's.

Importa referir que existem importantes **custos não correntes** em ambas as actividades, registados sobretudo no último trimestre de 2009, e que penalizaram sobremaneira o desempenho operacional. Estes custos estão relacionados sobretudo com provisões para existências, direitos e clientes. Excluindo da análise esta componente extraordinária, os resultados operacionais seriam substancialmente melhores, ainda que negativos.

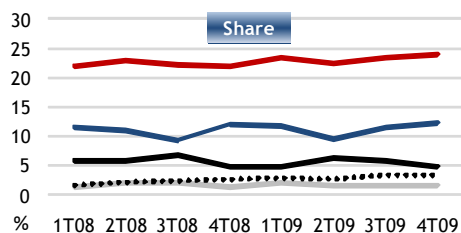
No acumulado a Setembro de 2009, o segmento Entretenimento obteve um **EBITDA consolidado** de € -7,0 milhões, resultado que compara com o valor de € 1,8 milhões obtidos no ano transacto.

## 5. Rádio

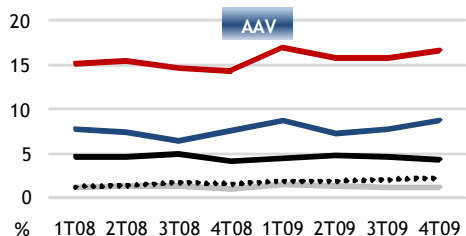
milhares de €	2009	2008	Var %	4T 09	4T 08	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>13.469</b>	<b>14.079</b>	<b>-4%</b>	<b>3.663</b>	<b>3.830</b>	<b>-4%</b>
Publicidade	12.458	13.309	-6%	3.472	3.640	-5%
Outros proveitos	1.010	770	31%	190	191	0%
<b>Custos Operacionais</b>	<b>13.181</b>	<b>15.727</b>	<b>-16%</b>	<b>3.219</b>	<b>3.980</b>	<b>-19%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>288</b>	<b>(1.648)</b>	<b>n.a.</b>	<b>443</b>	<b>(150)</b>	<b>n.a.</b>
Margem EBITDA	2,1%	-11,7%	13,8pp	12,1%	-3,9%	16,0pp
Amortizações	2.345	2.230	5%	592	564	5%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(2.057)</b>	<b>(3.877)</b>	<b>-47%</b>	<b>(148)</b>	<b>(713)</b>	<b>-79%</b>

No último trimestre de 2009, as rádios do Grupo Media Capital obtiveram um **share de audiência de 23,8%**, o valor historicamente mais elevado de um quarto trimestre desde a constituição da MCR, em 2001, sendo igualmente o trimestre mais forte desde o segundo trimestre de 2006. Relativamente ao período homólogo, o ganho foi de 1,8 pp (+8%). De entre o *portfolio* de rádios, é de destacar a melhor *performance* da Rádio Comercial num quarto trimestre desde 2000, bem como a melhoria contínua das audiências da M80, a qual terminou o 4T09 com uma AAV de 2,1% e um *share* de 3,4%, que compara com 2,5% no período homólogo e 1,7% no 4T07. Por seu turno, o RCP também conseguiu melhorar o *share* de 1,4% para 1,5%, tal como a Romântica e a Best Rock, que passaram de 0,6% para 0,9% e de 0,3% para 0,5%, respectivamente.

No acumulado do ano, verifica-se que o conjunto das estações conquistou cerca de 122 mil novos ouvintes, com ganhos em praticamente todas as estações do grupo, excepção feita à Cidade FM que reduziu o seu auditório, ainda que ligeiramente, face ao ano anterior.



Share de Audiência (%)	1T08	2T08	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09	4T09
Comercial	11.4	11.1	9.2	12.1	11.7	9.6	11.4	12.3
Cidade FM	5.8	5.7	6.9	4.8	4.8	6.2	5.8	4.8
RCP	1.4	2.0	2.2	1.4	2.0	1.7	1.7	1.5
M80	1.7	2.1	2.3	2.5	2.9	2.6	3.2	3.4
MC Rádios	21.9	22.8	22.2	22.0	23.3	22.3	23.4	23.8



Aud. Acum. de Véspera (%)	1T08	2T08	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09	4T09
Comercial	7.7	7.4	6.4	7.6	8.7	7.3	7.7	8.8
Cidade FM	4.7	4.6	4.9	4.1	4.5	4.8	4.6	4.3
RCP	1.1	1.4	1.4	1.0	1.5	1.4	1.2	1.2
M80	1.1	1.4	1.6	1.5	1.9	1.8	2.0	2.1
MC Rádios	15.1	15.4	14.6	14.4	17.0	15.8	15.8	16.7
Mercado Rádio	56.8	56.5	53.9	52.8	58.1	57.3	55.8	56.8

Fonte: Marktest; Evolução trimestral

Fonte: Marktest; Evolução trimestral

As receitas publicitárias da MCR registaram uma redução de 6% em 2009 (-5% no 4T09), verificando-se assim uma melhoria face aos primeiros nove meses, período a que correspondeu uma queda de 7%. O Grupo estima que o desempenho da MCR tenha superado o do mercado de Rádio. De salientar ainda que em 2009 o mercado de Rádio terá feito *outperformance* face ao mercado de publicidade global, tendo mesmo sido o segmento com melhor desempenho em termos de variação percentual, a seguir ao da Internet.

Quanto aos custos operacionais deste segmento registou-se uma diminuição considerável de 16%, consequência de um esforço de contenção transversal a toda a estrutura, com particular incidência na redução nos custos de *marketing* e publicidade e da redução do quadro de colaboradores da MCR em curso desde a parte final do exercício de 2008. Esta racionalização da estrutura de custos, procura não só adequar a mesma à actual evolução do segmento e do seu mercado, mas também posicionar a MCR de forma a poder manter-se competitiva para desenvolvimento futuro da actividade de rádio. O esforço de reorganização implicou o registo de alguns custos (sobretudo relacionados com indemnizações), os quais não só não se deverão repetir nos próximos anos, como deverão traduzir-se em maior eficiência e rentabilidade operacional.

Face do descrito atrás, o EBITDA consolidado deste segmento atingiu € 0,3 milhões em 2009, o que compara com uma perda de € 1,6 milhões no ano transacto. No trimestre, o EBITDA melhorou € 0,6 milhões face ao período homólogo.

Ao nível dos conteúdos, e desde meados de Outubro, o Rádio Clube Português RCP passou a ter no ar uma nova grelha. Esta pretende dar forma a um *upgrade* do conceito, mantendo-se ao mesmo tempo como uma “rádio de palavra”, de carácter urbano e focada na informação.

A excelente performance da M80 irá levar a uma realocação estratégica da rede de emissores do Grupo, que passa por potenciar o nível de cobertura deste formato e proporcionar assim um maior retorno da actividade. Este processo deverá previsivelmente ocorrer durante o ano de 2010.

No que respeita à performance geral das rádios no universo *online*, o portfólio das marcas da MCR aumentou em 2009, face ao total de 2008, em 10% no número de *page views* e em 21% em *unique users*, para 11,5 milhões e 2,2 milhões respectivamente (média mensal). O Cotonete, site líder de música *online* com mais de 300 rádios temáticas e mais de 40 mil rádios pessoais, cresceu 17% face a 2008, registando uma média mensal de 1,4 milhões de *unique users* e 6,1 *page views*.



## 6. Outros

milhares de €	2009	2008	Var %	4T 09	4T 08	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>(38.246)</b>	<b>(26.549)</b>	<b>44%</b>	<b>(9.914)</b>	<b>(11.247)</b>	<b>-12%</b>
Publicidade	3.206	6.738	-52%	838	944	-11%
Assinaturas e vendas em banca	0	3.228	-100%	0	0	n.m.
Outros proveitos operacionais	15.859	20.367	-22%	3.607	4.863	-26%
Ajustamentos de consolidação	(57.312)	(56.881)	1%	(14.360)	(17.054)	-16%
<b>Custos Operacionais</b>	<b>(39.099)</b>	<b>(25.573)</b>	<b>53%</b>	<b>(10.441)</b>	<b>(10.347)</b>	<b>1%</b>
Outros custos operacionais	17.423	31.023	-44%	4.166	6.542	-36%
Ajustamentos de consolidação	(56.522)	(56.597)	0%	(14.608)	(16.889)	-14%
<b>EBITDA</b>	<b>853</b>	<b>(975)</b>	<b>n.a.</b>	<b>527</b>	<b>(900)</b>	<b>n.a.</b>
Amortizações	1.114	1.487	-25%	296	321	-8%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(260)</b>	<b>(2.462)</b>	<b>-89%</b>	<b>231</b>	<b>(1.221)</b>	<b>n.a.</b>

Este segmento inclui a área de Internet, a Holding, a unidade de serviços partilhados e os ajustamentos de consolidação. Os valores de 2008 incluem a actividade de publicação de revistas, a qual foi consolidada até final do mês de Julho.

O ano de 2009 revelou-se bastante activo na área de internet, sendo de destacar:

- O lançamento, em Janeiro, do Autoportal, principal aposta no sector automóvel, agregando uma componente editorial e uma componente de mercado que suporta anúncios classificados para a compra e venda de viaturas;
- A assinatura em Março de 2009 de um acordo de exclusividade para Portugal para a gestão e exploração comercial do Myspace.com, a maior comunidade do mundo focada em música e entretenimento. Este acordo tornou possível um reforço da actuação da empresa no universo da música que é um dos principais eixos de publicidade e patrocínios das marcas, não só no âmbito dos conteúdos mas também na área dos eventos musicais;
- A criação do site tvi24, resultado da integração da redacção da TVI com a redacção de Internet, existindo hoje uma única equipa que trabalha a informação do tvi24;
- O desenvolvimento de novos sites em parceria (Superstars - crianças, Rituais - Vida Saudável, e leiloes.iol.pt - com a Sonaecom);
- Relançamento integral do site MaisFutebol no mês de Junho;
- No início de Julho, a MC Multimedia lançou o novo canal de Música www.musica.iol.pt, o qual pretende ser uma referência na área da música em Portugal e vem complementar a integração do MySpace e das rádios da Media Capital no Portal IOL, transformando a MC Multimedia na empresa com a oferta mais robusta a nível da música online em Portugal;
- O lançamento do site Lux.pt em Setembro, que resulta de uma parceria entre a Progres e a Media Capital Multimedia;
- O relançamento do site da Agência Financeira em Novembro;
- Na área de Serviços a Empresas, em Setembro arrancou também o Insite, uma nova área de negócio, destinada às pequenas e médias empresas, especializada no design, construção e desenvolvimento de websites, bem como em soluções que maximizam a visibilidade de websites e marcas na Internet.

A combinação destas acções permitiu à rede de “sites” da MCM registar um crescimento substancial do tráfego face a 2008, mais 19%, passando de uma média de 104 milhões de “page views” mensais em 2008 para mais de 123 milhões em 2009, tendo a média do último trimestre do ano estado acima dos 136 milhões de “page views” mensais. Há também a salientar o sucesso da nova abordagem on-line da TVI, visível no facto dos sites www.tvi.iol.pt e www.tvi24.iol.pt que, alcançaram em mais de um mês deste ano o primeiro lugar em audiências entre os sites de operadores de televisão.

As receitas publicitárias recuaram 52% face ao período homólogo, justificado, na sua larga maioria, pelo facto da actividade de imprensa já não estar incluída.





Por seu turno, o comportamento dos **outros proveitos operacionais** encontra-se distorcido por dois efeitos: (i) a inexistência nos primeiros nove meses do ano da actividade de imprensa e (ii) o impacto da venda da participação de 35% na Transjornal em Junho deste ano e (iii) o impacto da mais-valia realizada com a alienação da Media Capital Edições no terceiro trimestre de 2008.

A evolução da rubrica de **outros custos operacionais** reflecte, para além do impacto da alienação das actividades de imprensa, o esforço significativo de 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 positivo em € 0,9 milhões, representando uma melhoria de € 1,8 milhões face ao ano anterior.





## 7. Cash Flow

milhares de €	2009	2008	Var %	4T 09	4T 08	Var %
<b>Actividades Operacionais:</b>						
Recebimentos	336.654	349.038	-4%	85.487	133.539	-36%
Pagamentos	(292.447)	(317.569)	-8%	(67.139)	(112.297)	-40%
Fluxos das actividades operacionais (1)	44.207	31.469	40%	18.347	21.242	-14%
<b>Actividades de Investimento:</b>						
Recebimentos	76.005	169.456	-55%	6.617	38.285	-83%
Pagamentos	(81.554)	(151.832)	-46%	4.869	(68.154)	n.a.
Fluxos das act. de investimento (2)	(5.549)	17.624	n.a.	11.486	(29.869)	n.a.
<b>Actividades de Financiamento:</b>						
Recebimentos	68.404	140.120	-51%	15.976	45.407	-65%
Pagamentos	(93.679)	(187.057)	-50%	(31.202)	(34.380)	-9%
Fluxos das act. de financiamento (3)	(25.275)	(46.937)	-46%	(15.226)	11.027	n.a.
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	13.383	2.156	n.m.	14.607	2.400	n.m.
Caixa e seus equivalentes no início do período	7.172	5.017	43%	5.947	4.772	25%
Caixa e seus equivalentes no final do período	20.556	7.172	187%	20.555	7.173	187%

O cash flow das actividades operacionais registou uma variação positiva de € 12,7 milhões em 2009, atingindo € 44,2 milhões, com a comparação a beneficiar da inclusão da Plural España a partir de Maio de 2008, o que compensou o menor nível de actividade.

O cash flow das actividades de investimento passou de € 17,6 milhões para um valor negativo de € 5,5 milhões. Analisando o *cash-flow* respeitante a imobilizado corpóreo e incorpóreo, este ascendeu a € -7,7 milhões em 2009, valor que compara favoravelmente com € -18,2 milhões no ano transacto.

O cash flow das actividades de financiamento apresentou um valor negativo de € 25,3 milhões, reflectindo não só o desempenho das actividades operacionais e de investimento, mas também o pagamento de dividendos, este último no montante global de € 20,4 milhões.

## 8. Endividamento

milhares de €	Dez 09	Dez 08	Variação	Var %
<b>Dívida financeira</b>	<b>128.866</b>	<b>130.076</b>	<b>(1.210)</b>	<b>-1%</b>
Empréstimos bancários / Papel comercial	124.096	125.359	(1.262)	-1%
Outro endividamento	4.770	4.717	53	1%
<b>Caixa &amp; equivalentes</b>	<b>20.556</b>	<b>7.172</b>	<b>13.385</b>	<b>187%</b>
<b>Dívida líquida</b>	<b>108.310</b>	<b>122.904</b>	<b>(14.594)</b>	<b>-12%</b>

Em função dos movimentos acima descritos, o endividamento líquido do Grupo Media Capital registou uma redução de 12% ou € 14,6 milhões face a Dezembro de 2008, situando-se no final de 2009 em € 108,3 milhões. O endividamento líquido ajustado dos empréstimos à Promotora de Informaciones, S.A. atingiu € 63,8 milhões no final do período, que compara com € 99,9 milhões no final do ano transacto, colocando o Grupo Media Capital numa confortável estrutura de capital.



GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA EM 31 DE DEZEMBRO DE 2009 E 2008

(Montantes expressos em milhares de Euros)

ACTIVO	2009	2008
<b>ACTIVOS NÃO CORRENTES:</b>		
Goodwill	172.741	176.547
Activos intangíveis	21.452	10.964
Activos tangíveis	31.114	39.135
Activos disponíveis para venda	8	8.905
Direitos de transmissão	59.526	47.046
Outros activos não correntes	1.470	4.143
Impostos diferidos activos	5.335	3.653
	<u>291.646</u>	<u>290.393</u>
<b>ACTIVOS CORRENTES:</b>		
Direitos de transmissão	8.903	8.842
Existências	1.921	4.535
Clientes e contas a receber	53.594	81.504
Outros activos correntes	60.971	55.679
Caixa e seus equivalentes	20.556	7.172
	<u>145.945</u>	<u>157.732</u>
<b>TOTAL DO ACTIVO</b>	<u><u>437.591</u></u>	<u><u>448.125</u></u>
<hr/> <b>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</b> <hr/>		
<b>CAPITAL PRÓPRIO:</b>		
Capital	89.584	89.584
Reservas	22.495	22.333
Resultado consolidado líquido do exercício	17.612	19.832
Capital próprio atribuível aos accionistas maioritários	129.691	131.749
Capital próprio atribuível a interesses minoritários	4.521	5.807
Total do capital próprio	<u>134.212</u>	<u>137.556</u>
<b>PASSIVO:</b>		
<b>PASSIVO NÃO CORRENTE:</b>		
Empréstimos	115.145	112.597
Provisões	7.144	7.308
Outros passivos não correntes	22.148	30.682
Impostos diferidos passivos	1.638	23
	<u>146.075</u>	<u>150.610</u>
<b>PASSIVO CORRENTE:</b>		
Empréstimos	11.241	15.659
Fornecedores e contas a pagar	76.420	80.786
Outros passivos correntes	67.313	62.053
Instrumentos financeiros derivados	2.330	1.461
	<u>157.304</u>	<u>159.959</u>
Total do passivo	<u>303.379</u>	<u>310.569</u>
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO</b>	<u><u>437.591</u></u>	<u><u>448.125</u></u>



GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DOS RESULTADOS

DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2009 E 2008

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
<u>OPERAÇÕES EM CONTINUAÇÃO:</u>		
<u>PROVEITOS OPERACIONAIS:</u>		
Vendas	16.925	32.392
Prestações de serviços	227.462	237.399
Outros proveitos operacionais	23.481	17.581
Total de proveitos operacionais	<u>267.868</u>	<u>287.372</u>
<u>CUSTOS OPERACIONAIS:</u>		
Custo dos programas produzidos, emitidos e das mercadorias vendidas	(24.271)	(43.560)
Fornecimentos e serviços externos	(112.626)	(116.942)
Custos com pessoal	(74.607)	(68.748)
Amortizações	(12.527)	(14.177)
Provisões e perdas de imparidade	(3.195)	(1.693)
Outros custos operacionais	(3.045)	(3.726)
Total de custos operacionais	<u>(230.271)</u>	<u>(248.846)</u>
Resultados operacionais	<u>37.597</u>	<u>38.526</u>
<u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u>		
Custos financeiros, líquidos	(9.162)	(7.962)
Perdas em empresas associadas, líquidas	(165)	(565)
Resultados antes de impostos	<u>(9.327)</u>	<u>(8.527)</u>
Imposto sobre o rendimento do exercício	(9.568)	(9.578)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>18.702</u>	<u>20.421</u>
Resultado das operações descontinuadas	-	945
Resultado consolidado líquido do exercício	<u>18.702</u>	<u>21.366</u>
Atribuível a:		
Accionistas da empresa mãe	17.612	19.832
Interesses minoritários	1.090	1.534
	<u>18.702</u>	<u>21.366</u>
Resultado por ação das operações em continuação e descontinuadas		
Básico	0,0002	0,0002
Diluído	0,0002	0,0002
Resultado por ação das operações em continuação		
Básico	0,0002	0,2235
Diluído	<u>0,0002</u>	<u>0,2235</u>



### DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2009 E 2008

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	2009	2008
<b>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</b>		
Recebimentos de clientes	336.654	349.038
Pagamentos a fornecedores	(162.291)	(186.661)
Pagamentos ao pessoal	(65.698)	(65.637)
Fluxos gerados pelas operações	108.665	96.740
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(64.458)	(65.271)
Fluxos das actividades operacionais (1)	<u>44.207</u>	<u>31.469</u>
<b>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</b>		
Recebimentos provenientes de:		
Alienação de subsidiárias	15.250	1.000
Venda de activos tangíveis	450	245
Venda de activos intangíveis	17.352	-
Subsídios de investimento obtidos	3	-
Reembolso de empréstimos concedidos	42.950	168.211
	<u>76.005</u>	<u>169.456</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	(9.810)	(13.603)
Aquisição de activos tangíveis	(7.170)	(14.163)
Aquisição de activos intangíveis	(493)	(4.066)
Empréstimos concedidos	(64.081)	(120.000)
	<u>(81.554)</u>	<u>(151.832)</u>
Fluxos das actividades de investimento (2)	<u>(5.549)</u>	<u>17.624</u>
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</b>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	65.588	138.777
Juros e proveitos similares	2.816	1.343
	<u>68.404</u>	<u>140.120</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(66.904)	(118.135)
Amortização de contratos de locação financeira	(1.373)	(1.275)
Juros e custos similares	(2.501)	(6.098)
Dividendos	(20.360)	(61.000)
Outras despesas financeiras	(2.541)	(549)
	<u>(93.679)</u>	<u>(187.057)</u>
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<u>(25.275)</u>	<u>(46.937)</u>
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	13.383	2.156
Caixa e seus equivalentes no início do período	7.172	5.017
Caixa e seus equivalentes no fim do período	20.556	7.172