



Resultados do 1º Trimestre de 2011

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.



57 meses ininterruptos de liderança



O melhor trimestre de sempre



Mais 25% de audiência face ao período homólogo



Mais 43% de audiência face ao período homólogo



Estação de TV líder no panorama *online*



***News app* líder em Portugal**



158 milhões de páginas visualizadas mensalmente



36,1 milhões de páginas visualizadas mensalmente

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 1º TRIMESTRE DE 2011

O Grupo Media Capital registou um EBITDA de € 6,8 milhões, 12% acima do período homólogo.

- Os proveitos operacionais foram de € 53,6 milhões, com o Grupo a obter um total de **receitas publicitárias** de € 31,1 milhões, valor inferior em 4% ao de 1T10, ao passo que os outros proveitos operacionais ficaram 1% abaixo.
- A **TVI** continuou a liderar as audiências de televisão por larga margem, com *shares* médios em sinal aberto de 34,8% no total do dia e de 39,2% no horário nobre. Por seu turno, a **TVI24** obteve o melhor trimestre de sempre em audiências. Os proveitos operacionais que não publicidade do segmento de Televisão cresceram acentuadamente, que possibilitou o incremento em 3% dos proveitos totais. Desta forma, os níveis de rentabilidade permaneceram elevados, com o segmento a ter uma margem EBITDA de 15%.
- A actividade de **Produção Audiovisual** registou uma contracção de 6% dos proveitos operacionais, mantendo contudo uma margem EBITDA similar aos primeiros três meses de 2010 (7%).
- Em **Rádio**, os proveitos de publicidade subiram 16%, desempenho claramente superior ao mercado. A margem EBITDA conseguida foi de 5%, com o EBITDA a melhorar € 0,6 milhões face ao registado no 1T10. As audiências do primeiro trimestre registaram níveis muito elevados, com a Rádio Comercial e a M80 a aumentarem o número de ouvintes em, respectivamente 25% e 43% relativamente ao período correspondente de 2010.
- No segmento de **Entretenimento**, o EBITDA atingiu o valor de € -0,1 milhões, revelando portanto uma melhoria substancial face ao ano transacto, apesar da deterioração das condições do sector e do mercado.
- Em **Internet**, o portal IOL e a rede de sites MCM continuaram a crescer em visitas, utilizadores únicos e publicidade, ao mesmo tempo que a TVI consolida sua posição de líder entre os sites de TV em Portugal. De destacar também o lançamento das *apps* TVI24 para iPad, iPhone e iPod, com uma adesão assinalável, colocando a Media Capital também na liderança ao nível da exposição nas plataformas móveis.

Queluz de Baixo, 28 de Abril de 2011

Grupo Media Capital Relações com Investidores

Pedro Mendes, Director

Contactos

e-mail: ir@mediacapital.pt

Tel: +351 21 434 59 04



1. Demonstração de Resultados Consolidada

milhares de €	1T 2011	1T 2010	Var %
Total de Proveitos Operacionais	53.550	55.216	-3%
Televisão	35.672	34.692	3%
Produção Audiovisual	19.276	20.597	-6%
Entretenimento	3.525	5.437	-35%
Rádio	3.372	2.612	29%
Outros	4.369	3.290	33%
Ajust. Consolidação	(12.665)	(11.413)	11%
Total de Custos Operac. ex-D&A	46.723	49.133	-5%
EBITDA	6.827	6.083	12%
Margem EBITDA	12,7%	11,0%	1,7pp
Televisão	5.400	6.337	-15%
Produção Audiovisual	1.313	1.411	-7%
Entretenimento	(93)	(552)	-83%
Rádio	162	(468)	n.a.
Outros	32	(476)	n.a.
Ajust. Consolidação	12	(168)	n.a.
Amortizações	2.855	2.837	1%
Resultados Operacionais (EBIT)	3.972	3.246	22%
Resultados Financeiros (líquido)	(778)	(1.566)	-50%
Res. antes de imp. e int. s/ controlo	3.194	1.679	90%
Imposto sobre o rendimento	(1.008)	(781)	29%
Res.líquido das operações em continuação	2.185	899	143%
Res.líquido das operações descontinuadas	0	0	n.a.
Interesses sem controlo	(261)	(246)	6%
Resultado líquido do período	1.924	652	195%

No primeiro trimestre de 2011 (1T11) o Grupo Media Capital registou um total de **proveitos operacionais consolidados** de € 53,6 milhões, o que corresponde a uma queda de 3% em relação a idêntico período de 2010.

O **EBITDA consolidado** do Grupo melhorou 12% para os € 6,8 milhões, com uma margem de 13%.

O **resultado operacional** (EBIT) teve um incremento de 22%, quedando-se nos € 4,0 milhões, enquanto o **resultado líquido** atingiu os € 1,9 milhões (€ 0,7 milhões no 1T10), beneficiando não só das melhorias operacionais, mas também da evolução favorável dos resultados financeiros (efeito relacionado com o *mark-to-market* do *swap* de taxas de juro).



milhares de €	1T 2011	1T 2010	Var %
Proveitos Operacionais	53.550	55.216	-3%
Publicidade	31.120	32.512	-4%
Outros proveitos operacionais	22.429	22.704	-1%

Na evolução do total de proveitos consolidados, os **proveitos de publicidade** recuaram 4%, situação que ocorreu devido ao peso do

segmento de Televisão, onde a publicidade variou -6%. No segmento de Rádio a variação

foi positiva em 16%, com o segmento Outros a acompanhar no mesmo sentido (+3%).

Relativamente à situação do **mercado de publicidade**, não existe à data informação disponível para o trimestre.

Os **outros proveitos** registam uma variação negativa, ainda que marginal, de 1%, derivado dos segmentos de Produção Audiovisual e Outros, apesar das contribuições positivas da Televisão e Rádio.

Em relação ao total de **custos operacionais**, verificou-se um decréscimo de 5%, 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.

Nos primeiros três meses de 2011 os **resultados financeiros** melhoram de € -1,6 milhões para € -0,8 milhões, beneficiando do impacto do *swap* sobre taxas de juro que o Grupo tem contratado, o qual foi de € 0,5 milhões vs € -0,8 milhões no primeiro trimestre de 2010.

O **resultado líquido** atingiu os € 1,9 milhões, que compara com € 0,7 milhões no 1T10.

2. Televisão



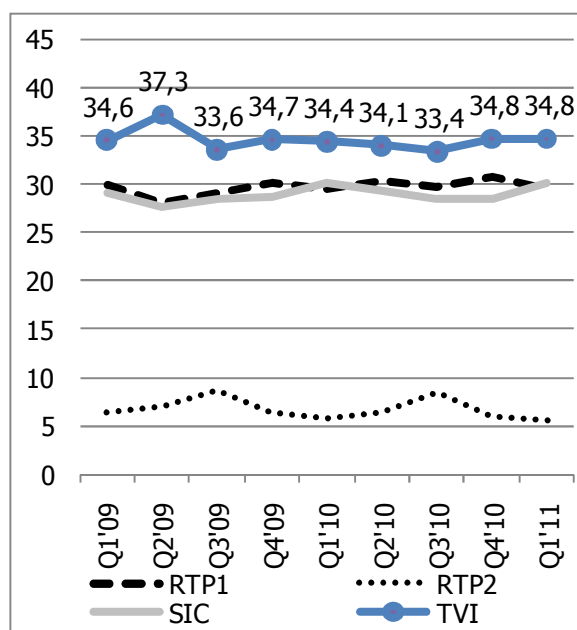
milhares de €	1T 2011	1T 2010	Var %
Proveitos Operacionais	35.672	34.692	3%
Publicidade	27.812	29.541	-6%
Outros Proveitos	7.860	5.151	53%
Custos Operacionais, ex D&A	30.272	28.355	7%
EBITDA	5.400	6.337	-15%
Margem EBITDA	15,1%	18,3%	-3,1pp
Amortizações	1.486	1.411	5%
Resultado Operacional (EBIT)	3.914	4.925	-21%

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.

Share de Audiência Trimestral (Canais em Aberto, %)

All-Day

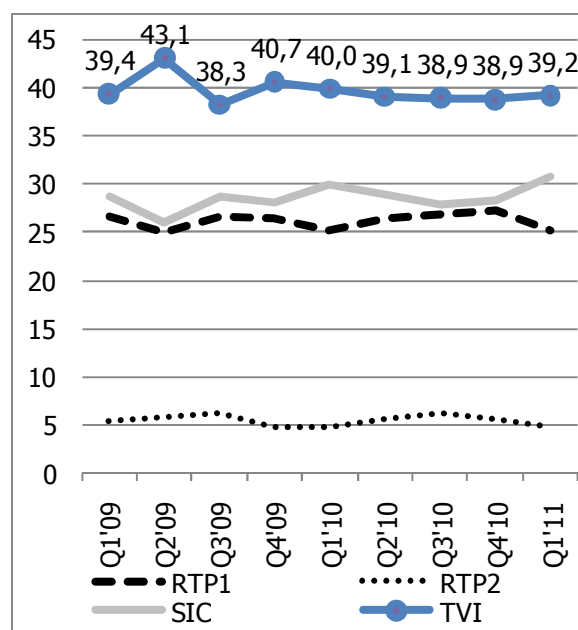


Fonte: Marktest

No fecho do primeiro trimestre de 2011, a TVI manteve a liderança destacada no topo do consumo de televisão em Portugal ao registar uma quota líder de 34,8% de acordo com a Marktest, sendo que o segundo operador obteve 30,1% e o terceiro 29,6%.

Neste mesmo período, e no horário nobre (20h-24h), a TVI liderou igualmente com uma quota de audiência de 39,2%, ou seja mais 8,4

Prime-Time (20h-24h)



pontos que a segunda estação, e a uma distância de 14pp face à terceira.

Quer para o total do dia quer para o *prime-time*, o sentido evolutivo da TVI é positivo ou em linha, quer nas comparações evolutivas de trimestre, quer nas comparações homólogas.

No capítulo da **ficção nacional**, neste trimestre terminou a novela "**Mar de Paixão**" a qual obteve uma quota média para a

totalidade dos episódios de 44,6% (1 milhão de espectadores em média) no seu horário de *prime-time*, liderando em total de indivíduos e também nos segmentos de referência (*share* de 46,9% em donas de casa).

Em sua substituição surgiu a novela **"Anjo Meu"**, com a acção principal a desenrolar-se nos anos 80. Esta proposta foi bem recebida pelos espectadores portugueses, com os primeiros 11 episódios emitidos no trimestre a registarem uma quota média de 45,8% com base em 1,4 milhões de espectadores regulares. Esta ficção longa caracteriza-se por atrair uma forte transversalidade de públicos.

Também em *prime-time*, a novela **"Espírito Indomável"** obteve uma excelente penetração e liderança, com um *share* de 47,6%. Por seu turno, a novela **"Sedução"** registou um *share* de 41,6%. Na ficção infanto-juvenil, **"Morangos com Açúcar"** continua a ser o programa líder no seu *target* de referência: 59,7% nos indivíduos com idades entre os 4 e 24 anos.

Na **informação**, a principal oferta da estação continuou a mostrar bons sinais de presença importante junto do consumidor: à hora de almoço o **"Jornal da Uma"** obteve uma quota média de 30,8% (de segunda a sexta-feira registou 32,3%) e o **"Jornal Nacional"**, com início pelas 20h, apresentou uma média de acima de um milhão de espectadores por edição o que correspondeu a uma quota de 32,2%. A edição dominical deste programa mantém o comentador mais visto e ouvido da televisão portuguesa: Marcelo Rebelo de Sousa, obtendo no período uma audiência média superior a 1,3 milhões de indivíduos e 43,5% de *share* no pico do *prime-time*.

Neste trimestre a grande reportagem do **"Repórter TVI"** manteve-se como o programa regular de informação mais visto na televisão portuguesa com uma audiência média acima de 1,3 milhões de indivíduos e uma quota de 41,7%.

No que respeita ao **desporto**, neste primeiro período do ano a TVI transmitiu 10 encontros da Liga Portuguesa de Futebol, os quais registaram uma audiência média de 1,1 milhões de espectadores – 40,3% em total de indivíduos e 50,4% nos masculinos.

No **entretenimento**, Cristina Ferreira e Manuel Luís Goucha mantêm-se como os mais vistos, através da apresentação do *Talk-show*

"Você na TV", o qual obteve uma quota líder de 37,8% (mais de 300 mil espectadores por emissão e 39,3% na quota em donas de casa). Esta dupla teve igualmente um papel significativo na apresentação de **"Uma Canção para Ti"**, programa que na sua edição de 2011 liderou nas noites de Domingo. As seis emissões do trimestre obtiveram uma audiência média de quase um milhão de espectadores o que levou a um *share* médio de 41,1%.

Nas tardes de segunda a sexta-feira, Fátima Lopes e o seu **"A Tarde é Sua"** mantêm a liderança da TVI ao registar uma quota de 35,8% (37,8% em donas de casa). Ainda no entretenimento, a TVI apresentou dois especiais conduzidos por Fátima Lopes: **"Juntos por Si"**, emitido a 15 de Março (38,6% de *share*) e **"Madeira em Flor"** (35,3% de quota).

À noite, a TVI apresentou nos primeiros três meses do ano uma nova série de **"Depois da Vida"**, apresentado por Iva Domingues. A emissão de sexta-feira deste programa manteve a liderança habitual de um produto de grande impacto, com uma quota de audiência de 47,8% e 600 mil espectadores.

Na **programação internacional**, o destaque vai para a estreia de grandes séries no período da noite da estação: a mini-série **"Pilares da Terra"** (35,4% de *share*) e a série **"O Rosto da Mentira"** (32,8%). Ao fim de semana a estação retomou as boas séries de acção com a estreia de **"Havai: Força Especial"** a qual tem no período uma quota de 29% (35,3% dos 4 aos 24 anos).

Na oferta de **cinema** a estação continua a apresentar os melhores títulos nas tardes de fim-de-semana: no conjunto dos filmes apresentados obteve uma quota média de 29,5% ao Sábado e 32,7% ao Domingo.

Dentro do habitual há mais de uma década, a TVI garantiu a 27 de Fevereiro a transmissão em sinal aberto da cerimónia de atribuição dos **Óscares** e registou 39,2% de *share* em total de indivíduos e 48,1% em ABC1 com idades entre os 25 e os 54 anos.

TVI24

Neste período o canal TVI24 voltou a estar em evidência, com o acompanhamento cuidadoso dos grandes acontecimentos internacionais e nacionais. Na comparação homóloga verifica-se

que este foi o melhor 1º trimestre de sempre da estação, a qual iniciou emissões em Fevereiro de 2009.

Para o período o valor médio de quota entre os canais portugueses especializados em notícias, foi de 14,9% no total do dia e em *prime-time* este valor subiu para os 17,3%, com uma estrutura de grelha muito estável mas sempre flexível para a grande actualidade. Diariamente este canal atrai uma audiência total de 720 mil espectadores e no horário nobre entre as 20 e as 24 horas o canal regista um contacto total de 420 mil espectadores.

Na oferta programática, o destaque vai para a cobertura efectuada nas Presidenciais em Janeiro (audiência total de 671 mil indivíduos), Jornal de Domingo (683 mil), Mais Futebol (209 mil), Prolongamento (207 mil), Jornal do Dia (176 mil), Edição das Dez (155 mil), Especiais de Informação (113 mil), e Edição das Sete e Jornal da Tarde com 104 mil indivíduos.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de **desempenho financeiro**, e não obstante o difícil enquadramento económico, o segmento de Televisão conseguiu uma subida homóloga de 3% nos seus proveitos operacionais totais. As **receitas de publicidade** recuaram 6% face ao ano transacto. A Media Capital estima que o mercado publicitário em sinal aberto terá recuado cerca de 8% face ao primeiro trimestre de 2010.

Todavia, os **outros proveitos** no segmento de Televisão subiram 53%, representando agora 22% do total de proveitos operacionais e mais do que compensando o recuo da publicidade. A contribuir para este desempenho é de destacar

o incremento substancial de proveitos associados a chamadas de valor acrescentado e, numa menor dimensão, dos direitos de transmissão. Os proveitos com chamadas de valor acrescentado em 2011 incluem uma componente de *gross-up* relacionada com alguns custos associados e que em 2010 só se verificou a partir de Junho. Ainda assim, excluindo este efeito, os outros proveitos operacionais teriam crescido mais de 40% face ao período homólogo.

Os **custos operacionais** subiram 7% face ao ano transacto. Todavia, tendo em linha de conta o efeito de *gross-up* atrás referido, bem como transacções intragrupo relacionadas com *fees* de gestão, a evolução seria de 3%. Estes 3% encontram justificação nos custos de programação, com estes a subirem 3%. Esta evolução resulta de uma cuidada política que permitiu compensar quase na totalidade o acréscimo de encargos decorrente de dois efeitos: (i) a TVI passar a deter direitos de emissão da Superliga (o que não sucedia na época anterior); e (ii) a aposta numa cobertura de referência das eleições presidenciais. Esta evolução foi parcialmente compensada através da redução de custos ao nível da restante programação nacional e internacional.

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

A combinação da evolução dos proveitos e dos custos resultou num **EBITDA** de € 5,4 milhões, que compara com € 6,3 milhões no 1T10, com a margem respectiva a passar de 18,3% para 15,1%.



3. Produção Audiovisual

milhares de €	1T 2011	1T 2010	Var %
Proveitos Operacionais	19.276	20.597	-6%
Publicidade	0	0	n.a.
Outros proveitos	19.276	20.597	-6%
Custos Operacionais, ex D&A	17.963	19.187	-6%
EBITDA	1.313	1.411	-7%
Margem EBITDA	6,8%	6,8%	0,0pp
Amortizações	708	658	8%
Resultado Operacional (EBIT)	605	752	-20%

O segmento de produção audiovisual atingiu no período em análise um total de proveitos operacionais de € 19,3 milhões.

No que respeita a **proveitos operacionais**, a actividade em Espanha registou uma redução, sobretudo a nível da produção para televisões generalistas, exceptuando a Telecinco. Esta situação não foi compensada pela maior actividade relacionada com (i) a gestão de televisões autonómicas; (ii) cinema e (iii) produção para a Vme, a quarta cadeia de televisão norte-americana dirigida ao mercado hispânico.

Quanto às operações em Portugal, os proveitos operacionais subiram, ao nível de produções televisivas e da prestação de serviços e meios técnicos.

Em resultado do menor nível de actividade agregado, e apesar da redução de custos, o **EBITDA** acabou impactado de forma negativa, recuando para € 1,3 milhões, embora seja de assinalar a manutenção da margem, em 7%.

4. Entretenimento

milhares de €	1T 2011	1T 2010	Var %
Proveitos Operacionais	3.525	5.437	-35%
Música & Eventos	753	1.746	-57%
Cinema & Video	2.773	3.692	-25%
Custos Operacionais, ex D&A	3.618	5.990	-40%
EBITDA	(93)	(552)	-83%
Margem EBITDA	-2,6%	-10,2%	7,5pp
Amortizações	32	37	-14%
Resultado Operacional (EBIT)	(125)	(589)	-79%

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 de 35%, com a actividade de Música & Eventos a recuar 57%, ao passo que os proveitos na actividade

de Cinema & Vídeo observaram uma descida de 25%.

Na actividade de **Música & Eventos**, à continuação da queda estrutural do mercado físico (sem valores finais, mas duplo dígito), correspondeu uma redução da venda de CD's de 64%, impactado por devoluções relativas a vendas. Entre as unidades mais vendidas pela Farol, destacam-se títulos como "Memórias Esquecidas – Beto", "M80 – todos êxitos dos anos 70, 80 e 90 – Vários Artistas", "HIT Love – Vários Artistas", e "Pára, Escuta e Olha – André Sardet". Nas restantes receitas desta unidade de negócio a redução observada ao nível do agenciamento não foi compensada com maiores proveitos ao nível de direitos conexos.

Na actividade de **Cinema**, o mercado apresentou uma quebra de 20% em receita bruta de bilheteira (RBB), com um recuo de 21% no número de espectadores e uma subida de 1% do preço médio. A quebra ao nível do volume não corresponde tanto a uma maior fraqueza estrutura do mercado mas antes à diferença da oferta de filmes disponíveis entre um e outro período. A título ilustrativo, o filme mais visto no período homólogo de 2010 ("Avatar") representou um total de € 4,5 milhões, ou seja equivalente a 25% da RBB dos primeiros três meses de 2011.

A CLMC atingiu 15% de quota de mercado em valor (27% em 1T10). Esta redução de quota prende-se essencialmente com o impacto extraordinário da super produção "Avatar" que, embora com estreia em finais de 2009, obteve resultados com impacto relevante em 2010, sendo o filme mais visto de sempre nas salas

de cinema nacionais. Em 2011 os títulos em destaque e com bom desempenho foram "Cisne Negro", "As Viagens de Gulliver", "O Amor é o Melhor Remédio" e "127 Horas".

No que respeita ao **Vídeo**, o mercado do vídeo continua em retracção, recuando 24% no trimestre. O decréscimo em valor é influenciado pela baixa de preço médio (-14% vs. período homólogo). Pela elasticidade de preço resulta um menor impacto em unidades (tvh de -12%). A destacar ainda a *performance* do formato *Blu-ray* que apesar de contribuir positivamente para o mercado, apenas representa 3% do volume total.

Neste enquadramento, a CLMC registou um bom desempenho ao nível do Vídeo, com um crescimento dos proveitos de 8%, sobretudo via venda directa, como resultado de acções especiais realizadas junto de outros grupos de média.

Ainda na CLMC, as vendas do catálogo independente para canais *pay-tv* e receitas de *Video-on-demand* tiveram igualmente uma contribuição positiva na comparação face ao período homólogo.

Os **custos operacionais** do segmento registaram uma queda de 40%, resultando quer da reorganização na área de vídeo quer do menor volume de negócios.

O segmento Entretenimento obteve assim um **EBITDA** de € -0,1 milhões, resultado que compara favoravelmente com o valor de € -0,6 milhões obtidos no período homólogo.



5. Rádio

milhares de €	1T 2011	1T 2010	Var %
Proveitos Operacionais	3.372	2.612	29%
Publicidade	2.803	2.423	16%
Outros proveitos	569	189	201%
Custos Operacionais, ex D&A	3.210	3.080	4%
EBITDA	162	(468)	n.a.
Margem EBITDA	4,8%	-17,9%	22,7pp
Amortizações	488	556	-12%
Resultado Operacional (EBIT)	(327)	(1.024)	-68%

O Bareme referente ao primeiro trimestre continuou a evidenciar o excelente desempenho já observado nos períodos anteriores.

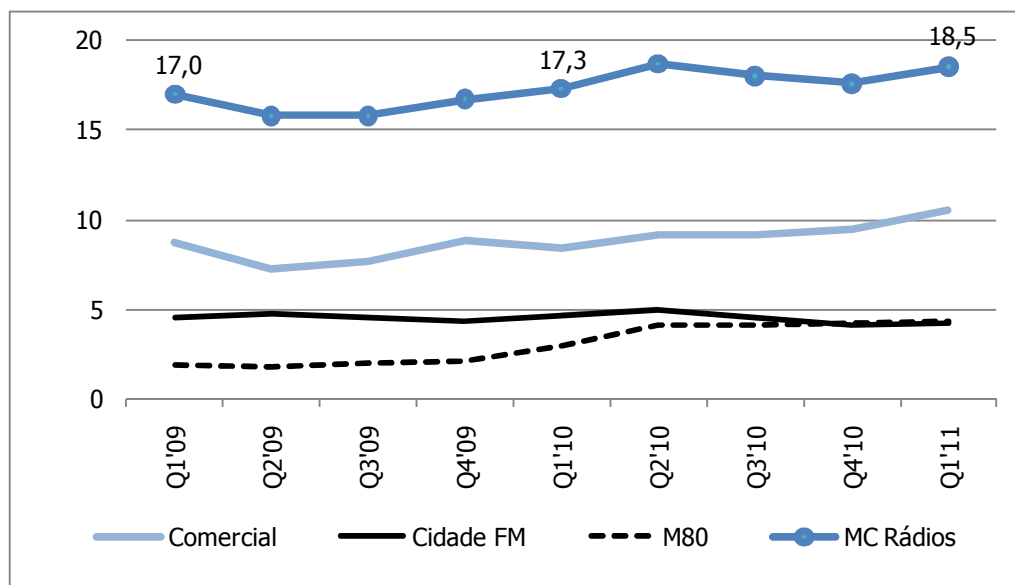
Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou um **share de audiência de 25,7%**, o mais elevado de sempre num primeiro trimestre, e correspondendo à sétima variação homóloga positiva consecutiva, comparando com 24,6% no trimestre homólogo.

Em termos de **audiência acumulada de véspera (AAV)**, uma métrica mais interessante na medida em que reflecte o consumo, os dados foram igualmente muito encorajadores, passando a MCR de 17,3% no 1T10 para **18,5% no 1T11**, valor que historicamente é o mais elevado de sempre para um primeiro trimestre. A este respeito, o consumo de rádio

(mercado) aumentou, ainda que ligeiramente, face ao 1T10 (1%). Relativamente à Rádio Comercial, há ainda a assinalar que pela primeira vez obteve uma AAV superior a 10%, atingindo inclusive 10,5%, correspondendo assim a um ganho de 25% do número de ouvintes. Por seu turno, a m80 continuou numa trajectória ascendente, ao atingir uma AAV de 4,3%, percentagem que é a mais alta de sempre e que compara com 3,0% no trimestre homólogo.

No seguimento da reorganização e optimização dos seus activos, já em 2011 (Janeiro) surgiu a Vodafone FM, projecto que utiliza a anterior rede transmissora da Romântica FM. O Grupo continua apostado em surpreender o mercado com projectos e conceitos inovadores que acrescentem valor a accionistas e demais *stakeholders*.

Audiência Acumulada de Véspera Trimestral (%)



Fonte: Marktest

Os **proveitos de publicidade** da MCR subiram 16% face ao 1T10. Não estando disponíveis os dados de mercado, é com segurança que a MCR estima ter registado novamente um incremento relevante da quota de mercado junto dos anunciantes.

Quanto aos **custos operacionais** deste segmento, estes subiram 4% no trimestre, em virtude de maiores custos com publicidade, sendo no entanto expectável que a evolução seja mais favorável nos próximos trimestres.

Face ao descrito e na senda do esforço colocado na optimização da carteira de formatos de rádio (ao nível de proveitos e

custos), o **EBITDA** deste segmento melhorou significativamente de € -0,5 milhões no 1T10 para € 0,2 milhões no 1T11, com a margem a atingir 5%.

No que respeita à presença das rádios no universo *online*, a *performance* das marcas da MCR melhorou em mais 180% no número de *page views*, tendo o número de *unique users* mantido acima dos 2,5 milhões de média mensal. O Cottonete, *site* líder de música online, subiu o seu número de *page views*, registando uma média mensal de 6,7 milhões, contando com mais de um milhão de *unique users* mensais.

6. Outros



milhares de €	1T 2011	1T 2010	Var %
Proveitos Operacionais	4.369	3.290	33%
Publicidade	810	783	3%
Outros proveitos operacionais	3.559	2.507	42%
Custos Operacionais, ex D&A	4.337	3.766	15%
EBITDA	32	(476)	n.a.
Margem EBITDA	0,7%	-14,5%	15,2pp
Amortizações	140	174	-20%
Resultado Operacional (EBIT)	(108)	(651)	-83%

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

O portal IOL e a rede de sites MCM registaram melhor tráfego de sempre referente a um primeiro trimestre, com uma média de 158 milhões de páginas visualizadas por mês, o que representa um acréscimo de 7% face ao período homólogo. O número médio mensal de utilizadores foi de 3,5 milhões, valor em linha com o do ano passado. A justificar este desempenho destacamos, entre os vários projectos:

- **"TVI24"**: +44% em *pageviews* (PV) e +69% em visitas;
- **"TVI"**: +42% em PV e +51% em visitas;
- **"Mais futebol"**: +23% em PV; +30% em visitas;
- **"Lux"**: +62% em PV, +74% em visitas;
- **"Agência Financeira"**: +35% em PV e 42% em visitas.

Durante o primeiro trimestre de 2011, realizaram-se os dois últimos concertos do MySpace OK Teleseguros Tour com Tiago Bettencourt, em Santarém e Coimbra. Foi ainda anunciada uma nova parceria do MySpace, desta vez com a Adidas para o MySpace Adidas Trends, com concertos a realizar em Abril e Setembro.

Ao nível do *e-commerce*, o site www.euqueroumdestes.com fez diversas campanhas promocionais, dando continuidade à sua actividade e reforçando a sua notoriedade no mercado.

No que diz respeito à presença *Online*, foram lançados novos sites, tanto para suportar novos conteúdos da TVI, - o programa "Uma Canção Para Ti" e a novela "Anjo Meu", bem como para explorar acontecimentos relevantes, tais como os Óscares e o Dia dos Namorados.

Finalmente, deu-se neste trimestre a entrada da Media Capital no mundo das aplicações móveis, com o lançamento das *apps* TVI24 para iPad, iPhone e iPod. Com dezenas de milhares de *downloads* em poucas semanas, uma posição de referência no *ranking* da iTunes Appstore, muitas vezes em 1º lugar no *ranking* nacional e no *ranking* das notícias *app*, esta entrada foi um sucesso e criou uma motivação adicional para continuar durante 2011 a colocar mais marcas do universo Media Capital nas diferentes plataformas móveis.

As **receitas publicitárias** subiram 3% face ao ano transacto, derivado do bom desempenho de volume acima mencionado.

Por seu turno, o comportamento dos **outros proveitos operacionais** encontra justificação na variação de débitos intra-grupo entre os dois períodos em análise. Da mesma forma, o incremento de 15% dos **custos operacionais** reflecte transacções intra-grupo, não sendo por isso sinónimo de subida de custos centrais ou da actividade de internet.

O **EBITDA** ajustado do segmento foi ligeiramente positivo (€ 32 milhares), o que compara com € -0,5 milhões em 1T10.



7. Ajustamentos de Consolidação

milhares de €	1T 2011	1T 2010	Var %
Proveitos Operacionais	(12.665)	(11.413)	11%
Publicidade	(305)	(236)	29%
Outros proveitos operacionais	(12.360)	(11.177)	11%
Custos Operacionais, ex D&A	(12.677)	(11.245)	13%
EBITDA	12	(168)	n.a.
Margem EBITDA	-0,1%	1,5%	-1,6pp
Amortizações	0	0	n.m.
Resultado Operacional (EBIT)	12	(168)	n.a.

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



8. Cash Flow

milhares de €	1T 2011	1T 2010	Var %
Recebimentos	62.973	58.826	7%
Pagamentos	(66.551)	(74.485)	-11%
Fluxos das actividades operacionais (1)	-3.578	-15.658	-77%
Recebimentos	1.172	6.520	-82%
Pagamentos	(2.743)	(13.302)	-79%
Fluxos das act. de investimento (2)	-1.571	-6.782	-77%
Recebimentos	48.466	15.615	210%
Pagamentos	(56.404)	(6.928)	n.m.
Fluxos das act. de financiamento (3)	-7.938	8.687	n.a.
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(13.087)	(13.753)	-5%
Caixa e equivalentes no início do período	23.579	20.556	15%
Caixa e equivalentes no final do período	10.492	6.803	54%

O **cash flow das actividades operacionais** atingiu os € -3,6 milhões, que compara com € -15,7 milhões em igual período de 2010. A contribuir decisivamente para esta evolução esteve a actividade de Produção Audiovisual, nomeadamente a actividade em Espanha.

O **cash flow das actividades de investimento** passou de € -6,8 milhões para € -1,6 milhões. Analisando o *cash-flow*

respeitante a pagamentos de imobilizado corpóreo e incorpóreo, este ascendeu a € -2,1 milhões, valor que compara com € -2,7 milhões no ano transacto.

O **cash flow das actividades de financiamento** apresentou um valor de € -7,9 milhões, reflectindo o desempenho das actividades operacionais e de investimento.



9. Endividamento

milhares de €	Mar 2011	Dez 2010	Abs Var	% Var
Dívida financeira	107.229	128.866	(21.637)	-17%
Empréstimos bancários / Papel comercial	103.474	124.096	(20.622)	-17%
Outro endividamento	3.755	4.770	(1.015)	-21%
Caixa & equivalentes	10.492	20.556	(10.064)	-49%
Dívida líquida	96.737	108.310	(11.572)	-11%

Em função dos movimentos acima descritos, o **endividamento líquido** do Grupo Media Capital registou uma redução de 11% ou € 11,7 milhões face a Dezembro de 2010, situando-se no final de Março em € 96,7 milhões. De salientar que, como habitualmente, o valor da dívida inclui o justo valor dos derivados contratados, bem como

leasings, num valor global de € 3,8 milhões no final do trimestre. O endividamento líquido **ajustado** dos empréstimos à Promotora de Informaciones, S.A. **atingiu € 78,1 milhões** no final do período, que compara com € 73,1 milhões no final do ano transacto, mantendo o Grupo Media Capital uma confortável estrutura de capital.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA
EM 31 DE MARÇO DE 2011 E 31 DE DEZEMBRO DE 2010

(Montantes expressos milhares de Euros)

ACTIVO	31.03.2011	31.12.2010
ACTIVOS NÃO CORRENTES:		
Goodwill	167.113	167.113
Activos intangíveis	19.955	20.320
Activos tangíveis	29.588	30.645
Investimentos em associadas	63	66
Activos disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	52.775	54.594
Outros activos não correntes	1.440	1.448
Impostos diferidos activos	5.540	5.543
	<u>276.482</u>	<u>279.737</u>
ACTIVOS CORRENTES:		
Direitos de transmissão de programas de televisão	11.953	12.168
Existências	1.175	1.047
Clientes e contas a receber	52.847	53.328
Activos por imposto corrente	1.369	758
Outros activos correntes	39.587	36.197
Caixa e seus equivalentes	10.492	23.579
	<u>117.423</u>	<u>127.077</u>
TOTAL DO ACTIVO	<u><u>393.905</u></u>	<u><u>406.814</u></u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital	89.584	89.584
Reservas	29.287	23.124
Resultado líquido do período	1.924	12.400
Capital próprio atribuível aos accionistas maioritários da empresa mãe	120.795	125.108
Capital próprio atribuível a interesses sem controlo	4.262	4.023
Total do Capital Próprio	<u>125.057</u>	<u>129.131</u>
PASSIVO:		
PASSIVO NÃO CORRENTE:		
Empréstimos	69.441	32.668
Provisões	7.952	7.868
Outros passivos não correntes	13.672	13.555
Impostos diferidos passivos	1.612	1.612
Instrumentos financeiros derivados	1.288	2.083
	<u>93.965</u>	<u>57.786</u>
PASSIVO CORRENTE		
Empréstimos	36.500	78.978
Fornecedores e contas a pagar	68.404	73.179
Passivos por imposto corrente	1.256	905
Outros passivos correntes	68.723	66.835
	<u>174.883</u>	<u>219.897</u>
Total do Passivo	<u>268.848</u>	<u>277.683</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u><u>393.905</u></u>	<u><u>406.814</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2011 E 2010

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2011</u>	<u>31.03.2010</u>
PROVEITOS OPERACIONAIS:		
Prestações de serviços	43.361	47.393
Vendas	1.907	2.648
Outros proveitos operacionais	8.281	5.175
Total de proveitos operacionais	<u>53.549</u>	<u>55.216</u>
CUSTOS OPERACIONAIS:		
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(7.885)	(7.379)
Fornecimentos e serviços externos	(22.005)	(25.123)
Custos com pessoal	(16.398)	(15.857)
Amortizações	(2.855)	(2.837)
Provisões e perdas de imparidade	(219)	(244)
Outros custos operacionais	(215)	(530)
Total de custos operacionais	<u>(49.577)</u>	<u>(51.970)</u>
Resultados operacionais	<u>3.972</u>	<u>3.246</u>
RESULTADOS FINANCEIROS:		
Custos financeiros	(1.387)	(1.863)
Ganhos financeiros	611	318
Custos financeiros líquidos	(776)	(1.545)
Ganhos e perdas em empresas associadas	(3)	(22)
Resultados antes de impostos	<u>3.193</u>	<u>1.679</u>
Imposto sobre o rendimento do período	(1.008)	(781)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>2.185</u>	<u>898</u>
Atribuível a:		
Accionistas da empresa-mãe	1.924	652
Interesses sem controlo	<u>261</u>	<u>246</u>
Resultado por acção das operações em continuação e descontinuação (€)		
Básico	0,0228	0,0077
Diluído	<u>0,0228</u>	<u>0,0077</u>
Resultado por acção das operações em continuação (€)		
Básico	0,0228	0,0077
Diluído	<u>0,0228</u>	<u>0,0077</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2011 E 2010

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2011</u>	<u>31.03.2010</u>
<u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	62.973	58.826
Pagamentos a fornecedores	(38.865)	(46.605)
Pagamentos ao pessoal	(15.949)	(15.512)
Fluxos gerados pelas operações	8.159	(3.291)
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(11.737)	(12.367)
Fluxos das actividades operacionais (1)	<u>(3.578)</u>	<u>(15.658)</u>
<u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Vendas de activos tangíveis	61	29
Vendas de activos intangíveis	-	200
Empréstimos concedidos	1.066	6.153
Juros e proveitos similares	45	4
	<u>1.172</u>	<u>6.386</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	-	(584)
Aquisição de activos tangíveis	(2.012)	(2.438)
Aquisição de activos intangíveis	(72)	(280)
Empréstimos concedidos	(659)	(10.000)
	<u>(2.743)</u>	<u>(13.302)</u>
Fluxos das actividades de investimento (2)	<u>(1.571)</u>	<u>(6.916)</u>
<u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos	48.466	15.615
Dividendos	-	133
	<u>48.466</u>	<u>15.748</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(54.791)	(5.621)
Amortização de contratos de locação financeira	(334)	(237)
Juros e custos similares	(805)	(483)
Outras despesas financeiras	(474)	(586)
	<u>(56.404)</u>	<u>(6.927)</u>
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<u>(7.938)</u>	<u>8.821</u>
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(13.087)	(13.753)
Caixa e seus equivalentes no início do período	23.579	20.556
Caixa e seus equivalentes no fim do período	10.492	6.803