



Resultados de janeiro a setembro de 2018

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.

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 Coletiva n.º 502 816 481 | Capital Social: 89.583.970,80 euros

RESULTADOS DOS PRIMEIROS NOVE MESES DE 2018

O Grupo Média Capital apresenta resultados líquidos de € 12,1 milhões, 25% acima do ano anterior

- Nos primeiros nove meses do ano, o Grupo Média Capital manteve a liderança e rentabilidade, fortalecendo desta forma a sua posição no competitivo setor dos média nacionais.
- Os rendimentos de **publicidade** subiram 2% face ao período comparável do ano transato.
- O **EBITDA** alcançou os € 24,5 milhões, 8% acima do conseguido nos primeiros nove meses de 2017.
- Os **resultados financeiros** melhoraram 32%, em resultado do menor volume médio de dívida líquida, da redução do respetivo custo e de variações cambiais.
- Por segmentos, a **Televisão** registou um EBITDA de € 18,8 milhões. A **TVI** registou em setembro o 146º mês consecutivo de liderança de audiências em televisão, registando uma média de quota de 20,2% no total do dia e de 23,9% no horário nobre. A diferença face ao segundo canal mais visto foi de 3,9pp no primeiro caso e de 3,4pp no último.
A liderança da TVI em audiências mantém-se quando analisado por grupos de canais (TVI, TVI24, TVI Ficção e TVI Reality), com 23,3% no total do dia e 26,4% em horário nobre, mais 3,3pp e 2,6pp, respetivamente, do que o segundo grupo de canais com maior audiência, não obstante a TVI dispor de um menor número de canais.
- O segmento de **Rádio** voltou a melhorar o EBITDA, desta feita em 25%, tendo ascendido a € 4,6 milhões, com uma margem 32,9%. É de destacar o reforço das audiências, com uma quota líder de 37,6% - 2,1pp acima do principal grupo concorrente, suportado pela Rádio Comercial (24,9%), e pelo excelente desempenho da M80, que reforça a posição de terceira estação mais ouvida em Portugal (*share* de 9,2%).
- Na área **Digital**, o ano está a ser pautado por uma forte melhoria dos seus resultados a nível de audiências e receitas. Na comparação com o período homólogo, o número de visitas, páginas vistas e vídeos visionados subiu 14%, 15% e 39%, respetivamente, contribuindo decisivamente para os 16% de crescimento da publicidade.
- É de assinalar ainda o desempenho ao nível da **geração de caixa**, com uma melhoria do *cash flow* operacional de € 13,0 milhões (9M 2017) para € 24,5 milhões (9M 2018), bem como da dívida líquida, que reduziu € 17,7 milhões face ao observado no final do terceiro período de 2017. Desta forma, a dívida líquida atingiu, no final de setembro de 2018, € 93,1 milhões.

Queluz de Baixo, 29 de outubro de 2018

Nota introdutória: Os valores de 2017 são apresentados pro-forma, retroagindo o impacto da adoção do IFRS 15 a partir de 1 de janeiro de 2018, referente ao registo de rendimentos procedentes de contratos com clientes. Este novo normativo implicou alterações na apresentação de linhas de rendimento específicas, o que originou uma subida de rendimentos e gastos operacionais, em igual montante, não afetando portanto o EBITDA nem a geração de fluxos de caixa. Em termos de segmento, o único afetado é o de televisão.

Impacto do IFRS 15 nos números pro-forma de 2017

milhares de €	3T 2017 PF	9M 2017 PF
Impacto IFRS 15		
Rendimentos operacionais	2.320	7.148
Gastos Operacionais	2.320	7.148



1. Demonstração de Resultados Consolidados

milhares de €	9M 2018	9M 2017 PF	Var %	3T 2018	3T 2017 PF	Var %
Total de Rendimentos Operacionais	126.003	122.456	3%	39.127	38.594	1%
Televisão	103.852	101.969	2%	32.484	31.846	2%
Produção Audiovisual	23.352	20.844	12%	7.638	8.325	(8%)
Rádio	13.853	13.227	5%	4.317	4.084	6%
Outros	11.976	11.660	3%	3.957	3.855	3%
Ajustamentos de Consolidação	(27.030)	(25.244)	(7%)	(9.269)	(9.516)	3%
Total de Gastos Operacionais ex-D&A	101.512	99.711	2%	34.063	33.180	3%
EBITDA	24.490	22.745	8%	5.063	5.414	(6%)
Margem EBITDA	19,4%	18,6%	0,9pp	12,9%	14,0%	(1,1pp)
Televisão	18.797	19.712	(5%)	4.010	4.575	(12%)
Produção Audiovisual	265	(1.627)	N/A	162	43	280%
Rádio	4.559	3.650	25%	1.052	1.053	(0%)
Outros	178	347	(49%)	(59)	(70)	15%
Ajustamentos de Consolidação	691	663	4%	(101)	(187)	46%
Depreciações e Amortizações	4.950	5.785	(14%)	1.921	1.947	(1%)
Resultados Operacionais (EBIT)	19.541	16.960	15%	3.142	3.467	(9%)
Resultados Financeiros (Líquidos)	(2.343)	(3.433)	32%	(727)	(1.099)	34%
Res. Antes de Imp. e Int. s/ Controlo	17.198	13.527	27%	2.415	2.368	2%
Impostos sobre o Rendimento	(5.117)	(3.838)	(33%)	(825)	(998)	17%
Res. Líquido Operações em Continuação	12.081	9.690	25%	1.589	1.370	16%
Resultado Líquido do Período	12.081	9.690	25%	1.589	1.370	16%

Nos primeiros nove meses de 2018, os **rendimentos operacionais** subiram 3%, atingindo os € 126,0 milhões (€ 122,5 milhões no período homólogo). No trimestre, verificou-se uma subida de 1%. Os **gastos operacionais**, excluindo amortizações e depreciações, registaram uma subida de 2%, passando de € 99,7 milhões para € 101,5 milhões. No trimestre, o incremento foi de 3%, para € 34,1 milhões.

O **EBITDA consolidado** do Grupo foi de € 24,5 milhões, melhorando 8% relativamente a 2017. No

terceiro trimestre houve uma redução de 6%, para € 5,1 milhões. A margem EBITDA acumulada melhorou de 18,6% para 19,4% (redução de 14,0% para 12,9% no trimestre).

Quanto ao **resultado operacional** (EBIT), este atingiu € 19,5 milhões, que compara com € 17,0 milhões em 2017 (+15%). No trimestre houve uma queda de 9%, para € 3,1 milhões.

Os **resultados financeiros (líquidos)** melhoraram 32%, para € -2,3 milhões, por via da redução dos

encargos com juros (menor dívida líquida média e menor custo associado) e da valorização do euro.

O **resultado líquido** acumulado foi de € 12,1 milhões, 25% acima do verificado no ano anterior. No trimestre, o resultado líquido subiu 16% para € 1,6 milhões.



milhares de €	9M 2018	9M 2017 PF	Var %	3T 2018	3T 2017 PF	Var %
Rendimentos Operacionais	126.003	122.456	3%	39.127	38.594	1%
Publicidade	84.548	82.989	2%	25.948	25.887	0%
Outros Rendimentos Operacionais	41.454	39.467	5%	13.178	12.707	4%

Nos primeiros nove meses de 2018, os **rendimentos de publicidade** tiveram uma evolução positiva, tendo ficado 2% acima do valor atingido em 2017 (0% no 3T). No segmento de Televisão, a publicidade registou uma variação positiva de 1% (-1% no 3T). No segmento de Rádio verificou-se uma subida de 3% (+5% no 3T), enquanto que no segmento Outros (que inclui as áreas do Digital, Música e Eventos, assim como a holding e os serviços partilhados do Grupo), houve uma

melhoria relevante de 16% em termos homólogos (+12% no 3T).

Os **outros rendimentos operacionais**, compostos essencialmente por rendimentos de produção audiovisual, serviços multimédia e rendimentos de cedência de sinal, cresceram 5% (+4% no trimestre), beneficiando de mais rendimentos associados à cedência de sinal, serviços multimédia e eventos.



2. Televisão

milhares de €	9M 2018	9M 2017 PF	Var %	3T 2018	3T 2017 PF	Var %
Rendimentos Operacionais	103.852	101.969	2%	32.484	31.846	2%
Publicidade	69.075	68.207	1%	21.057	21.259	(1%)
Outros Rendimentos	34.776	33.763	3%	11.427	10.587	8%
Gastos Operacionais, ex D&A	85.055	82.258	3%	28.473	27.270	4%
EBITDA	18.797	19.712	(5%)	4.010	4.575	(12%)
Margem EBITDA	18,1%	19,3%	(1,2pp)	12,3%	14,4%	(2,0pp)
Depreciações e Amortizações	1.893	2.150	(12%)	656	699	(6%)
Resultado Operacional (EBIT)	16.904	17.562	(4%)	3.354	3.876	(13%)

O conjunto dos canais TVI, TVI24, TVI Ficção e TVI Reality liderou os primeiros nove meses de 2018 com uma quota de audiência de 23,3% no total do dia e 26,4% no horário nobre (20h-24h). Esta liderança estendeu-se ao *target* comercial Adultos (24,2% em *all day* e 27,1% em *prime time*).

All Day (%)	UNIVERSO	ADULTOS
Grupo TVI	23,3	24,2
Grupo SIC	20,0	20,7
Grupo RTP	16,4	17,1
Prime Time (%)	UNIVERSO	ADULTOS
Grupo TVI	26,4	27,1
Grupo SIC	23,8	24,5
Grupo RTP	15,8	16,3



Relativamente ao canal generalista, a TVI mantém a posição de canal mais visto da televisão nacional. No final de setembro, a TVI atingiu os 146 meses consecutivos como o canal preferido dos portugueses, liderando em quase todos os horários. De acordo com a GfK, a estação obteve um *share* de audiência de 20,2% em total de indivíduos (Universo) e total dia, 3,9 pontos percentuais (pp) acima do seu concorrente mais próximo, e com uma diferença de 8,2 pontos para o terceiro canal mais visto. A TVI é líder neste *target* desde 2005.

A TVI é igualmente líder destacada no principal *target* comercial - indivíduos com idade igual ou superior a 15 anos (Adultos) - no qual regista

21,1%, o que equivale a 4,1 e 8,4 pontos percentuais acima dos dois concorrentes mais próximos.

No que respeita ao horário nobre, e em Universo, a TVI garantiu igualmente a primeira posição, com uma quota de 23,9%, o que representa uma vantagem de 3,4 pp de *share* sobre o segundo canal e 12,1 pp sobre o terceiro. A TVI é líder neste slot horário e *target* desde 2001.

Situação equivalente verificou-se no horário nobre do *target* comercial Adultos, no qual a TVI captou 24,5% da audiência, com a segunda e a terceira posição a registarem 21,2% e 12,3%, respetivamente.

No período em análise, a TVI apresentou a estrutura habitual de grelha nos grandes géneros televisivos, predominando o entretenimento, a ficção e a informação. Já no terceiro trimestre, reforçou-se a aposta em conteúdos de desporto, através da aquisição de direitos da “UEFA Champions League”.

Na **ficção**, a TVI reafirmou-se como sendo a primeira opção dos portugueses nos vários horários das novelas nacionais. “Valor da Vida”, estreada dia 30 de setembro, obteve o primeiro lugar entre os programas mais vistos da televisão. Este primeiro episódio registou uma audiência média de 1 milhão e 115 mil espectadores correspondendo a um *share* de 25,0%. “A Herdeira”, recentemente terminada, registou ao longo de um ano de emissão, uma audiência média de 1 milhão e 280 mil espectadores e um *share* de 28,3%, sendo a novela mais vista em Portugal neste período. A novela “Jogo Duplo” lidera no seu horário de exibição, com uma audiência média de 816 mil espectadores e um *share* de 23,5%. Estreada em setembro, a série “Onde Está Elisa?” obteve uma audiência média de 476 mil espectadores e um *share* de 21,7%.

No **entretenimento**, os programas da TVI superaram a concorrência. Há a destacar “Pesadelo na Cozinha”, que estreou a segunda temporada no mês de setembro, obtendo excelentes resultados, liderando aos domingos à noite, com uma audiência média de 1 milhão e 357 mil espectadores e um *share* de 32,0%. De salientar, também, os excelentes resultados do programa “Conta-me Como És”, apresentado por Fátima Lopes e emitido ao início das tardes de sábado, que registou um substancial crescimento para a estação nesse horário. “Apanha se Puderem” continua a liderar de forma muito destacada ao final da tarde, com uma quota de 21,3% e uma audiência média de 709 mil espectadores. É de destacar ainda o fim de “A Tua Cara Não Me É Estranha”, que obteve excelentes resultados ao fim-de-semana.

No **desporto**, a transmissão da “UEFA Champions League” em setembro, obteve um *share* líder de 39,4% a que corresponde uma audiência média de 1 milhão e 789 mil indivíduos. No *target* masculinos, o *share* sobe para 49,2%.

Os noticiários da TVI continuam a assumir a liderança da **informação**, quer ao início da tarde com o “Jornal da Uma”, quer à noite com o “Jornal das 8”, sendo os programas de informação de referência no panorama nacional.

A **TVI24** mantém a liderança no *prime time* entre os canais de informação, com uma audiência média de 65 mil espectadores. Nestes primeiros 9 meses de 2018, dos 25 programas mais vistos nos canais de notícias, 19 são da TVI24.

O canal **TVI Reality** ocupa o 24º lugar do *ranking*, num total de 150 canais, atingindo uma audiência total de 318 mil espectadores.

Relativamente às **vendas de conteúdos**, no terceiro trimestre foi atingido o recorde de exibição da ficção da TVI, alcançando 75 países. A segunda temporada de “A Única Mulher” estreou a 17 de setembro em 14 países francófonos de África, com os atores da novela a marcarem presença nos eventos que oficializaram o início da temporada na Costa do Marfim. “Ouro Verde” e “A Única Mulher” foram vendidos para o mercado norte-americano e para diversos países do leste europeu. Já a novela “A Herdeira”, foi vendida para Angola e Moçambique, ao passo que as minisséries da TVI foram vendidas para o mercado de VOD e SVOD nos EUA.

Os canais TVI continuam a aumentar a presença **internacional**. No terceiro trimestre, a TVI Internacional e a TVI Ficção passaram a estar disponíveis em mais uma plataforma no Luxemburgo. Também na Suíça subiu para três o número de plataformas em que os canais TVI estão disponíveis. Em França, a terceira maior operadora de cabo, a Bouygues, juntou os canais da televisão líder em Portugal ao pacote Lusófono. Nos primeiros nove meses do ano, a Alemanha juntou-se ao conjunto de países onde já está disponível a melhor ficção, a melhor informação e o melhor entretenimento da televisão líder em Portugal. A TVI Internacional é emitida em 22 territórios de todo o mundo, em mais de 40 plataformas. A TVI Ficção também passou a estar disponível em 14 territórios.

Em setembro, a TVI e a Plural conquistaram a **5ª nomeação para os International Emmy Awards**, o mais prestigiante prémio de televisão mundial, a atribuir em Nova Iorque. “Ouro Verde” é a única produção falada em língua portuguesa a ser nomeada na categoria de Melhor Telenovela. Com esta nomeação, a Plural torna-se a mais nomeada

produtora europeia para os prémios Emmy Internacionais.

Também neste período, a TVI tornou-se a primeira marca portuguesa a conquistar 1 milhão de seguidores no Youtube e a primeira televisão nacional em *followers* na rede social Instagram.

Em 2018, a TVI arrecadou vários prémios em Portugal. A novela “Ouro Verde” venceu o prémio “Autores” da Sociedade Portuguesa de Autores para “Melhor Programa de Ficção”. Com a Media Capital Digital, a TVI arrecadou 15 prémios de criatividade atribuídos pela Meios & Publicidade.

A TVI foi ainda a grande vencedora dos prémios “Troféus de Televisão”, arrecadando 16 dos 24 prémios atribuídos. Destaque para a ficção, em que a TVI arrebatou todos os prémios distribuídos na categoria de novelas (6 em 6). Na categoria de séries, 2 dos 3 prémios atribuídos foram-no para caras da TVI. No entretenimento, o *talk-show* de televisão premiado foi o “Você na TV” e os melhores apresentadores foram Fátima Lopes e Manuel Luís Goucha. Na informação, a TVI conquistou os prémios de melhor reportagem, com a investigação “O Segredo dos Deuses”, tendo Ana Leal sido considerada a melhor jornalista de televisão e José Carlos Araújo o melhor apresentador de informação. Destaque ainda para

a vitória do programa Mais Futebol, da TVI24, como melhor programa de desporto.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de desempenho financeiro, o segmento de Televisão viu os seus **rendimentos operacionais** totais subirem 2%. No terceiro trimestre, a variação foi igualmente de +2%.

Os **rendimentos de publicidade** subiram 1%, recuando 1% no terceiro trimestre em relação ao período homólogo.

Os **outros rendimentos**, que englobam entre outros, proveitos de cedência de sinal, vendas de conteúdos e serviços multimédia, subiram 3% (+8% no trimestre), beneficiando de mais rendimentos associados à cedência de sinal e serviços multimédia.

Os **gastos operacionais** aumentaram 3% (4% no trimestre). Esta subida decorre da aposta em conteúdos de maior qualidade.

A evolução combinada entre rendimentos e gastos resultou num **EBITDA** de € 18,8 milhões (-5% de variação homóloga) e margem de 18,1%. No terceiro trimestre, o EBITDA recuou 12% para € 4,0 milhões, com uma margem de 12,3% (14,4% no período comparável de 2017).



3. Produção Audiovisual

milhares de €	9M 2018	9M 2017	Var %	3T 2018	3T 2017	Var %
Rendimentos Operacionais	23.352	20.844	12%	7.638	8.325	(8%)
Publicidade	0	0	-	0	0	-
Outros Rendimentos	23.352	20.844	12%	7.638	8.325	(8%)
Gastos Operacionais, ex D&A	23.087	22.472	3%	7.477	8.283	(10%)
EBITDA	265	(1.627)	N/A	162	43	280%
Margem EBITDA	1,1%	-7,8%	8,9pp	2,1%	0,5%	1,6pp
Depreciações e Amortizações	1.839	2.422	(24%)	885	808	10%
Resultado Operacional (EBIT)	(1.574)	(4.049)	61%	(723)	(765)	5%

A Plural continua a ser um dos principais *players* do setor de produção audiovisual, com uma presença muito relevante também ao nível dos meios de produção e dos cenários. Manteve a sua posição de liderança devido não só à ficção, com a produção das novelas “A Herdeira”, “Jogo Duplo” e “Valor da Vida”, mas também ao entretenimento, neste caso através da adaptação do formato internacional “Apanha se Puderem”, concurso que tem vindo a ser líder de audiências na faixa das 19h00.

Em setembro, a Plural foi reconhecida como a melhor produtora de televisão pela Meios & Publicidade.

A EMVA (empresa de meios audiovisuais) prestou serviços a diversos operadores, sendo notório o destaque na cobertura e transmissão de competições e eventos desportivos.

Já a EPC (empresa de cenários) destacou-se novamente como um dos principais fornecedores nacionais de cenografia nas áreas de entretenimento, ficção e informação, sendo de

destacar o envolvimento no Festival Eurovisão da Canção.

No que refere à prestação financeira, o segmento de Produção Audiovisual atingiu um total de **rendimentos operacionais** de € 23,4 milhões (+12%), beneficiando do aumento substancial da atividade de produção televisiva em Portugal. No trimestre, a variação foi negativa (-8%), com o impacto a advir sobretudo do aluguer de meios e produção de cenários.

Em Portugal, os rendimentos operacionais subiram 11% em termos homólogos, refletindo a maior atividade em todas as áreas, com destaque para o aumento relevante de horas de produção para televisão.

A atividade operacional em Espanha encontra-se em níveis residuais, com a estrutura adaptada para atender às oportunidades comerciais.

Os **gastos operacionais** ficaram 3% acima dos verificados no período comparável de 2017 (10% abaixo no trimestre), em virtude da variação do volume de atividade.

Dadas as dinâmicas referenciadas atrás, o **EBITDA** acumulado foi positivo em € 0,3 milhões, melhorando significativamente face aos € -1,6 milhões registados no período igual de 2017. No trimestre, o EBITDA melhorou de € 0,0 milhões para € 0,2 milhões.

4. Rádio

milhares de €	9M 2018	9M 2017	Var %	3T 2018	3T 2017	Var %
Rendimentos Operacionais	13.853	13.227	5%	4.317	4.084	6%
Publicidade	13.195	12.753	3%	4.139	3.945	5%
Outros Rendimentos	658	474	39%	177	139	27%
Gastos Operacionais, ex D&A	9.294	9.577	(3%)	3.265	3.031	8%
EBITDA	4.559	3.650	25%	1.052	1.053	(0%)
Margem EBITDA	32,9%	27,6%	5,3pp	24,4%	25,8%	(1,4pp)
Depreciações e Amortizações	840	782	7%	278	292	(5%)
Resultado Operacional (EBIT)	3.719	2.868	30%	773	761	2%

Na quarta vaga de **audiências** publicada em 2018, os dados continuaram a evidenciar o excelente desempenho dos formatos explorados pela Média Capital Rádios (MCR).

Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Média Capital registou um **share líder de 37,6%**, 2,1pp acima do principal concorrente.

Em termos de formatos, a **Rádio Comercial melhorou o share**, passando de 24,6% na quarta vaga de 2017 **para 24,9% na mais recente**.

De referir que, na anterior vaga de audiências deste ano (a terceira), a Rádio Comercial registou o mais elevado número de ouvintes de sempre de uma rádio portuguesa, com uma audiência acumulada de véspera (AAV) de 18,0%, a que corresponde mais de 1,5 milhões de pessoas.

Por seu turno, a **M80** – a rádio dos êxitos dos anos 70, 80 e 90 – obteve um **share** de 9,2%, melhorando 1,0pp face à terceira vaga. A M80 mantém, de forma destacada, o estatuto de **terceira rádio a nível nacional**, não obstante o facto de não possuir uma rede de cobertura nacional.

Relativamente aos outros formatos, a **Cidade FM** obteve uma quota de 2,3%.

Ao nível da **inovação**, é de realçar a solução pioneira das nossas rádios, onde as marcas M80 e SmoothFM passaram a distribuir um total de 14 *webrádios*, não no conceito de pura *playlist* automática mas derivando do real conceito de rádio ‘humana’, com um processo de curadoria apurado, traduzindo-se em versões temáticas das rádios FM, aumentando assim, quer na *web* quer nas *apps*, a oferta para os ouvintes e fãs.

Em setembro, a Rádio Comercial foi distinguida como “Rádio do Ano” pela Meios & Publicidade.

Na componente financeira, os **rendimentos de publicidade** da MCR melhoraram 3% face ao acumulado homólogo de 2017, ao passo que no terceiro trimestre a subida foi superior (5%).

Os **outros rendimentos operacionais** subiram 39%, para € 0,7 milhões, beneficiando sobretudo da atividade de eventos e produção de *spots*.

Quanto aos **gastos operacionais**, estes reduziram-se em 3% (+8% no 3T).

Face ao descrito, o **EBITDA** do segmento melhorou 25%, atingindo € 4,6 milhões (estável no trimestre, mantendo-se em € 1,1 milhões). Este segmento

melhorou, uma vez mais, a margem EBITDA, passando de 27,6% para 32,9%. No terceiro trimestre, tipicamente de menor expressão, a margem reduziu de 25,8% para 24,4%.



5. Outros



milhares de €	9M 2018	9M 2017	Var %	3T 2018	3T 2017	Var %
Rendimentos Operacionais	11.976	11.660	3%	3.957	3.855	3%
Publicidade	2.531	2.173	16%	805	721	12%
Outros Rendimentos Operacionais	9.445	9.486	(0%)	3.152	3.134	1%
Gastos Operacionais, ex D&A	11.798	11.312	4%	4.016	3.925	2%
EBITDA	178	347	(49%)	(59)	(70)	15%
Margem EBITDA	1,5%	3,0%	(1,5pp)	-1,5%	-1,8%	0,3pp
Depreciações e Amortizações	377	431	(12%)	102	148	(31%)
Resultado Operacional (EBIT)	(199)	(83)	(139%)	(161)	(217)	26%

Este segmento inclui as restantes atividades do Grupo, incluindo o Digital, a *holding*, os serviços partilhados do Grupo e outras atividades.

Não obstante o forte ambiente competitivo existente na área do Digital, a MCD tem conseguido registar bons níveis de adesão aos seus conteúdos e serviços, o que se reflete positivamente nos indicadores de *performance*.

No acumulado, e comparativamente ao período homólogo, a *performance* digital no agregado dos projetos foi de mais 14% em visitas, 15% em *pageviews* e 39% em vídeos vistos.

Nos primeiros nove meses do ano, a Media Capital reforçou a sua liderança e conseguiu mesmo alavancar o crescimento do segmento TV no digital. A TVI e o TVI Player em conjunto conseguiram, no acumulado, 50% e 25% de crescimento face a igual período de 2017. Para tal contribuíram as melhorias técnicas na distribuição de conteúdo, nomeadamente *Apps*, *Websites*, *Instant Articles* e *Google AMP pages*, bem como uma aposta na produção de conteúdos mais arrojada. A TVI24 esteve em contraciclo com a queda no mercado de informação, enquanto o “Maisfutebol” e o “AutoPortal” mais do que duplicaram o consumo de vídeo.

O projeto de Social e Lifestyle “Selfie” disputa já o Top 3 do segmento no mercado nacional, tendo inclusivamente lançado nos canais TVI e TVI Ficção uma derivação da marca, através de um programa diário de segunda a sexta e de um magazine alargado aos sábados na TVI.

O capítulo do entretenimento viu novamente uma adesão em massa pelo público aos *reality shows*, através do regresso do formato “Love on Top”,

mantendo a dinâmica digital diretamente ligada ao formato TV pela *app second-screen*.

Nas redes sociais, este ano está a ser amplamente marcado pelas conquistas da Media Capital no Youtube. Em primeiro, sendo a marca portuguesa com mais seguidores e subscritores na rede, alcançando pela primeira vez a barreira de 1.000.000. Por outro lado, sendo a primeira marca de média a alargar a parceria com a Google e sendo *direct seller* na rede, alargando assim a sua componente estratégica e comercial e reforçando a liderança do grupo nesta área integrada, com soluções de publicidade TV, digital, *branded content* e eventos.

No capítulo da inovação, a Media Capital obteve também a atribuição financeira pela Google, através da Google Digital News Initiative, de uma verba para a sua proposta em torno de uma solução pioneira para vídeos em direto e sua monetização no ecossistema digital, um projeto catalogado como “Large Project”, sendo a primeira empresa *broadcaster* a alcançar este feito.

Ainda como marcos até setembro, e sobretudo nos últimos 3 meses, é de sublinhar os lançamentos do projeto “Pesadelo Na Cozinha” no digital, bem como o programa de entrevistas conduzido por Fátima Lopes “Conta-me Como És”. Ainda a sublinhar os eventos, em especial a “Festa de Verão TVI”, onde a cobertura da marca TVI e SELFIE catapultou para o melhor dia do ano em páginas vistas estas duas marcas, quer no *website*, quer no Facebook, quer no Instagram. Os eventos continuaram com forte extensão digital e exemplo disso foi o “Solaris Sunset Empire” com cobertura digital nas redes sociais e uma emissão em direto a partir do Algarve.

Na vertente tecnológica, foi desenvolvida uma solução para fazer face às novas exigências europeias em redor da proteção dos dados pessoais e assim integrada uma *Consent Management Platform*. Para além disso, o *player* de vídeo foi atualizado, com ganhos de *performance* nas páginas de 30%.

Por fim, e ainda no capítulo do vídeo, foi desenvolvido um novo sistema de edição *online*, que maximizou a eficácia dos automatismos que alimentam o TVI Player, bem como a ferramenta

de edição *online* para atualização de todos os *sites* e *apps* com vídeo.

Na componente financeira, os **rendimentos de publicidade** melhoraram 16% no comparativo homólogo (+12% no terceiro trimestre), ao passo que os **outros rendimentos operacionais** ficaram praticamente estáveis.

O **EBITDA** acumulado do segmento foi positivo em € 0,2 milhões, sendo ligeiramente negativo no terceiro trimestre.

6. Capex

milhares de €	9M 2018	9M 2017	Var %	3T 2018	3T 2017	Var %
Capex	2.722	2.140	27%	1.698	878	93%
Televisão	1.847	1.315	40%	1.299	614	112%
Produção Audiovisual	640	580	10%	237	170	39%
Rádio	99	128	(22%)	75	76	(2%)
Outros	136	116	17%	87	17	399%

O Grupo Média Capital registou um *capex* de € 2,7 milhões. Este montante ficou 27% acima do observado em igual período de 2017, com

destaque para o segmento de televisão no terceiro trimestre.

7. Cash Flow

milhares de €	9M 2018	9M 2017	Var %	3T 2018	3T 2017	Var %
Recebimentos	165.139	156.238	6%	51.941	51.023	2%
Pagamentos	(140.626)	(143.247)	2%	(50.654)	(52.450)	3%
Fluxos das atividades operacionais (1)	24.513	12.991	89%	1.287	(1.427)	N/A
Recebimentos	1.286	8	15171%	0	0	-
Pagamentos	(2.685)	(4.950)	46%	(834)	(896)	7%
Fluxos das atividades de investimento (2)	(1.399)	(4.941)	72%	(834)	(896)	7%
Recebimentos	150.998	114.290	32%	89.069	42.580	109%
Pagamentos	(173.789)	(123.204)	(41%)	(89.407)	(41.239)	(117%)
Fluxos das atividades de financiamento (3)	(22.791)	(8.914)	(156%)	(338)	1.341	N/A
Caixa e equivalentes no início do período	294	1.235	(76%)	502	1.352	(63%)
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	323	(864)	N/A	116	(982)	N/A
Efeito das diferenças de câmbios	(0)	(2)	98%	(0)	(1)	71%
Caixa e equivalentes no final do período	617	369	67%	617	369	67%

O **cash flow das atividades operacionais** foi de € 24,5 milhões, comparando positivamente com os € 13,0 milhões do mesmo período do ano transato, sobretudo pela atividade de televisão.

O **cash flow das atividades de investimento** foi de € -1,4 milhões, quando no ano anterior havia sido de € -4,9 milhões. Analisando em concreto o *cash flow* respeitante a pagamentos de ativos fixos tangíveis e intangíveis, este ascendeu a € -2,7

milhões, o que compara favoravelmente com € -4,9 milhões no período homólogo.

O **cash flow das atividades de financiamento** foi de € -22,8 milhões (€ -8,9 milhões em 2017), sendo que ambos os montantes incluem a distribuição de dividendos, que foi de € 18,6

milhões este ano e de 17,7 milhões em 2017. Os totais refletem ainda os movimentos verificados nas atividades operacionais e de investimento, assim como a variação de caixa e equivalentes.



8. Endividamento

milhares de €	Set 18	Dez 17	Var Abs	Var %	Set 17	Var Abs	Var %
Dívida financeira	93.754	95.557	(1.802)	(2%)	111.174	(17.419)	(16%)
Empréstimos bancários / Papel comercial / Obrigações	92.864	94.765	(1.901)	(2%)	110.321	(17.457)	(16%)
Outro endividamento	891	792	99	13%	853	38	4%
Caixa & equivalentes	617	294	323	110%	369	249	67%
Dívida líquida	93.137	95.262	(2.125)	(2%)	110.805	(17.668)	(16%)

O **endividamento líquido** situou-se no final de setembro de 2018 em € 93,1 milhões, registando um decréscimo de € 17,7 milhões face ao período homólogo (final de setembro de 2017), não obstante a distribuição de dividendos de € 18,6 milhões que teve lugar no terceiro trimestre de

2018. Comparando com o final de 2017, a redução da dívida líquida foi de € 2,1 milhões.

O Grupo Média Capital mantém assim uma confortável estrutura de capital.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS PERÍODOS E TRIMESTRES FINDOS EM 30 DE SETEMBRO DE 2018 E 2017

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	Período findo em		Trimestre findo em	
	30.09.2018	30.09.2017	30.09.2018	30.09.2017
RENDIMENTOS OPERACIONAIS:				
Prestações de serviços	90.779	88.641	27.691	27.969
Outros rendimentos operacionais	35.224	26.667	11.435	8.305
Total de rendimentos operacionais	126.003	115.308	39.127	36.275
GASTOS OPERACIONAIS:				
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(13.778)	(14.975)	(4.819)	(4.271)
Fornecimentos e serviços externos	(55.950)	(46.162)	(18.626)	(16.035)
Gastos com o pessoal	(31.255)	(31.080)	(10.435)	(10.425)
Amortizações e depreciações	(4.950)	(5.785)	(1.921)	(1.947)
Provisões e perdas de imparidade ((reforços) / reversões)	(99)	(105)	38	(21)
Outros gastos operacionais	(431)	(241)	(222)	(108)
Total de gastos operacionais	(106.462)	(98.348)	(35.985)	(32.807)
Resultados operacionais	19.541	16.960	3.142	3.467
RESULTADOS FINANCEIROS:				
Gastos financeiros	(2.449)	(3.503)	(696)	(1.138)
Rendimentos financeiros	106	70	(32)	39
Gastos financeiros, líquidos	(2.343)	(3.433)	(727)	(1.099)
Resultados antes de impostos	17.198	13.527	2.415	2.368
Impostos sobre o rendimento do período	(5.117)	(3.838)	(825)	(998)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	12.081	9.690	1.589	1.370
Atribuível a:				
Acionistas da empresa-mãe	12.081	9.690	1.589	1.370
Resultado por ação das operações em continuação em Euros				
Básico	0,1429	0,1147	0,0188	0,0162
Diluído	0,1429	0,1147	0,0188	0,0162

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA
EM 30 DE SETEMBRO DE 2018 E 31 DE DEZEMBRO DE 2017

(Montantes expressos milhares de Euros)

ATIVO	30.09.2018	31.12.2017
ATIVOS NÃO CORRENTES:		
<i>Goodwill</i>	149.374	149.374
Ativos intangíveis	9.934	10.663
Ativos fixos tangíveis	14.200	15.166
Ativos financeiros disponíveis para venda	5	5
Direitos de transmissão de programas de televisão	50.761	50.971
Outros ativos não correntes	2.477	3.937
Ativos por imposto diferido	2.123	2.388
	<u>228.874</u>	<u>232.504</u>
ATIVOS CORRENTES:		
Direitos de transmissão de programas de televisão	30.237	30.219
Clientes e outras contas a receber	24.484	33.629
Ativos por imposto corrente	443	340
Outros ativos correntes	4.383	4.258
Caixa e seus equivalentes	617	294
	<u>60.164</u>	<u>68.741</u>
TOTAL DO ATIVO	<u><u>289.038</u></u>	<u><u>301.244</u></u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital	89.584	89.584
Reservas	32.281	32.071
Resultado líquido consolidado do período	12.081	19.787
Capital próprio atribuível aos acionistas da empresa-mãe	<u>133.945</u>	<u>141.442</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	<u>133.945</u>	<u>141.442</u>
PASSIVO:		
PASSIVOS NÃO CORRENTES:		
Financiamentos obtidos	45.771	61.233
Provisões	5.757	5.798
Passivos por imposto diferido	1.108	1.159
	<u>52.636</u>	<u>68.190</u>
PASSIVOS CORRENTES:		
Financiamentos obtidos	47.983	34.324
Fornecedores e outras contas a pagar	32.610	31.370
Passivos por imposto corrente	-	5
Outros passivos correntes	21.863	25.914
	<u>102.456</u>	<u>91.613</u>
TOTAL DO PASSIVO	<u>155.093</u>	<u>159.803</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u><u>289.038</u></u>	<u><u>301.244</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS PERÍODOS E TRIMESTRES FINDOS EM 30 DE SETEMBRO DE 2018 E 2017

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>30.09.2018</u>	<u>30.09.2017</u>
<u>ATIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	165.139	156.238
Pagamentos a fornecedores	(78.043)	(80.663)
Pagamentos ao pessoal	(29.995)	(30.899)
Fluxos gerados pelas operações	<u>57.102</u>	<u>44.676</u>
Recebimento de imposto sobre o rendimento	(49)	338
Outros pagamentos relativos à atividade operacional	(32.539)	(32.024)
Fluxos das atividades operacionais (1)	<u><u>24.513</u></u>	<u><u>12.991</u></u>
<u>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Concentrações empresariais	1.286	-
Venda de ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis	-	8
Juros e rendimentos similares	0	-
	<u>1.286</u>	<u>8</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Aquisição de ativos fixos tangíveis	(2.413)	(4.567)
Aquisição de ativos intangíveis	(273)	(383)
	<u>(2.685)</u>	<u>(4.950)</u>
Fluxos das atividades de investimento (2)	<u><u>(1.399)</u></u>	<u><u>(4.941)</u></u>
<u>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	150.998	114.290
	<u>150.998</u>	<u>114.290</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	(152.251)	(101.755)
Amortização de contratos de locação financeira	(235)	(323)
Juros e gastos similares	(2.598)	(3.268)
Dividendos	(18.593)	(17.748)
Outras despesas financeiras	(112)	(110)
	<u>(173.789)</u>	<u>(123.204)</u>
Fluxos das atividades de financiamento (3)	<u><u>(22.791)</u></u>	<u><u>(8.914)</u></u>
Caixa e seus equivalentes no início do período	294	1.235
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	323	(864)
Efeito das diferenças de câmbio	(0)	(2)
Caixa e seus equivalentes no fim do período	617	369