



Resultados 1º Semestre 2010

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 Colectiva n.º 502 816 481

Capital Social: 89.583.970,80 euros

RESULTADOS DO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2010

O Grupo Media Capital apresenta Proveitos Operacionais de € 120,5 milhões e um EBITDA de € 20,6 milhões.

- No primeiro semestre de 2010 o Grupo Media Capital registou um **EBITDA** de € 20,6 milhões.
- O Grupo obteve um total de **receitas publicitárias** de € 73,3 milhões, melhorando 1% face ao período homólogo. Ainda sem dados de mercado relativos a Junho, as estimativas apontam que nos primeiros cinco meses do ano o mercado de publicidade tenha crescido perto de 5%.
- Apesar de não ter transmitido os jogos do Mundial 2010, a **TVI** continuou a liderar as audiências de televisão todos os meses e por larga margem, com *shares* médios em sinal aberto de 34,3% no total do dia e de 39,5% no horário nobre. A margem EBITDA do segmento de Televisão expandiu-se de 24% para 25,8%.
- A **TVI Internacional** iniciou emissões no final de Maio. Este novo canal constitui um passo adicional na estratégia de exploração de proveitos alternativos à publicidade, aproveitando competências existentes e o vasto leque de conteúdos próprios de referência.
- A actividade de **Produção Audiovisual** registou uma contracção de 20% dos proveitos operacionais, a qual não foi compensada pela redução dos custos operacionais. Não obstante, este segmento apresentou uma margem EBITDA de 7%.
- No segmento de **Entretenimento**, apesar do forte crescimento em Cinema ("Avatar"), tal não foi suficiente para contrabalançar os menores proveitos em Vídeo e Música & Eventos, decorrentes da evolução adversa do mercado e do fim do acordo com a Warner Home Video (ocorrido em Setembro de 2009). Face aos resultados obtidos por este segmento, o mesmo está a ser alvo de uma reorganização.
- Em **Rádio**, os proveitos de publicidade melhoraram 1% em termos homólogos. No segundo trimestre, o conjunto de rádios da MCR obteve o melhor resultado de audiências de sempre, com especial destaque para a Rádio Comercial e a M80.
- Em **Internet**, o primeiro semestre de 2010 registou níveis recorde no que respeita à evolução quer de proveitos quer de *page views* e utilizadores únicos.

Queluz de Baixo, 15 de Julho de 2010

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 €	6M 2010	6M 2009	Var %	2T 2010	2T 2009	Var %
Total de Proveitos Operacionais	120.453	134.863	-11%	65.237	76.212	-14%
Televisão	76.212	77.283	-1%	41.520	43.416	-4%
Produção Audiovisual	44.252	55.227	-20%	23.654	31.391	-25%
Entretenimento	9.794	14.969	-35%	4.356	7.532	-42%
Rádio	6.375	6.440	-1%	3.763	3.956	-5%
Outros	7.712	10.007	-23%	4.422	5.637	-22%
Ajust. Consolidação	(23.891)	(29.064)	-18%	(12.478)	(15.720)	-21%
Total de Custos Operacionais	99.811	110.744	-10%	50.678	57.995	-13%
EBITDA	20.642	24.119	-14%	14.559	18.217	-20%
Margem EBITDA	17,1%	17,9%	-0,7pp	22,3%	23,9%	-1,6pp
Televisão	19.634	18.514	6%	13.297	13.886	-4%
Produção Audiovisual	3.219	5.788	-44%	1.808	3.620	-50%
Entretenimento	(1.403)	(630)	123%	(851)	(188)	354%
Rádio	175	(110)	n.a.	643	560	15%
Outros	(545)	1.344	n.a.	(69)	874	n.a.
Ajust. Consolidação	(438)	(787)	-44%	(270)	(534)	-49%
Amortizações	5.963	6.062	-2%	3.126	3.102	1%
Resultados Operacionais (EBIT)	14.679	18.057	-19%	11.433	15.115	-24%
Resultados Financeiros (líquido)	(2.904)	(3.683)	-21%	(1.337)	(1.091)	23%
Res. antes de imp. e int. s/ controlo	11.775	14.374	-18%	10.096	14.025	-28%
Imposto sobre o rendimento	(2.738)	(5.187)	-47%	(1.958)	(5.086)	-62%
Res. líquido das operações em continuação	9.037	9.186	-2%	8.138	8.938	-9%
Res. líquido das operações descontinuadas	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Interesses sem controlo	(751)	(568)	32%	(504)	(326)	55%
Resultado líquido do período	8.286	8.618	-4%	7.634	8.613	-11%

No primeiro semestre de 2010 o Grupo Media Capital registou um total de **proveitos consolidados** de € 120,5 milhões, o que corresponde a uma redução de 11% em relação a idêntico período de 2009.

O **EBITDA consolidado** do Grupo recuou 14% para os € 20,6 milhões, com uma margem de 17,1%. Excluindo o impacto da mais-valia

da venda de 35% da Transjornal no 2T09, o EBITDA teria recuado 12% no semestre.

O **resultado operacional** (EBIT) reduziu-se 19%, quedando-se nos € 14,7 milhões, enquanto o **resultado líquido** atingiu os € 8,3 milhões (€ 8,6 milhões em 2009), verificando-se uma melhoria dos resultados financeiros e da taxa efectiva de imposto.



milhares de €	6M 2010	6M 2009	Var %	2T 2010	2T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	120.453	134.863	-11%	65.237	76.212	-14%
Publicidade	73.306	72.403	1%	40.794	42.411	-4%
Outros proveitos operacionais	47.147	62.459	-25%	24.443	33.801	-28%

Na evolução do total de proveitos consolidados, no primeiro semestre de 2010 (1S10) os **proveitos de publicidade** aumentaram 1%, com o acréscimo a registar-se nos vários segmentos de actividade: 0,5% no segmento

de Televisão, 1,1% no segmento de Rádio e 13% no segmento Outros. Depois de dois trimestres consecutivos de variações homólogas positivas, no segundo trimestre a variação foi negativa (-4%).



Relativamente à situação do **mercado de publicidade**, a informação disponível relativa exclusivamente a agências (portanto não contando com clientes directos), aponta para um crescimento próximo de 5% nos cinco primeiros meses de 2010, no seguimento de um desempenho positivo de todos os segmentos, com excepção de imprensa e cinema. A variação homóloga no agregado de Maio e Junho terá ficado em cerca de +0,5%.

Os **outros proveitos** registam uma variação negativa de 25%, com todos os segmentos a verificarem quedas homólogas.

Em relação ao total de **custos operacionais**, e não obstante o impacto da TVI24 e da TVI Internacional (que iniciaram emissões, respectivamente, no final de Fevereiro de 2009 e no final de Maio do corrente ano), estes registaram um decréscimo de 10% face ao

período comparável do ano anterior, como resultado não só de menor actividade nos segmentos de Produção Audiovisual e Entretenimento mas também dos ganhos de eficiência que têm vindo a ser obtidos nos diversos segmentos de actividade e centralmente. A evolução trimestral foi similar em termos de tendência, observando-se uma queda de 13% dos custos operacionais consolidados.

No primeiro semestre, os **resultados financeiros** melhoram de € -3,7 milhões para € -2,9 milhões, apesar do aumento dos custos associados ao *swap* sobre taxas de juro que o Grupo tem contratado. Esta última rubrica impactou negativamente os resultados financeiros em € 1,3 milhões no 1S10.

O **resultado líquido** atingiu os € 8,3 milhões, menos € 0,3 milhões na comparação homóloga.

2. Segmento Televisão

milhares de €	6M 2010	6M 2009	Var %	2T 2010	2T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	76.212	77.283	-1%	41.520	43.416	-4%
Publicidade	66.150	65.811	1%	36.609	38.398	-5%
Outros Proveitos	10.062	11.473	-12%	4.911	5.018	-2%
Custos Operacionais	56.578	58.770	-4%	28.223	29.531	-4%
EBITDA	19.634	18.514	6%	13.297	13.886	-4%
Margem EBITDA	25,8%	24,0%	1,8pp	32,0%	32,0%	0,0pp
Amortizações	2.995	2.876	4%	1.583	1.444	10%
Resultado Operacional (EBIT)	16.639	15.638	6%	11.714	12.442	-6%

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

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

Internacional, a qual iniciou emissões a 30 de Maio de 2010.

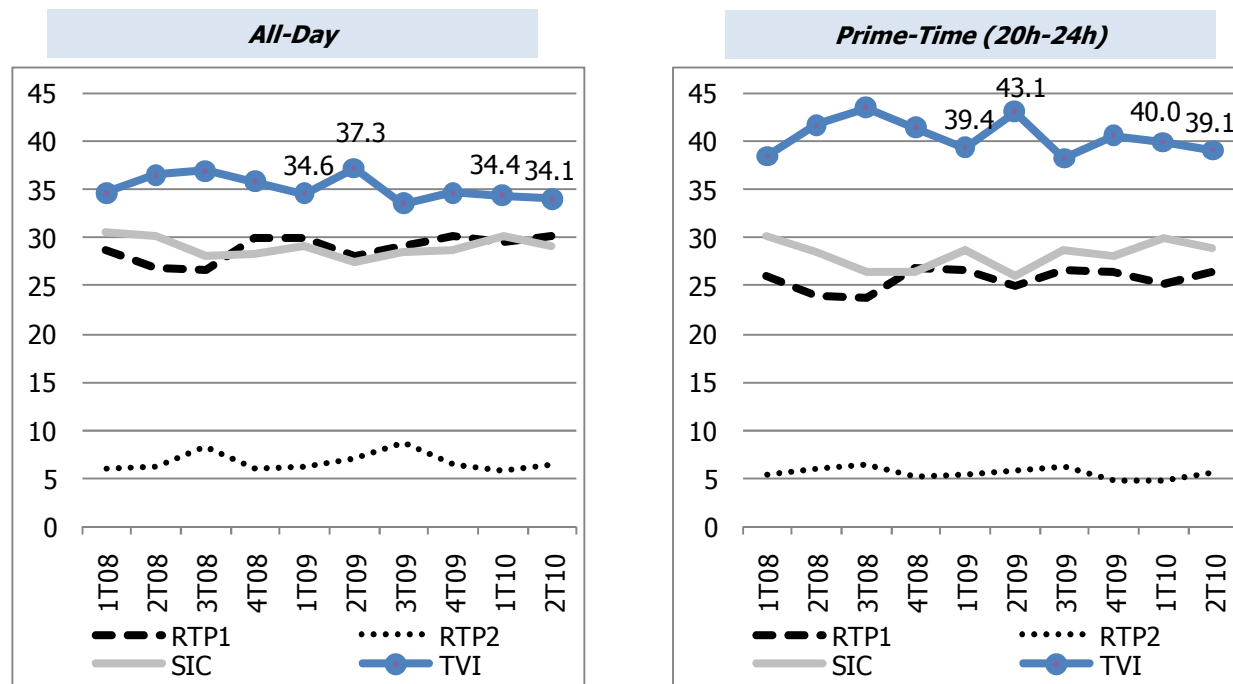
A TVI Internacional é um canal de cariz generalista, criado com o objectivo de aproximar Portugal das comunidades de língua portuguesa espalhadas pelo mundo, disponibilizando-lhes a programação líder em Portugal e dando a conhecer o que de melhor se faz no nosso país, não descurando as especificidades próprias de cada mercado/país.

Os seus conteúdos assentam sobretudo em ficção nacional, grandes eventos, informação e entretenimento. Este novo canal constitui um passo adicional do Grupo na estratégia de exploração de proveitos alternativos,



aproveitando competências existentes e o vasto leque de conteúdos próprios de referência.

Share de Audiência Trimestral (Canais em Aberto, %)



Fonte: Marktest

Com o fecho do 1º semestre de 2010, e não obstante o facto de não ter transmitido jogos de futebol do Mundial, a TVI liderou o consumo de televisão, com uma quota de 34,3%, estando em segundo lugar a RTP1 com 29,9%, com a terceira posição ocupada pela SIC com 29,8%.

Com este resultado, a **TVI lidera o 1º semestre no total do dia pelo sexto ano consecutivo.**

No horário nobre de consumo de televisão, a estação manteve a sua penetração líder na preferência dos espectadores desde 2001: a TVI regista no período um share de 39,6%, com a SIC a ocupar a segunda posição (29,5%) seguida da RTP1 (25,8%).

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

Relativamente à **ficção nacional**, a estação estreou mais um conceito inovador dentro do género: as mini-séries de produção nacional exibidas em três partes. No final de Janeiro estreou **"Destino Imortal"** uma história de protagonismo juvenil que se desenrola no mundo dos vampiros, a qual obteve uma

audiência média acima de um milhão de indivíduos e uma quota de 38,7% que lhe permitiu liderar o final das tardes de Domingo. No final de Fevereiro estreou **"37"**, um *thriller* urbano de protagonismo feminino: para o conjunto das três emissões registou-se um share líder no horário de 41,5% sustentado numa audiência média de 760 mil espectadores. Em Abril estreou a produção **"Dias Felizes"** a qual registou uma quota média de 40% (800 mil espectadores em média).

Na primeira metade do período em observação estreou igualmente a nova novela do início do horário nobre: **"Mar de Paixão"** obteve nos 97 episódios emitidos neste semestre uma audiência média de aproximadamente 1,2 milhões de indivíduos, os quais sustentaram um *share* de 43,0%.

No dia 30 de Maio estreou também a novela **"Espírito Indomável"**, emitido ao princípio do *prime-time* e, ao fim de 29 episódios, mantém também uma posição de clara liderança, ao apresentar uma audiência média de 1,2 milhões de indivíduos (45,5% de quota de audiência).

Para os mais novos, a ficção **"Morangos com Açúcar"** manteve uma forte liderança no horário. O sétimo ano desta série obteve uma



quota de audiência de 37,3% em total de indivíduos e 71,4% no seu *target* nuclear (4/24 anos). No seu lugar estreou no dia 19 de Junho "**Morangos com Açúcar – Vive o Teu Verão**" sendo que os nove episódios emitidos no final semestre apresentam uma quota média líder de 38,6% em total de indivíduos e 71,4% no *target* principal.

No período em análise terminou a novela "**Sentimentos**", a qual registou valores líderes nos seus horários de exibição: em média, e desde a sua estreia, esta novela obteve uma quota de 42,1% e mais de 800 mil espectadores regulares por episódio. Também neste período terminou a novela "**Deixa que te Leve**" estreada em 2009 e que ao longo de vários meses obteve um *share* de 45,9% e uma audiência média de 1,3 milhões (feminino 49,5% e 940 mil espectadores).

Na **informação** o destaque vai para as peças de grande reportagem intituladas "**Repórter TVI**", continuam a apresentar-se como a emissão mais vista na televisão portuguesa dentro deste subgénero informativo: nos seis primeiros meses do ano o conjunto das 23 reportagens emitidas obteve uma audiência média de 1,2 milhões de indivíduos e uma quota de audiência de 37,7%. No mês de Janeiro, e ainda na informação, é de destacar que pela primeira vez a TVI foi a estação oficial da edição da competição automobilística Dakar. Na informação regular, o "**Jornal Nacional**" obteve no período dos seis meses uma audiência média 926 mil espectadores de segunda a sexta-feira. À hora de almoço, o "**Jornal da Uma**" mantém uma boa posição de destaque ao registar 480 mil espectadores (29,7% de *share*) também nos dias laborais. Neste semestre é igualmente de destacar a cobertura da visita do Papa Bento XVI que a estação acompanhou de forma detalhada, tendo resultado em mais de 23 horas de transmissões em directo da visita.

No **desporto**, a TVI transmitiu seis jogos referentes à Taça de Portugal, os quais obtiveram uma audiência média de 1 milhão de indivíduos que sustentaram uma quota de 40% (50,2% em masculinos). Ainda nos direitos exclusivos de transmissão de futebol em sinal aberto, a TVI teve a transmissão de quatro encontros envolvendo a Selecção Nacional A: os jogos de preparação obtiveram uma quota de audiência de 55,4%.

Nas estreias dos programas de **entretenimento**, o destaque vai para os resultados obtidos pelo programa "**Depois da**

Vida", o qual estreou no primeiro trimestre. As especiais emissões especiais obtiveram uma quota de audiência de 52,7% à sexta-feira à noite (820 mil espectadores em média).

Também no entretenimento, a oferta da TVI manteve uma forte posição nos programas de Talk-show, com "**Você na TV**" a manter uma liderança confortável de 34,2% e "**As Tardes da Júlia**" continuaram a assegurar pelo menos um terço da audiência disponível no seu horário de emissão (33,7% também no semestre).

No semestre a TVI ofereceu também aos seus espectadores dois eventos: a edição de 2010 do evento musical "**Morangomania**", foi transmitida no dia 19 de Junho (52,6% no *target* 4/24 anos) e a **homenagem aos 50 anos de Nicolau Breyner**, esta última emitida no dia 30 de Maio e com um *share* médio de 47,2%.

Relativamente à **ficção de origem internacional**, a TVI estreou em Fevereiro a sexta temporada de "**Dr.House**", a qual registou uma quota média de 29,5% durante o trimestre. No mês de Abril a TVI estreou a série norte-americana "**Glee**" a qual obteve para o conjunto dos 22 episódios uma quota média de 30,3% sendo que no *target* de indivíduos entre os 4 e os 24 anos esta série registou 47,5% de *share*. No **cinema** emitido nas tardes de fim-de-semana a estação manteve no semestre uma posição relevante entre os consumidores, ao registar numa quota de 30,4% ao sábado e 31,7% nas tardes de domingo. No dia 7 de Março, a TVI transmitiu em exclusivo, e pela 13ª vez para todo o território nacional, a grande noite dos **Óscares** a qual obteve uma quota de audiência acima dos 35%.

No semestre em análise a **TVI24** apresentou um contacto bruto de 650 mil indivíduos e uma quota de audiência de 13,8% entre os canais de notícias nacionais. Neste semestre o canal continuou a apresentar uma programação diversificada dentro do género informativo.

Da programação regular da TVI24 destacam-se no período "Prolongamento", emitido às segundas-feiras (contacto de 180 mil indivíduos por semana), "Jornal de Domingo" (287 mil), "Edição das Dez (151 mil), "Mais Futebol" (160 mil), "Edição das 7" (95 mil) e "Combate de Blogs" (68 mil).

Em termos de **desempenho financeiro**, o segmento de Televisão verificou um decréscimo de 1% nos seus proveitos operacionais totais (taxa de variação homóloga - tvh - de -4% no



trimestre). As **receitas de publicidade** subiram 0.5% (a percentagem seria similar excluindo a Publipartner), e recuaram 5% no trimestre. A Media Capital estima que o mercado publicitário em sinal aberto terá melhorado cerca de 8% face a igual período de 2009 (c. +6% no 2T). Para além do efeito de mercado, são de salientar outros dois. Por um lado, a ausência de proveitos relacionados com as eleições (ao contrário de 2009) e, por outro, a não emissão de jogos do Mundial FIFA 2010 por parte da TVI.

Os **outros proveitos** no segmento de Televisão recuaram 12% em relação aos primeiros seis meses de 2009 (tvh de -2% no trimestre), representando 13% do total de proveitos operacionais. É de salientar que no primeiro semestre de 2009 foram registados proveitos excepcionais relacionados com a prestação de serviços técnicos, cuja ausência este ano não foi compensada pela existência de mais um mês em 2010 de proveitos com a TVI24 e a TVI Internacional. Excluindo estes items, os outros proveitos recuaram 3%, justificado através da menor actividade da Publipartner.

Os **custos operacionais** registaram um decréscimo anual de 4% face ao ano transacto. Para este desempenho foi decisiva a continuação do esforço de melhoria de eficiência em todas as áreas, uma vez que os

custos relacionados com a TVI24 ficaram neste semestre acima dos do ano transacto, dado que este canal iniciou as emissões já no final de Fevereiro de 2009. No caso do TVI Internacional, e conforme já mencionado, a contribuição para proveitos e custos teve lugar somente em 2010, a partir de Maio.

De entre as várias rubricas, destaque para a contenção dos custos de programação, nomeadamente ficção nacional, entretenimento e desporto, recuando 7% numa base pró-forma (excluindo TVI24 e TVI Internacional). Finalmente, a variação homóloga dos custos operacionais encontra-se penalizada em quase € 0,8 milhões, valor que corresponde ao acréscimo de perdas cambiais resultantes da forte apreciação do dólar.

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

A combinação da evolução dos proveitos e dos custos favoreceu o **EBITDA** do segmento, o qual aumentou 6% em termos homólogos, com a margem respectiva a melhorar 1,8pp de 24,0% para 25,8%. Em termos trimestrais, o EBITDA recuou 4%, com a margem a manter-se nos 32%.



3. Produção Audiovisual

milhares de €	6M 2010	6M 2009	Var %	2T 2010	2T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	44.252	55.227	-20%	23.654	31.391	-25%
Publicidade	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Outros proveitos	44.252	55.227	-20%	23.654	31.391	-25%
Custos Operacionais	41.033	49.439	-17%	21.846	27.771	-21%
EBITDA	3.219	5.788	-44%	1.808	3.620	-50%
Margem EBITDA	7,3%	10,5%	-3,2pp	7,6%	11,5%	-3,9pp
Amortizações	1.404	1.392	1%	745	743	0%
Resultado Operacional (EBIT)	1.816	4.396	-59%	1.063	2.877	-63%

O segmento de produção audiovisual registou no primeiro semestre um total de proveitos operacionais de € 44,3 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) e

autónomicas, situação que não foi compensada pela boa evolução dos proveitos de gestão de televisões autónomicas.

Quanto às operações em Portugal, os proveitos operacionais também recuaram, derivado de menores receitas com produções televisivas, o que não foi compensado com os maiores



proveitos relacionados com aluguer de meios e, sobretudo, cenários.

Em resultado do menor nível de actividade agregado, e apesar da redução de custos, o **EBITDA** acabou impactado de forma negativa,

recuando 44% para € 3,2 milhões (margem de 7% vs. 10% no primeiro semestre de 2009).

As justificações para a evolução trimestral são coincidentes com as referentes ao desempenho acumulado.

4. Entretenimento

milhares de €	6M 2010	6M 2009	Var %	2T 2010	2T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	9.794	14.969	-35%	4.356	7.532	-42%
Música & Eventos	3.731	5.953	-37%	1.986	2.918	-32%
Cinema & Vídeo	6.062	9.016	-33%	2.371	4.613	-49%
Custos Operacionais	11.197	15.599	-28%	5.207	7.719	-33%
EBITDA	(1.403)	(630)	123%	(851)	(188)	354%
Margem EBITDA	-14,3%	-4,2%	-10,1pp	-19,5%	-2,5%	-17,0pp
Amortizações	77	95	-19%	40	47	-16%
Resultado Operacional (EBIT)	(1.480)	(725)	104%	(891)	(235)	280%

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

O total de **proveitos operacionais** do segmento registou uma redução homóloga de 35% (42% no 2T), com a actividade de Música & Eventos a recuar 37% (32% no 2T), ao passo que os proveitos na actividade de Cinema & Vídeo observaram uma descida de 33% (49% no 2T).

Na actividade de **Música & Eventos**, à continuação da queda estrutural do mercado físico (9% em valor, dado preliminar), correspondeu uma redução da venda de CD's de 24% (8% no 2T). Entre as unidades mais vendidas, destacam-se títulos como "Escola de Talentos - Morangos com Açúcar", "Benfica Campeão 2010", "Michael Bubl  - Crazy Love" e "Muse - The Resistance". Nas restantes receitas desta unidade de negócio verificou-se igualmente uma redu o generalizada, nomeadamente ao nível do agenciamento e eventos/concertos.

Na actividade de **Cinema & Vídeo**, o mercado cinematográfico apresentou até Junho uma subida homóloga de 15% em receita bruta (8% em número de espectadores e 6% no preço médio), contribuindo em muito para tal o filme "Avatar", distribuído pela CLMC, tendo esta

obtido uma quota de mercado de 20%. Desde a sua estreia, a 17 de Dezembro, até ao fim de Junho, "Avatar" registou uma receita bruta na exibição de € 6,9 milhões, tendo sido visto por mais de 1,2 milhões de espectadores, em ambas as métricas superando por larga margem os dados do segundo filme mais visto dos últimos anos - "Mamma Mia". Neste enquadramento, os proveitos de cinema da CLMC subiram 20% em termos homólogos.

No 2T, o destaque a nível de títulos de cinema da CLMC vai para "Date Night" e "Dear John".

A nível do vídeo, os dados de mercado demonstra o a manuten o de tendência negativa, embora a CLMC se tenha mantido como segundo operador no mercado de DVDs/Blu-Ray, com uma quota de 19.2% vs 19.6% em 6M09. Assim sendo, e atendendo também ao fim do acordo com a Warner Home Video em Setembro de 2009, os proveitos de venda directa e aluguer recuaram, no seu conjunto, 51% no período em análise (49% no 2T).

Os **custos operacionais** do segmento registaram uma queda de 28% (33% no trimestre), a justificar-se não só pelo menor custo das vendas como pelo rigor no controlo de custos.

O segmento Entretenimento obteve assim um **EBITDA consolidado** de € -1,4 milhões, resultado que compara com o valor de € -0,6



milhões obtidos no ano transacto. Face aos resultados obtidos por este segmento, o

mesmo está a ser alvo de uma reorganização.



5. Rádio

milhares de €	6M 2010	6M 2009	Var %	2T 2010	2T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	6.375	6.440	-1%	3.763	3.956	-5%
Publicidade	5.915	5.851	1%	3.492	3.570	-2%
Outros proveitos	460	589	-22%	271	386	-30%
Custos Operacionais	6.200	6.550	-5%	3.119	3.397	-8%
EBITDA	175	(110)	n.a.	643	560	15%
Margem EBITDA	2,7%	-1,7%	4,5pp	17,1%	14,1%	3,0pp
Amortizações	1.134	1.157	-2%	578	595	-3%
Resultado Operacional (EBIT)	(959)	(1.267)	-24%	65	(36)	n.a.

À semelhança dos trimestres anteriores, os dados de audiências referentes aos dois primeiros trimestres deste ano foram muito positivos para a MCR, excepção feita ao RCP.

Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou um **share de audiência de 28% no segundo trimestre**, o mais elevado de sempre. Como nota, este valor foi de 24,6% no 1T10. Mais relevante é a substancial melhoria homóloga (+26% ou +5,7pp no 2T e +6% ou +1,3pp no 1T). O forte desempenho neste semestre ficou a dever-se aos formatos comercialmente mais relevantes: "Comercial", "M80" e "Cidade FM". O segundo trimestre da Rádio Comercial foi o mais forte desde 2006, com a distância para o líder de mercado a encurtar-se para o valor mais baixo desde o primeiro trimestre de 2006. Quanto à M80, este formato manteve uma *performance* impressionante, já que atingiu um *share* de 7,2% no 2T, valor que compara com 2,6% no trimestre homólogo e 5,0% no primeiro trimestre deste ano, beneficiando não só da reafecção de emissores do RCP em seu favor mas também da crescente aceitação do formato junto do público alvo.

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 15,8% no 2T09 para 18,7% no 2T10, valor que é o mais elevado de sempre. Esta evolução contrasta com o consumo do meio rádio como um todo, já que este ficou estável em termos homólogos no segundo trimestre (o AAV passou de 57,3% para 57,4%). Relativamente à Rádio Comercial,

há ainda a assinalar que passou a ser a segunda rádio a nível nacional, confirmando uma tendência que há muito se verificava, atingindo no segundo trimestre uma AAV de 9,2%, percentagem que só encontra par no segundo trimestre de 2001. Por seu turno, a M80 pulverizou os resultados anteriores, ao atingir uma AAV de 4,1% no 2T, percentagem que compara com 1,8% no 2T09 e 3,0% no 1T.

Já no início de Julho, o Grupo decidiu pela descontinuidade das emissões do RCP, derivado da sua inviabilidade económica, justificada pela clara insuficiência dos proveitos (baixas audiências) relativamente à pesada estrutura de custos operacionais.

É de salientar que esta é uma decisão isolada, sendo que a MCR irá continuar a apostar no desenvolvimento dos restantes projectos desta unidade de negócio, os quais aliás têm registado uma evolução favorável quer ao nível de audiências quer ao nível operacional.

Desde 12 de Julho que o RCP foi substituído por um novo formato, desta feita musical, com uma forte aposta em música dos anos 60 e 70.

Os **proveitos de publicidade** da MCR registaram uma subida de 1% no primeiro semestre (2% no 2T). De acordo com a informação levantada, nos primeiros cinco meses de 2010, o mercado de rádio relativo a centrais e agências terá subido 5% (queda de 3% no agregado de Abril e Maio), tendo a MCR registado um incremento relevante da quota de mercado de centrais e agências. Todavia, tal não se reflectiu integralmente nos números

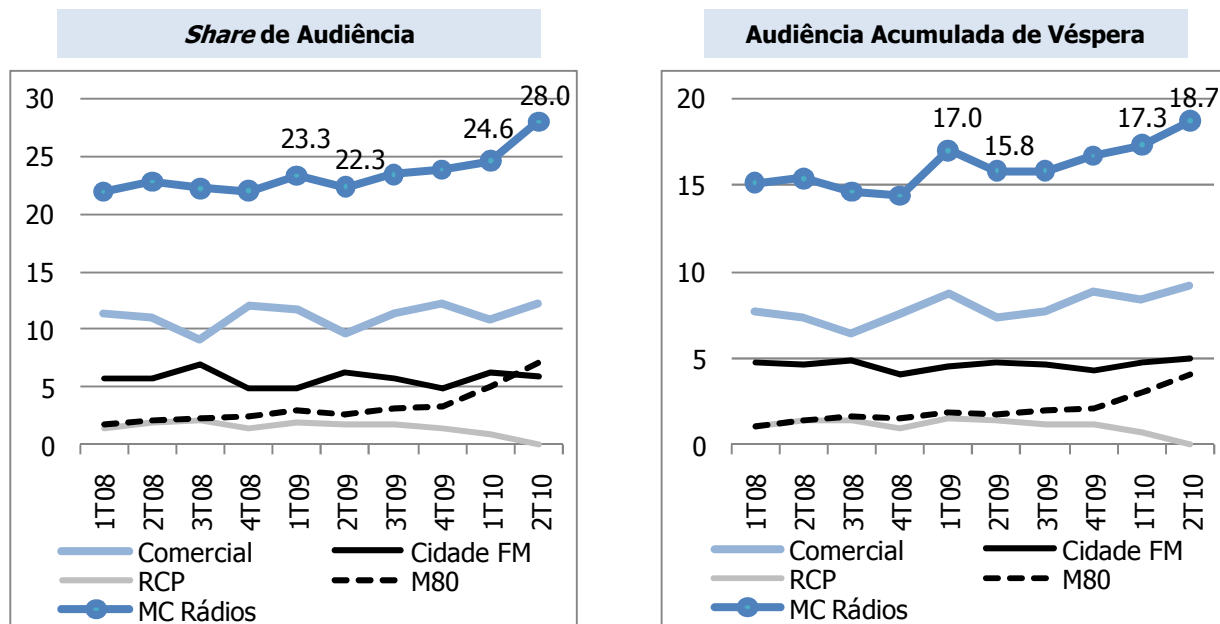
reportados, por via do desempenho adverso do mercado de clientes directos.

Quanto aos **custos operacionais** deste segmento, e no seguimento do esforço de racionalização iniciado há já vários trimestres, verificou-se uma diminuição de 5% até Junho (8% no 2T).

Face ao descrito, o **EBITDA consolidado** deste segmento melhorou de € -0,1 milhões no 1S09 para € 0,2 milhões no 1S10.

No que respeita à performance geral das rádios no universo *online*, o *portfolio* das marcas da MCR aumentou 50%) no número de *page views* para 18,6 milhões (média mensal).

Share e Audiência Acumulada de Véspera Trimestral (%)



Fonte: Marktest

6. Outros

milhares de €	6M 2010	6M 2009	Var %	2T 2010	2T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	7.712	10.007	-23%	4.422	5.637	-22%
Publicidade	1.747	1.549	13%	964	864	12%
Outros proveitos operacionais	5.965	8.459	-29%	3.459	4.773	-28%
Custos Operacionais	8.257	8.663	-5%	4.491	4.764	-6%
EBITDA	(545)	1.344	n.a.	(69)	874	n.a.
Margem EBITDA	-7,1%	13,4%	-20,5pp	-1,6%	15,5%	-17,0pp
Amortizações	354	542	-35%	180	273	-34%
Resultado Operacional (EBIT)	(899)	802	n.a.	(248)	601	n.a.

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

A rede de *sites* da MCM continuou a apresentar crescimentos homólogos substanciais de **tráfego**. Depois de em 2009 a média mensal de *pageviews* ter aumentado 19% para mais de 123 milhões, no primeiro semestre deste ano aquele número foi de 148

milhões, 29% acima da média do 1S09, com o número de utilizadores únicos a subir 9% para uma média mensal de 3,7 milhões. A justificar estes números, e a destacar entre os vários projectos, estão o **"Maisfutebol"**, o **"TVI24"**, o **"Lux"** e o **"MySpace"**. Depois de em Março o Portal **"IOL"** e sua rede de *sites* ter registado o melhor tráfego de sempre, tal desempenho foi novamente superado em Maio

e Junho. Em Maio, a rede IOL foi visitada por 4,1 milhões de utilizadores únicos e foram vistas 155 milhões de páginas.

De salientar ainda a liderança dos sites da TVI (www.tvi.pt e www.tvi24.pt), que em Maio foram os mais visitados das estações de televisão, com mais de 3,5 milhões de visitas.

As **receitas publicitárias** subiram 13% face ao período homólogo (12% no 2T), derivado do bom desempenho de volume acima mencionado.

Por seu turno, o comportamento dos **outros proveitos operacionais** encontra justificação sobretudo nos menores proveitos da Holding, relacionado com os *fees* cobrados às várias unidades de negócio, bem como na mais-valia na venda de 35% da Transjornal, registada no 2T09.

A evolução da rubrica de **custos operacionais** reflecte o esforço na contenção de custos ao nível das estruturas centrais.

O **EBITDA** do segmento foi negativo em € 0,5 milhões, o que compara com € 1,3 milhões positivos do semestre homólogo.



7. Ajustamentos de Consolidação

milhares de €	6M 2010	6M 2009	Var %	2T 2010	2T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	(23.891)	(29.064)	-18%	(12.478)	(15.720)	-21%
Publicidade	(506)	(807)	-37%	(271)	(422)	-36%
Outros proveitos operacionais	(23.385)	(28.257)	-17%	(12.208)	(15.298)	-20%
Custos Operacionais	(23.454)	(28.277)	-17%	(12.209)	(15.186)	-20%
EBITDA	(438)	(787)	-44%	(270)	(534)	-49%
Margem EBITDA	1,8%	2,7%	-0,9pp	2,2%	3,4%	-1,2pp
Amortizações	0	0	n.m.	0	0	n.m.
Resultado Operacional (EBIT)	(438)	(787)	-44%	(270)	(534)	-49%

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 €	6M 2010	6M 2009	Var %	2T 2010	2T 2009	Var %
Recebimentos	141.386	163.959	-14%	82.560	95.615	-14%
Pagamentos	(144.680)	(150.981)	-4%	(70.196)	(76.795)	-9%
Fluxos das actividades operacionais (1)	-3.294	12.978	n.a.	12.364	18.820	-34%
Recebimentos	31.886	69.157	-54%	25.504	62.074	-59%
Pagamentos	(24.404)	(79.910)	-69%	(11.102)	(58.893)	-81%
Fluxos das act. de investimento (2)	7.482	-10.753	n.a.	14.402	3.181	353%
Recebimentos	41.302	46.642	-11%	25.550	11.590	120%
Pagamentos	(59.710)	(48.283)	24%	(52.783)	(32.659)	62%
Fluxos das act. de financiamento (3)	-18.408	-1.641	n.m.	-27.233	-21.069	29%
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(14.220)	584	n.a.	(467)	932	n.a.
Caixa e seus equivalentes no início do período	20.556	7.172	187%	6.803	6.824	0%
Caixa e seus equivalentes no final do período	6.336	7.756	-18%	6.336	7.756	-18%

O **cash flow das actividades operacionais** atingiu os € -3,3 milhões, que compara com € 13 milhões em 2009. A contribuir decisivamente para esta evolução, e de uma forma decrescente de importância, estiveram (pela menor actividade) as actividades de Produção Audiovisual, Cinema & Vídeo, e Entretenimento, as quais compensaram de forma negativa o melhor desempenho homólogo do segmento de Televisão.

O **cash flow das actividades de investimento** passou de € -10,8 milhões para € 7,5 milhões. Analisando o *cash-flow* respeitante a imobilizado corpóreo e incorpóreo, este ascendeu a € -4,5 milhões, valor que compara favoravelmente com € -5,5 milhões no ano transacto. É de salientar igualmente (i) o pagamento da penúltima tranche referente à compra da Plural Entertainment (€ 9,3 milhões) e (ii) € 0,6

milhões referentes a aquisições (10% do capital social da CLMC e prestações acessórias, bem como de 100% do capital da PCP – produtora em Espanha). O valor do ano passado incluía, para além do montante idêntico relativo à compra da Plural Entertainment, o valor relativo à aquisição de 30,71% do capital social do IOL Negócios (€ 0,6 milhões). O valor final positivo deve-se ao impacto líquido entre recebimentos e pagamentos de empréstimos à Promotora de Informaciones, S.A.

O **cash flow das actividades de financiamento** apresentou um valor de € -18,4 milhões, reflectindo o desempenho das actividades operacionais e de investimento, a variação de caixa e, finalmente, o pagamento de dividendos no montante global de € 17,1 milhões.



9. Endividamento

milhares de €	Jun 2010	Dez 2009	Var Abs	Var %
Dívida financeira	128.917	128.866	51	0%
Empréstimos bancários / Papel comercial	124.192	124.096	95	0%
Outro endividamento	4.726	4.770	(44)	-1%
Caixa & equivalentes	6.336	20.556	(14.220)	-69%
Dívida líquida	122.581	108.310	14.272	13%

Em função dos movimentos acima descritos, o **endividamento líquido** do Grupo Media Capital registou um aumento de 13% ou € 14,3 milhões face a Dezembro de 2009, situando-se no final de Junho em € 122,6 milhões. O endividamento líquido **ajustado**

dos empréstimos à Promotora de Informaciones, S.A. **atingiu € 98 milhões** no final do período, que compara com € 63,8 milhões no final do ano transacto, colocando o Grupo Media Capital numa confortável estrutura de capital.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA

EM 30 DE JUNHO DE 2010 E 31 DE DEZEMBRO DE 2009

(Montantes expressos milhares de Euros)

ACTIVO	30.06.2010	31.12.2009
ACTIVOS NÃO CORRENTES:		
Goodwill	172.480	172.741
Activos intangíveis	20.828	21.452
Activos tangíveis	29.169	31.114
Investimentos em associadas	215	-
Activos disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	54.357	59.526
Outros activos não correntes	1.341	1.470
Impostos diferidos activos	5.327	5.335
	<u>283.725</u>	<u>291.646</u>
ACTIVOS CORRENTES:		
Direitos de transmissão de programas de televisão	13.860	8.903
Existências	1.679	1.921
Clientes e contas a receber	60.587	53.594
Outros activos correntes	41.614	60.971
Caixa e seus equivalentes	6.336	20.556
	<u>124.076</u>	<u>145.945</u>
TOTAL DO ACTIVO	<u>407.801</u>	<u>437.591</u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital	89.584	89.584
Reservas	23.126	22.495
Resultado líquido do período	8.286	17.612
Capital próprio atribuível aos accionistas maioritários da empresa mãe	<u>120.996</u>	<u>129.691</u>
Capital próprio atribuível a interesses sem controlo	4.429	4.521
Total do Capital Próprio	<u>125.425</u>	<u>134.212</u>
PASSIVO:		
PASSIVO NÃO CORRENTE:		
Empréstimos	60.240	115.145
Provisões	7.261	7.144
Outros passivos não correntes	13.356	22.148
Impostos diferidos passivos	1.638	1.638
	<u>82.495</u>	<u>146.075</u>
PASSIVO CORRENTE		
Empréstimos	65.738	11.241
Fornecedores e contas a pagar	72.140	76.420
Outros passivos correntes	59.110	67.313
Instrumentos financeiros derivados	2.893	2.330
	<u>199.881</u>	<u>157.304</u>
Total do Passivo	<u>282.376</u>	<u>303.379</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u>407.801</u>	<u>437.591</u>



GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS

DOS SEMESTRES E TRIMESTRES FINDOS EM 30 DE JUNHO DE 2010 E 2009

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	Semestre findo em		Trimestre findo em	
	30.06.2010	30.06.2009	30.06.2010	30.06.2009
PROVEITOS OPERACIONAIS:				
Vendas	5.848	10.173	3.200	5.157
Prestações de serviços	104.132	112.221	56.739	65.010
Outros proveitos operacionais	10.473	12.469	5.298	6.045
Total de proveitos operacionais	<u>120.453</u>	<u>134.863</u>	<u>65.237</u>	<u>76.212</u>
CUSTOS OPERACIONAIS:				
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(13.401)	(15.557)	(6.021)	(6.505)
Fornecimentos e serviços externos	(50.942)	(55.214)	(25.819)	(28.528)
Custos com pessoal	(33.342)	(38.317)	(17.485)	(22.270)
Amortizações	(5.964)	(6.062)	(3.126)	(3.102)
Provisões e perdas de imparidade	(419)	(563)	(176)	(370)
Outros custos operacionais	(1.706)	(1.093)	(1.177)	(322)
Total de custos operacionais	<u>(105.774)</u>	<u>(116.806)</u>	<u>(53.804)</u>	<u>(61.097)</u>
Resultados operacionais	<u>14.679</u>	<u>18.057</u>	<u>11.433</u>	<u>15.115</u>
RESULTADOS FINANCEIROS:				
Custos financeiros líquidos	(2.858)	(3.518)	(1.313)	(908)
Ganhos e perdas em empresas associadas	(46)	(165)	(24)	(182)
Resultados antes de impostos	<u>(2.904)</u>	<u>(3.683)</u>	<u>(1.337)</u>	<u>(1.090)</u>
Imposto sobre o rendimento do período	(2.738)	(5.188)	(1.958)	(5.086)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>9.037</u>	<u>9.186</u>	<u>8.138</u>	<u>8.939</u>
Atribuível a:				
Accionistas da empresa-mãe	8.286	8.618	7.634	8.613
Interesses sem controlo	<u>751</u>	<u>568</u>	<u>504</u>	<u>326</u>
Resultado por acção das operações em continuação e descontinuação (€)				
Básico	0,0980	0,1020	0,0903	0,1019
Diluído	<u>0,0980</u>	<u>0,1020</u>	<u>0,0903</u>	<u>0,1019</u>
Resultado por acção das operações em continuação (€)				
Básico	0,0980	0,1020	0,0903	0,1019
Diluído	<u>0,0980</u>	<u>0,1020</u>	<u>0,0903</u>	<u>0,1019</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS SEMESTRES FINDOS EM 30 DE JUNHO DE 2010 E 2009

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	30.06.2010	30.06.2009
<u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	141.386	163.959
Pagamentos a fornecedores	(90.236)	(88.177)
Pagamentos ao pessoal	(33.236)	(33.266)
Fluxos gerados pelas operações	17.914	42.516
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(21.208)	(29.538)
Fluxos das actividades operacionais (1)	(3.294)	12.978
<u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Alienação de subsidiárias	-	8.750
Vendas de activos tangíveis	75	105
Vendas de activos intangíveis	200	17.352
Empréstimos concedidos	31.611	42.950
	31.886	69.157
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	(9.834)	(9.812)
Aquisição de activos tangíveis	(4.208)	(5.213)
Aquisição de activos intangíveis	(287)	(313)
Empréstimos concedidos	(10.075)	(64.572)
	(24.404)	(79.910)
Fluxos das actividades de investimento (2)	7.482	(10.753)
<u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos	40.058	43.979
Juros e proveitos similares	1.244	2.663
	41.302	46.642
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(40.203)	(24.974)
Amortização de contratos de locação financeira	(429)	(767)
Juros e custos similares	(1.062)	(1.545)
Dividendos	(17.062)	(20.158)
Outras despesas financeiras	(954)	(839)
	(59.710)	(48.283)
Fluxos das actividades de financiamento (3)	(18.408)	(1.641)
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(14.220)	584
Caixa e seus equivalentes no início do período	20.556	7.172
Caixa e seus equivalentes no fim do período	6.336	7.756



10. Outras Notas de Destaque

- ✓ Prémios Meios e Publicidade 2010 - O Grupo Media Capital e seus colaboradores foram vencedores nas seguintes categorias:
 - Produtora de Televisão - Plural
 - Rádio - Rádio Comercial
 - Personalidade de Media - Luís Cabral (Director-Geral MCR)

- ✓ TVI
 - Reportagem da TVI premiada no Mónaco - A grande reportagem «Terra Desafio Global», emitida no Repórter TVI, ganhou o prémio especial do Príncipe Rainier III para a Melhor Reportagem na Categoria de Ambiente, no Festival Internacional de Televisão de Monte Carlo, Mónaco
 - MAC 2010 - Programa Cultural Televisão – Galardão atribuído ao Programa “Cartaz das Artes” da TVI
 - Liga Portuguesa de Futebol - épocas 2010/2011 e 2011/2012 - A Sport TV e a TVI chegaram a acordo para a transmissão televisiva, em território nacional e em sinal aberto, de um jogo por jornada para estas duas épocas
 - Clube Nacional da Imprensa Desportiva - Programa de televisão do ano – prémio atribuído ao programa “Maisfutebol”

- ✓ Farol:
 - Disco de Platina pelas suas vendas:
 - “Morangos com Açúcar – Vive o teu talento”
 - Disco de Ouro pelas suas vendas:
 - “O Melhor de Beto” – Beto
 - “Toda a Escolinha de Música” – Escolinha de Música
 - “Benfica Campeão” – Vários
 - “The Resistance” – Muse (Warner)