



# **Resultados de Janeiro a Setembro de 2011**

**Grupo Media Capital, SGPS, S.A.**



- 62 meses ininterruptos de liderança
- Atribuição dos direitos, para Portugal e em sinal aberto, da Champions League (épocas 2012-2015)



- TVI 24 com as melhores audiências em *prime-time* nos primeiros nove meses desde que iniciou emissões



- Aumento de audiência e aumento de quota de mercado da segunda estação mais ouvida em Portugal, encurtando a distância do líder para o valor mais baixo de sempre



- 162 milhões de páginas visualizadas mensalmente. "Incrível Porto" – primeiro livro digital lançado em Portugal (e posteriormente em papel). *App* "Maisfutebol"
- Média de 3 milhões de vídeos/mês no 3º trimestre



- Inauguração da "Cidade dos Sonhos" (Quinta dos Melos)
- Prémio "Melhor Produtora" (Meios & Publicidade)



- Maior evento do verão algarvio: Spot Summer Sessions

**Forte presença das marcas e conteúdos do Grupo na internet e nas redes sociais**

- TVI líder no panorama online dos canais de televisão, com mais de 7 milhões de visualizações e 48,4 milhões de page views
- Secret Story: 72.650.000 visualizações e 435.000 utilizadores ativos em setembro no Facebook
- Morangos com Açúcar: 7.405.000 visualizações e 193.450 utilizadores ativos por mês no Facebook
- Rádio Comercial: mais de 400.000 fãs no Facebook

GRUPO MEDIA 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 DE JANEIRO A SETEMBRO DE 2011

O Grupo Media Capital registou um EBITDA de € 27,2 milhões, 1% acima do período homólogo de 2010.

- Os proveitos operacionais foram de € 167,3 milhões (3% de queda homóloga)
- As **receitas publicitárias** foram de € 99,7 milhões, valor inferior em 5% ao do período comparável.
- A **TVI** continuou a liderar as audiências de televisão por larga margem, com *shares* médios em sinal aberto de 34,1% no total do dia e de 37,9% no horário nobre. Por seu turno, a **TVI24** obteve os melhores primeiros nove meses do ano de sempre em audiências. No segmento de Televisão, os outros proveitos operacionais, que não publicidade, cresceram acentuadamente, o que compensou quase na totalidade a menor publicidade, tendo os proveitos totais recuado 1%. O segmento obteve uma margem EBITDA de 20,9% (24,4% no período comparativo).
- A atividade de **Produção Audiovisual** registou uma redução de 3% dos proveitos operacionais. A margem EBITDA ficou em 7,0%, 0,3pp abaixo face aos primeiros nove meses de 2010.
- Em **Rádio**, os proveitos de publicidade subiram 11%, desempenho claramente superior ao do mercado. A margem EBITDA conseguida foi de 15,4%, com o EBITDA a melhorar € 2,0 milhões face ao registado em 2010, atingindo € 1,7 milhões. Tal como nos períodos anteriores, as audiências da **Rádio Comercial** e da **m80** voltaram a aumentar no 3T11 em, respetivamente, 1,7pp e 0,3pp em relação ao período correspondente em 2010.
- No segmento de **Entretenimento**, o EBITDA atingiu o valor de € -0,7 milhões, revelando portanto uma melhoria substancial face ao ano transato, apesar da deterioração das condições do setor e do mercado.
- Em **Internet**, rede de *sites* **MCM** continua a crescer em volume e publicidade. No conjunto de sites MCM foram visualizados no terceiro trimestre uma média de 3 milhões de vídeos/mês, demonstrando a capacidade do Grupo ao nível da criação de conteúdos. De destacar também o lançamento de várias *apps* para iPad e outras plataformas e dispositivos, com uma adesão assinalável, colocando a Media Capital também na liderança ao nível da exposição nas plataformas móveis. A aposta no e-commerce acentuou-se no segundo trimestre com o lançamento do **Planeo**.

Queluz de Baixo, 21 de Outubro de 2011

### Grupo Media Capital Relações com Investidores

Pedro Mendes, Diretor  
Contatos  
*e-mail:* ir@mediacapital.pt  
*Telex:* +351 21 434 59 04



## 1. Demonstração de Resultados Consolidada

milhares de €	9M 2011	9M 2010	Var %	3T 2011	3T 2010	Var %
<b>Total de Proveitos Operacionais</b>	<b>167.275</b>	<b>172.820</b>	<b>-3%</b>	<b>49.268</b>	<b>52.367</b>	<b>-6%</b>
Televisão	109.946	110.690	-1%	32.331	34.478	-6%
Produção Audiovisual	61.863	63.767	-3%	19.815	19.516	2%
Entretenimento	10.195	13.040	-22%	2.892	3.246	-11%
Rádio	10.953	9.632	14%	3.449	3.257	6%
Outros	12.727	12.010	6%	4.159	4.298	-3%
Ajust. Consolidação	(38.409)	(36.318)	6%	(13.378)	(12.427)	8%
<b>Total de Custos Operac. ex-D&amp;A</b>	<b>140.044</b>	<b>145.759</b>	<b>-4%</b>	<b>44.389</b>	<b>45.948</b>	<b>-3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>27.231</b>	<b>27.061</b>	<b>1%</b>	<b>4.879</b>	<b>6.419</b>	<b>-24%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>16,3%</b>	<b>15,7%</b>	<b>0,6pp</b>	<b>9,9%</b>	<b>12,3%</b>	<b>-2,4pp</b>
Televisão	22.955	27.012	-15%	4.521	7.379	-39%
Produção Audiovisual	4.356	4.677	-7%	879	1.458	-40%
Entretenimento	(570)	(2.674)	-79%	(345)	(1.271)	-73%
Rádio	1.691	(313)	n.a.	257	(489)	n.a.
Outros	(162)	(835)	-81%	32	(290)	n.a.
Ajust. Consolidação	(1.039)	(805)	29%	(464)	(367)	26%
Amortizações	8.790	9.054	-3%	3.032	3.091	-2%
<b>Resultados Operacionais (EBIT)</b>	<b>18.441</b>	<b>18.007</b>	<b>2%</b>	<b>1.847</b>	<b>3.329</b>	<b>-45%</b>
Resultados Financeiros (líquido)	(4.450)	(3.877)	15%	(2.394)	(974)	146%
<b>Res. antes de imp. e int. s/ controlo</b>	<b>13.991</b>	<b>14.130</b>	<b>-1%</b>	<b>(546)</b>	<b>2.355</b>	<b>n.a.</b>
Imposto sobre o rendimento	(4.223)	(3.502)	21%	84	(764)	n.a.
<b>Res.líquido das operações em continuação</b>	<b>9.768</b>	<b>10.628</b>	<b>-8%</b>	<b>(463)</b>	<b>1.591</b>	<b>n.a.</b>
Interesses sem controlo	(642)	(938)	-32%	(170)	(188)	-9%
<b>Resultado líquido do período</b>	<b>9.125</b>	<b>9.689</b>	<b>-6%</b>	<b>(633)</b>	<b>1.403</b>	<b>n.a.</b>

Nos primeiros nove meses de 2011 (9M11) o Grupo Media Capital registou um total de **proveitos operacionais consolidados** de € 167,3 milhões, o que corresponde a uma queda de 3% em relação a idêntico período de 2010. Relativamente ao trimestre, a redução foi de 6%.

O **EBITDA consolidado** do Grupo melhorou 1% para os € 27,2 milhões, com uma margem de 16%. No terceiro trimestre, o EBITDA

atingiu os € 4,9 milhões, ou seja 24% abaixo do observado em 2010, com uma margem de 9,9%.

O **resultado operacional** (EBIT) teve um incremento de 2%, quedando-se nos € 18,4 milhões, enquanto o **resultado líquido** atingiu os € 9,1 milhões (€ -0,6 milhões no 3T11), penalizado por maiores encargos financeiros (juros suportados) e por uma taxa de imposto efetiva mais elevada.

-----



milhares de €	9M 2011	9M 2010	Var %	3T 2011	3T 2010	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>167.275</b>	<b>172.820</b>	<b>-3%</b>	<b>49.268</b>	<b>52.367</b>	<b>-6%</b>
Publicidade	99.703	105.152	-5%	29.033	31.847	-9%
Outros proveitos operacionais	67.572	67.668	0%	20.235	20.521	-1%

Na evolução do total de proveitos consolidados, os **proveitos de publicidade** recuaram 5%, situação que ocorreu devido ao peso do

segmento de Televisão, no qual a publicidade variou -7%. No segmento de Rádio a variação foi positiva em 11%, ao passo que o segmento

Outros ficou em linha com o ano transato. Numa base trimestral, o terceiro trimestre registou uma queda de 9% (-11% em TV, +6% em Rádio e +7% em Outros).

Relativamente à situação do **mercado de publicidade**, não existe à data informação disponível para o período em análise. Contudo, o Grupo estima ter melhorado a sua quota de mercado, nomeadamente em Televisão em aberto e Rádio.

Os **outros proveitos** permaneceram sensivelmente no mesmo nível do ano transato, com o aumento verificado em TV, Rádio e Outros a compensar a quebra ao nível da Produção Audiovisual, Música & Eventos e Cinema & Vídeo. No trimestre, a queda homóloga verificada foi de 1%, com justificação semelhante, à exceção da Produção Audiovisual, onde estes proveitos subiram (2%).

Em relação ao total de **custos operacionais**, verificou-se um decréscimo de 4%, como

resultado não só dos menores proveitos nos segmentos de Produção Audiovisual e Entretenimento mas também dos ganhos de eficiência que têm vindo a ser obtidos nos diversos segmentos de atividade e centralmente. No trimestre, os custos recuaram 3%.

Nos primeiros nove meses de 2011 os **resultados financeiros** passaram de € -3,9 milhões para € -4,4 milhões. O *swap* sobre taxas de juro que o Grupo tem contratado teve um impacto de € -0,1 milhões neste período, vs. € -1,2 milhões em 2010. Relativamente ao 3T11, os resultados financeiros ascenderam a € -2,4 milhões, ou seja mais € 1,4 milhões do que no 3T10, devido a maiores juros suportados e ao *mark-to-market* do *swap*.

O **resultado líquido** atingiu os € 9,1 milhões, que compara com € 9,7 milhões nos 9M10, sendo que no trimestre a comparação é desfavorável (€ -0.6 milhões vs. € 1,4 milhões).

-----



## 2. Televisão



milhares de €	9M 2011	9M 2010	Var %	3T 2011	3T 2010	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>109.946</b>	<b>110.690</b>	<b>-1%</b>	<b>32.331</b>	<b>34.478</b>	<b>-6%</b>
Publicidade	88.283	94.502	-7%	25.363	28.352	-11%
Outros Proveitos	21.663	16.188	34%	6.968	6.126	14%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>86.991</b>	<b>83.677</b>	<b>4%</b>	<b>27.810</b>	<b>27.099</b>	<b>3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>22.955</b>	<b>27.012</b>	<b>-15%</b>	<b>4.521</b>	<b>7.379</b>	<b>-39%</b>
Margem EBITDA	20,9%	24,4%	-3,5pp	14,0%	21,4%	-7,4pp
Amortizações	4.530	4.533	0%	1.529	1.538	-1%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>18.425</b>	<b>22.479</b>	<b>-18%</b>	<b>2.992</b>	<b>5.840</b>	<b>-49%</b>

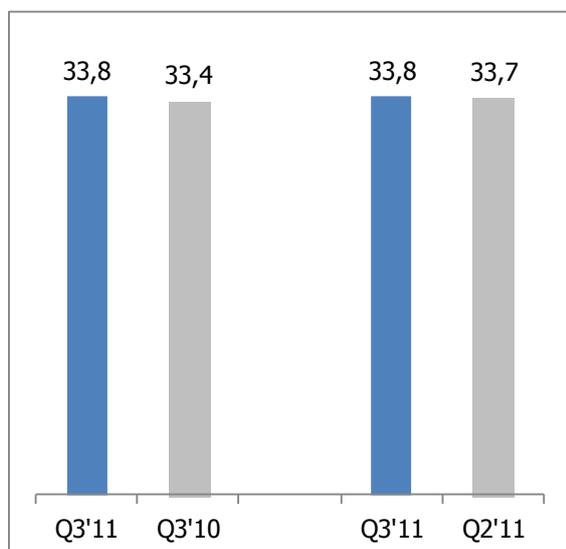


O segmento de Televisão incorpora a TVI, bem como a Publipartner, empresa do Grupo com atividade nas áreas de gestão de marketing e de parcerias, com o objetivo de desenvolver receitas complementares à publicidade, cuja

maior parte do investimento publicitário é efetuado 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, %)

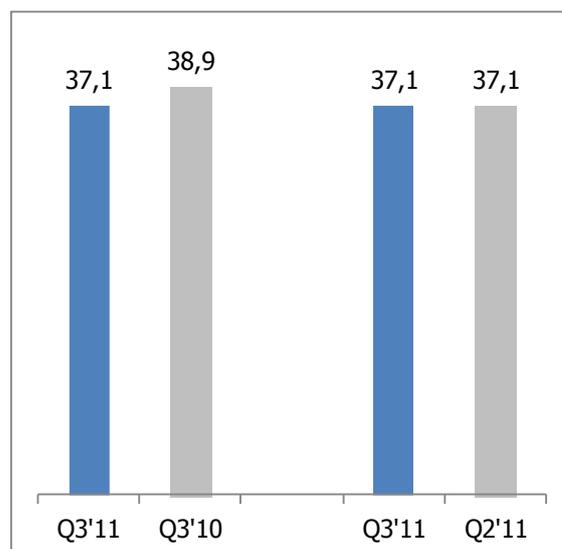
#### All-Day



Fonte: Marktest

Nos primeiros nove meses de 2011, a TVI manteve a sua liderança destacada no mercado de televisão em Portugal ao registar uma quota líder de 34,1%, estando assim prestes a completar sete anos de liderança anual no mercado português de audiências televisivas (2005-2011). No mesmo período, o operador que ocupa a segunda posição registou 30,8% de *share*, com a terceira posição a ficar nos 28,8%.

#### Prime-Time (20h-24h)



Neste mesmo período, e no horário nobre, a TVI também liderou com uma quota de audiência de 37,9% (5,8pp de vantagem sobre o segundo operador e 12,9pp sobre o terceiro).

A posição da TVI neste período do ano resultou no essencial do esforço contínuo de oferta da melhor ficção nacional, informação televisiva relevante para o consumidor e o melhor entretenimento através da adaptação de grandes formatos televisivos.

Na **ficção**, no primeiro semestre do ano terminaram as novelas **"Espírito Indomável"** e **"Mar de Paixão"**, ambas iniciadas em 2010 e cuja longa duração foi reveladora do sucesso que obtiveram junto do público português. A primeira apresentou na sua totalidade um *share* médio de 45,6% com uma audiência média diária de 1,2 milhões de indivíduos. A segunda, também para a totalidade dos episódios, obteve uma quota média 44,6% com uma contribuição regular de 1 milhão de espetadores. Já em Setembro terminou a novela **"Sedução"** a qual registou uma quota de audiência de 41,3% e mais de seiscentos mil espetadores no horário de *late prime-time*. Ainda na tipologia da oferta de ficção também o oitavo ano de **"Morangos com Açúcar"** chegou ao fim, e no encerramento de mais "um ano letivo" a quota média foi de 60,4% no *target core*, que reúne os indivíduos com idades entre os 4 e os 24 anos, e 32,5% em total de indivíduos.

Das estreias deste ano, a primeira foi **"Anjo Meu"** (Março de 2011), a qual retrata um conjunto de histórias passadas na década de 80 e que até ao momento apresenta valores de liderança clara no seu horário de exibição, com uma média de 41,8% de *share* (mais de 1 milhão de espetadores regulares). A segunda novela estreada no ano, **"Remédio Santo"**, também dirigida a todos os públicos, apresenta desde 16 de Maio um valor médio de 40,1% de *share* com uma audiência média diária de um milhão e cem mil espetadores. A escrita desta novela é coordenada por António Barreira, o único autor português premiado com um *Emmy*.

No verão e dentro do que é habitual, os **"Morangos com Açúcar"** tiveram um conjunto de episódios temáticos sob o lema **"Vive o Teu Verão"** os quais obtiveram 37% em total de indivíduos e 67,9% junto dos indivíduos com idades entre os 4 e os 24 anos. Já em Setembro iniciou-se o nono ano de emissão de **"Morangos com Açúcar"** e os 16 episódios emitidos até ao momento apresentam um *share* médio de 65,1% no *target* núcleo (idades 4/24) e em total de indivíduos apresentam uma quota de 35,3%.

Ainda na ficção, neste ano de 2011 a TVI ofereceu aos espetadores três **minisséries**, também de produção da Plural Entertainment: **"O Amor é Um Sonho"**, **"Redenção"** e **"O Dom"**, diversificando a oferta da estação e com boa adesão dos consumidores (quotas de 45,2%, 34% e 40,2% respetivamente).

O ano de 2011 está também a ser um período de renovação da **oferta informativa** da TVI, com reposicionamento editorial e renovação da sua linha gráfica, processo este que teve início no final do primeiro semestre e que está a causar um impacto fortemente positivo nos consumidores de televisão.

Assim, no mês de Setembro é de assinalar os resultados obtidos pelo **"Jornal das 8"**, o qual foi o noticiário mais visto da televisão portuguesa neste mês quer na perspetiva de mercado de canais generalistas (*aerial*), quer do ponto de vista do mercado de redes de distribuição (TTV) segundo a estimativa de audiências de televisão da Marktest. O principal serviço informativo da TVI registou uma audiência média de 9,3% (TTV 9,7%), obtendo uma quota média de mercado (*share*) de 32,4% (TTV 26,5%).

Durante este mês, o "Jornal das 8" garantiu a cobertura ampla dos grandes acontecimentos nacionais e internacionais. Apresentou ainda uma série de entrevistas/reportagem realizadas por Judite de Sousa e exibiu o **"Repórter TVI"**, a marca de Grande Reportagem da TVI. Além disso, a informação da estação foi marcada pela primeira entrevista do Presidente da República neste seu segundo mandato, com significativa repercussão política e social.

Igualmente importante de referenciar é o facto do **"Jornal das 8"** ter obtido desde a sua estreia a 6 de Maio uma audiência média de 800 mil espetadores diários o que correspondeu a uma quota de audiência de 31,7% em total de indivíduos. O melhor valor semanal deste jornal registou-se ao Domingo (36,1% de *share*), dia do comentário do professor Marcelo Rebelo de Sousa (esta presença é seguida por mais de 1 milhão de espetadores regulares).

À hora de almoço, o **"Jornal da Uma"** mantém-se com elevada adesão dos consumidores garantindo uma conquista estável da atenção sobre os serviços noticiosos: de segunda a sexta-feira uma audiência média de 509 mil espetadores e uma quota de audiência de 30,8%.

Ainda na informação é igualmente de destacar as emissões especiais que a TVI montou para o dia das **Eleições Presidenciais** a 23 de Janeiro, a qual obteve uma audiência média de um milhão de consumidores (34% de *share*), e em Junho a emissão especial registou uma audiência média de 837 mil espetadores e 32,5% de *share* de audiência.

No que respeita ao **desporto**, a TVI manteve a oferta dos jogos transmitidos em aberto da Liga, sendo que esta segunda época de direitos exclusivos 2011/2012 (desde Agosto a Setembro) apresenta uma audiência média de 1,2 milhões de indivíduos (49,2% de *share*) e no *target* específicos, indivíduos do sexo Masculino, a quota média é de 59,8% da audiência disponível neste *target*. Retrospectivamente, no primeiro semestre do ano completou-se a transmissão da época 2010/2011 da Liga Portuguesa de Futebol a qual no seu conjunto obteve uma audiência média de 1,1 milhões de espetadores – 43,2% de *share* em total de indivíduos e 53% nos masculinos.

Já em Outubro, a TVI garantiu a atribuição dos direitos, para Portugal e em sinal aberto, da **Champions League (CL)**. O acordo é válido para as épocas 2012-2015 e inclui as finais do torneio assim como as Supertaças Europeias. A TVI irá assim transmitir em direto um jogo por jornada, sendo de destacar que na próxima época a CL conta com a participação direta do vencedor e segundo classificado da Liga Portuguesa. A TVI e a TVI24 irão emitir também programas especiais dedicados a resumos e análise de todos os jogos disputados, numa lógica multiplataforma.

No grande **entretenimento**, os destaques do ano vão para a estreia de **"Perdidos na Tribo"** no primeiro semestre e a segunda edição da **"Casa dos Segredos"** a qual abriu as suas portas no dia 18 de Setembro.

Confirmando o gosto do público português no que respeita aos *reality-shows* apresentados pela TVI, as duas galas dominicais do mês de Setembro ("Casa dos Segredos") tiveram um *share* de audiência de 56% (audiência média de 1,2 milhões) e também os programas diários, "Diário" e "Extra" lideram nos horários respetivos com 42,5% e 42,3% de *share* em total de indivíduos. A liderança deste formato apresentado pela TVI é transversal a todos os *targets*.

O *reality-doc*, "Perdidos na Tribo" numa edição com a participação de personalidades da vida pública e mediática portuguesa obteve uma audiência média acima de 1,2 milhões de indivíduos o que corresponde a uma quota regular de 42,2%.

No entretenimento diário matutino, Cristina Ferreira e Manuel Luís Goucha mantêm-se como os mais vistos, através da apresentação

do *talk-show* **"Você na TV"**, o qual obteve até ao momento uma quota líder de 37,5% (em Setembro, 38,8% em total de indivíduos e 41,6% 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. Neste programa com os talentos mais jovens de Portugal, as seis emissões do trimestre obtiveram uma audiência média de 980 mil espetadores o que levou a um *share* médio de 41,1%.

Nas tardes de segunda a sexta-feira, Fátima Lopes e o seu programa **"A Tarde é Sua"** mantêm uma posição destacada no consumo televisivo no horário, ao registar uma quota de 33,4% e em donas de casa uma quota de 34,5%.

Ainda no entretenimento, mas numa lógica de eventos, neste período Fátima Lopes apresentou dois **especiais**: **"Juntos por Si"** emitido a 15 de Março (38,6% de *share*) e **"Madeira em Flor"** (35,3% de quota). É igualmente de salientar que neste Verão a TVI decidiu transmitir em direto as maiores e mais significativas **festas tradicionais** que ocorrem pelo país nesta época do ano: tendo iniciado com a Festa dos Tabuleiros em Tomar, a estação emitiu um total de nove eventos, os quais tiveram ao todo uma quota de audiência média de 36,8% para mais de 400 mil espetadores por programa.

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 ação com a estreia de **"Havai: Força Especial"** a qual tem no período uma quota de 30,8%. À noite, **"Dr. House"** continuou a revelar uma boa *performance*: 32,4% de *share*.

Na oferta de **cinema** a estação continua a apresentar os seus melhores títulos de grande público nas tardes de fim de semana: o conjunto dos títulos apresentados nos primeiros nove meses do ano obteve uma quota média de 30,7% ao Sábado e 32% 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**, obtendo 39,2% de *share* em total de indivíduos e 48,1% em ABC1 com idades entre os 25 e os 54 anos.

## TVI24 EM CONSOLIDAÇÃO

Nos primeiros nove meses do ano o canal TVI24 voltou a dar sinais de grande vitalidade para garantir a melhor informação e análise de temas junto dos espetadores portugueses. Na comparação homóloga verifica-se que estes foram os melhores primeiros nove meses da estação no horário de *prime-time*, que iniciou a sua vida em Fevereiro de 2009.

Entre os três canais portugueses especializados em notícias, o TVI24 obteve uma quota de audiência de 16,7% para o total do dia e no *prime-time* obteve 19,2%.

A agora emissão diária de segunda a sexta-feira de "**Política Mesmo**", estreada no dia 6 de Junho, e que analisa os acontecimentos mais relevantes da política portuguesa, regista até ao momento uma audiência média de 31 mil espetadores para um contacto diário de 173 mil indivíduos.

No mês de Setembro é de assinalar a estreia de "**Olhos nos Olhos**" um programa de grande debate conduzido por Judite de Sousa, a qual, em conjunto com o Professor Medina Carreira recebe todas as semanas um convidado para discutir a situação e soluções económicas para Portugal. O resultado das duas primeiras edições são 178 mil indivíduos no indicador de audiência total.

Ainda neste mês, na informação regular diária os três produtos de referência do canal mantiveram valores muito elevados de cobertura: a "**Edição da Sete**" (90 mil indivíduos de contacto diário), "**Jornal do Dia**" (121 mil) e "**Última Edição**" com 100 mil indivíduos. Com a retoma da época futebolística também regressaram os programas "**Mais Futebol**" e "**Prolongamento**", duas marcas importantes do canal e que asseguraram 293 mil e 324 mil espetadores, respetivamente, nos meses de Agosto e Setembro.

## DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de **desempenho financeiro**, e não obstante o difícil enquadramento económico, o segmento de Televisão viu os seus proveitos operacionais totais recuarem somente 1%. As **receitas de publicidade** recuaram 7% face ao ano transato. A Media Capital estima que o mercado publicitário em

sinal aberto terá recuado cerca de 10% face aos primeiros nove meses de 2010, portanto com um ganho de quota por parte da TVI. Quanto ao trimestre, os proveitos de publicidade recuaram 11%, sendo que o mercado terá recuado 14%, verificando-se por essa via igualmente uma melhoria de quota.

Os **outros proveitos** no segmento de Televisão subiram 34% nos 9M10 (14% no 3T), representando agora 20% do total de proveitos operacionais (15% nos 9M10), e tendo praticamente compensado a queda de publicidade ao nível dos valores acumulados. A contribuir para este desempenho é de destacar o incremento substancial de proveitos associados a serviços de multimédia.

Nos nove meses, os **custos operacionais** subiram 4% face ao ano anterior, motivado pelo aumento dos outros proveitos, bem como por transações intra-grupo relacionadas com *fees* de gestão. Sem estes impactos, a evolução seria de 1%. Estes 1% encontram justificação nos custos de programação, os quais subiram 2% no acumulado e no trimestre. Esta evolução resulta de uma cuidada política que permitiu compensar quase na totalidade o acréscimo de encargos decorrente dos seguintes efeitos: (i) a TVI passar a deter direitos de emissão da Liga (desde o início da época anterior, iniciada no Verão de 2010); a (ii) aposta numa cobertura de referência em informação e (iii) formatos de entretenimento. Esta evolução foi parcialmente compensada através da redução de custos ao nível da restante programação nacional e internacional. Quanto à evolução trimestral, os custos operacionais do segmento subiram 3% (2% utilizando a mesma lógica de ajustes).

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 € 23,0 milhões, que compara com € 27,0 milhões nos 9M10, com a margem respetiva a passar de 24,4% para 20,9%.

No trimestre, o EBITDA recuou 39% para € 4,5 milhões, sendo que a margem passou de 21,4% para 14,0%.



### 3. Produção Audiovisual

milhares de €	9M 2011	9M 2010	Var %	3T 2011	3T 2010	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>61.863</b>	<b>63.767</b>	<b>-3%</b>	<b>19.815</b>	<b>19.516</b>	<b>2%</b>
Publicidade	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Outros proveitos	61.863	63.767	-3%	19.815	19.516	2%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>57.507</b>	<b>59.091</b>	<b>-3%</b>	<b>18.936</b>	<b>18.058</b>	<b>5%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>4.356</b>	<b>4.677</b>	<b>-7%</b>	<b>879</b>	<b>1.458</b>	<b>-40%</b>
Margem EBITDA	7,0%	7,3%	-0,3pp	4,4%	7,5%	-3,0pp
Amortizações	2.319	2.157	8%	866	753	15%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>2.037</b>	<b>2.520</b>	<b>-19%</b>	<b>13</b>	<b>704</b>	<b>-98%</b>

O segmento de produção audiovisual atingiu no período em análise um total de proveitos operacionais de € 61,9 milhões, decrescendo 3%. Já quanto ao trimestre, a variação foi positiva em 2%, para um valor de € 19,8 milhões.

A análise aos primeiros nove meses do ano mostra que relativamente a **proveitos operacionais** a atividade em Espanha registou uma redução, nomeadamente ao nível da produção para televisões generalistas e autonómicas, bem como gestão de tv's autonómicas. Esta situação não foi compensada pela maior atividade relacionada com cinema (venda de catálogo e subvenções atribuídas) e com mais vendas internacionais. No terceiro trimestre, a variação homóloga da atividade em Espanha foi inferior a 10% à observada em 2010, com menores proveitos ao nível da

produção e gestão de tv's, não obstante a faturação de subvenções de cinema.

Quanto às operações em Portugal, os proveitos operacionais ficaram 4% acima do nível do ano transato, com maiores proveitos no que respeita a produções televisivas, bem como prestação de serviços / meios técnicos e cenários, compensando menores proveitos noutras rubricas. No trimestre, os proveitos recuaram 13%, com idêntica justificação.

Dado o menor nível de atividade agregado, o **EBITDA** acabou impactado de forma negativa (-7%, para € 4,4 milhões), com a margem a baixar 0,3pp para 7,0%. No trimestre, as justificações mantêm-se, o que provocou a queda do EBITDA em 40%, bem como da margem (para 4,4%).

-----



## 4. Entretenimento

milhares de €	9M 2011	9M 2010	Var %	3T 2011	3T 2010	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>10.195</b>	<b>13.040</b>	<b>-22%</b>	<b>2.892</b>	<b>3.246</b>	<b>-11%</b>
Música & Eventos	3.130	5.377	-42%	1.573	1.645	-4%
Cinema & Vídeo	7.065	7.663	-8%	1.319	1.601	-18%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>10.765</b>	<b>15.714</b>	<b>-31%</b>	<b>3.238</b>	<b>4.517</b>	<b>-28%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(570)</b>	<b>(2.674)</b>	<b>-79%</b>	<b>(345)</b>	<b>(1.271)</b>	<b>-73%</b>
Margem EBITDA	-5,6%	-20,5%	14,9pp	-11,9%	-39,2%	27,2pp
Amortizações	95	116	-19%	31	39	-21%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(665)</b>	<b>(2.791)</b>	<b>-76%</b>	<b>(377)</b>	<b>(1.310)</b>	<b>-71%</b>

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

O total de **proveitos operacionais** do segmento registou uma redução de 22%, com a atividade de Música & Eventos a recuar 42%, ao passo que os proveitos na atividade de Cinema & Vídeo observaram uma descida de 8%. No trimestre, o recuo global ascendeu a 11%, com uma queda de 4% em Música & Eventos e uma redução de 18% em Cinema & Vídeo.

Na atividade de **Música & Eventos**, à continuação da queda estrutural do mercado de venda física (sem valores finais, mas duplo dígito), correspondeu uma redução da venda de CD's de 63%, impactado por devoluções relativas a vendas. Nas restantes receitas desta unidade de negócio há a salientar o forte crescimento ao nível de eventos, com a realização do Meo Spot Summer Sessions.

Na atividade de **Cinema**, o mercado apresentou uma quebra de 4% em receita bruta de bilheteira (RBB), com um recuo de 7% no número de espetadores e uma subida de 3% do preço médio. Esta evolução resultou, como é habitual, de trimestres com características distintas em termos de evolução homóloga, marcados pelos calendários de estreia e exibição de alguns títulos. Assim, no primeiro trimestre o recuo de 20% da RBB deveu-se ao difícil comparativo de 2010, derivado do filme "Avatar". No segundo trimestre de 2011, a RBB subiu 25% na comparação homóloga, beneficiando de títulos fortes, como é exemplo "Rio", distribuído pela CLMC. Já no terceiro trimestre verificou-se um

recuo de 7%, apesar dos títulos "Harry Potter e os Talismãs da Morte, Parte II", "Piratas das Caraíbas: por estranhas marés" e "Os Smurfs". No terceiro trimestre, o número de espetadores decresceu 10%. Ainda em termos de mercado, o preço médio subiu 1,3% no primeiro trimestre, 6,6% no segundo e 3,3% no terceiro, derivado do facto de alguns dos maiores sucessos serem em 3D.

Tendo por base a RBB, a CLMC atingiu 12,2% de quota de mercado na distribuição de cinema de janeiro a setembro, comparando com 14,2% nos 9M10. Esta redução de quota prende-se essencialmente com o impacto extraordinário da super produção "Avatar", conforme atrás referido, tendo também impacto o fim do contrato com a Fox, no final de Agosto. Em 2011 os títulos da CLMC em destaque foram "Rio", "Cisne Negro", "Planeta dos Macacos: A Origem"; "X-Men: First Class", entre outros. No trimestre, o filme em maior destaque foi "Planeta dos Macacos: A Origem".

No que respeita ao **Vídeo**, o mercado continua em franca retração. Neste enquadramento, os proveitos da CLMC recuaram 19% nos nove meses e 28% no trimestre, não obstante as ações especiais efetuadas junto de alguns clientes, que contribuíram positivamente para os resultados.

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

Os **custos operacionais** do segmento registaram uma queda de 31%, resultando não só diretamente do menor volume de negócios, mas também da adequação das estruturas à nova realidade de mercado.

O segmento Entretenimento obteve assim um **EBITDA** de € -0,6 milhões, resultado que compara favoravelmente com o valor de € -2,7 milhões obtidos no período homólogo. No

trimestre, a melhoria homóloga também é significativa, passando o EBITDA de € -1,3 milhões para € -0,3 milhões.



## 5. Rádio

milhares de €	9M 2011	9M 2010	Var %	3T 2011	3T 2010	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>10.953</b>	<b>9.632</b>	<b>14%</b>	<b>3.449</b>	<b>3.257</b>	<b>6%</b>
Publicidade	9.919	8.972	11%	3.232	3.057	6%
Outros proveitos	1.033	660	57%	217	200	8%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>9.262</b>	<b>9.945</b>	<b>-7%</b>	<b>3.192</b>	<b>3.745</b>	<b>-15%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1.691</b>	<b>(313)</b>	<b>n.a.</b>	<b>257</b>	<b>(489)</b>	<b>n.a.</b>
Margem EBITDA	15,4%	-3,3%	18,7pp	7,4%	-15,0%	22,4pp
Amortizações	1.448	1.722	-16%	480	588	-18%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>243</b>	<b>(2.035)</b>	<b>n.a.</b>	<b>(224)</b>	<b>(1.077)</b>	<b>-79%</b>

Os dados relativos às audiências do meio rádio, medidas, através do Bareme, continuaram a evidenciar o excelente desempenho dos formatos explorados pela MCR.

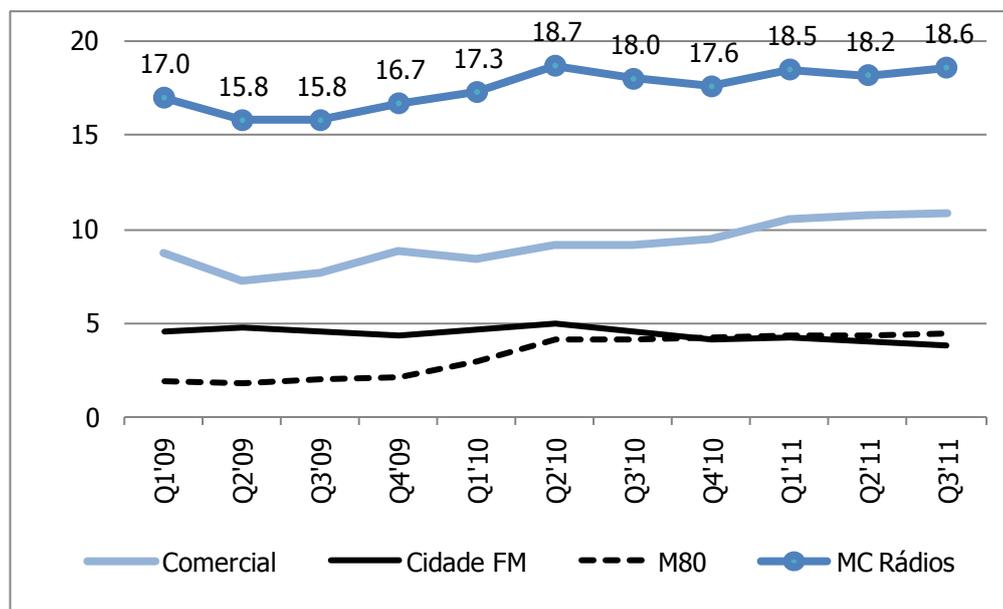
Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou um **share de audiência de 28.2%** no 3º trimestre, sendo de destacar sobretudo o desempenho da Rádio Comercial, cuja diferença para o líder no 3T11 recuou para o mínimo desde há precisamente 10 anos.

Em termos de **audiência acumulada de véspera (AAV)**, uma métrica mais interessante na medida em que reflete o consumo, os dados foram igualmente muito encorajadores, passando a MCR de 18,0% no 3T10 para **18,6% no 3T11**. A este respeito, o consumo de rádio (mercado) aumentou, ainda que ligeiramente, face ao 3T10 (+1,9pp). Relativamente à Rádio Comercial, há ainda a assinalar que depois de obter pela primeira vez uma AAV superior a 10% no primeiro semestre, no terceiro trimestre repetiu o feito, alcançando os 10,9%, valor para o qual contribuiu a forte subida de ouvintes na Região do Grande Porto, correspondendo a um ganho de cerca de 20% do número de ouvintes face ao 3T10. Por seu turno, a m80 continuou numa trajetória ascendente, ao atingir uma AAV média de 4,4%, percentagem que é a mais alta de

sempre e que compara com 4,1% no período homólogo. De referir que, das cinco rádios mais ouvidas no país, a m80 (na 4ª posição, a par da Antena 1) é a única que não tem cobertura nacional.

No seguimento da reorganização e otimização dos seus ativos, e depois do lançamento da Star FM em Novembro de 2010, já em 2011 (Janeiro) surgiu a Vodafone FM, dirigida a um público jovem, projeto que utiliza a anterior rede transmissora da Romântica FM. Em setembro, a MCR lançou o seu mais recente projeto musical, a Smooth FM, estação dedicada ao jazz, soul e blues.

O Grupo continua apostado em surpreender o mercado com projetos e conceitos inovadores que acrescentem valor a acionistas e demais *stakeholders*. Refira-se, a exemplo disso, a associação das marcas da MCR aos principais concertos e festivais musicais do verão e ao Meo Summer Spot Sessions, um dos espaços mais emblemáticos do verão algarvio.

**Audiência Acumulada de Véspera Trimestral (%)**


Fonte: Marktest. Nota: O evolutivo dos valores do agregado da MC Rádios não é totalmente comparável, dadas as alterações realizadas ao nível dos formatos de rádio.

Os **proveitos de publicidade** da MCR subiram 11% face aos 9M10 (6% no 3T11). 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 recuaram 7% no acumulado (-15% no trimestre), em resultado de uma estrutura menos onerosa e que decorre sobretudo do tipo de formatos de rádio adotados.

Face ao descrito, o **EBITDA** deste segmento melhorou significativamente de € -0,3 milhões

nos 9M10 para € 1,7 milhões nos 9M11, com a margem a atingir 15%. No trimestre, o EBITDA passou de € -0,5 milhões para € 0,3 milhões, correspondendo a uma margem de 7%.

No que respeita à presença das rádios no universo *online*, nos primeiros nove meses de 2011 a *performance* das marcas da MCR melhorou em 46% no número de *page views*, tendo o número de *unique users* ficado acima dos 2,3 milhões de média mensal. O Cottonete, *site* líder de música online, obteve no período 4,9 milhões *page views* mensais, contando com mais 900 mil *unique users* mensais.

## 6. Outros



milhares de €	9M 2011	9M 2010	Var %	3T 2011	3T 2010	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>12.727</b>	<b>12.010</b>	<b>6%</b>	<b>4.159</b>	<b>4.298</b>	<b>-3%</b>
Publicidade	2.491	2.480	0%	782	733	7%
Outros proveitos operacionais	10.236	9.529	7%	3.377	3.564	-5%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>12.889</b>	<b>12.845</b>	<b>0%</b>	<b>4.128</b>	<b>4.588</b>	<b>-10%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(162)</b>	<b>(835)</b>	<b>-81%</b>	<b>32</b>	<b>(290)</b>	<b>n.a.</b>
Margem EBITDA	-1,3%	-7,0%	5,7pp	0,8%	-6,8%	7,5pp
Amortizações	399	526	-24%	125	171	-27%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(561)</b>	<b>(1.361)</b>	<b>-59%</b>	<b>(94)</b>	<b>(461)</b>	<b>-80%</b>

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 o melhor tráfego de sempre referente aos primeiros nove meses do ano, com uma média de 167 milhões de páginas visualizadas por mês, o que representa um acréscimo de 12% face ao período homólogo. O número médio mensal de utilizadores foi de 3,5 milhões. A justificar este desempenho destacamos, entre os vários projetos:

- **"TVI24"**: +90% em *pageviews* (PV);
- **"TVI"**: +72% em PV;
- **"Lux"**: +87% em PV;
- **"Autoportal"**: +32% em PV;
- **"Agência Financeira"**: +32% em PV.

É de destacar que em setembro a TVI foi líder no panorama *online* dos canais de televisão, segundo o *ranking* nacional Netscope, tendo alcançado o 5º lugar em número de PV e o 7º em número de visitas, o que representou o melhor mês de setembro de sempre.

Segundo os dados da Marktest, o conjunto de *sites* da TVI (TVI, TVI24, e Secret Story) recebeu no referido mês mais de 7 milhões de visitas e 48,4 milhões de PV efetivas, tendo registado assim praticamente o dobro dos resultados relativamente a setembro do ano passado, em que obteve 3,7 milhões de visitas.

Paralelamente, no conjunto de *sites* MCM foram visualizados no terceiro trimestre uma média de 3 milhões de vídeos/mês, demonstrando a capacidade do Grupo ao nível da criação de conteúdos.

Durante o primeiro semestre 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 2 concertos realizados em Lisboa e no Porto.

Ao nível do *e-commerce*, é de destacar o lançamento, a 20 de Maio, o *site* "Planeo" (*site* de compras coletivas), o qual se posiciona de forma diferente dos existentes, por via da capacidade de comunicação do Grupo, registando já níveis de adesão muito relevantes.

TVI líder na Internet

No que diz respeito à presença *Online*, foram lançados novos *sites*, tanto para suportar novos conteúdos da TVI, de que são exemplos o programa "Uma Canção Para Ti", "Perdidos na Tribo" e as novelas "Anjo Meu", "Remédio Santo", bem outros *sites* para explorar acontecimentos relevantes, tais como os Óscares e o Dia dos Namorados. Não menos relevante, é de destacar o *site* "Secret Story" ("Casa dos Segredos"), lançado com serviço de *streaming* 24h e com subscrição paga (26 milhões de PV e 2,7 milhões de visitas nos primeiros 10 dias).

No período em análise foi também lançado o "e-golo" (um jogo de simulação de futebol online) para a nova temporada futebolística, com uma versão *premium*, com índices de adesão muito assinaláveis.

Finalmente, deu-se no primeiro trimestre a entrada da Media Capital no mundo das aplicações móveis, com o lançamento das *apps* TVI24 para iPad e outras plataformas móveis. Com dezenas de milhares de *downloads* atingida 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. Foram ainda lançadas outras *apps* igualmente de enorme sucesso, como são os casos de "Marcelo", "MaisFutebol", "Bola na Barra" e "Estrada Nacional". No agregado, a MCM já conseguiu um total de mais de 120 mil *downloads* de *apps*.

As **receitas publicitárias** ficaram ao nível do ano transato, sendo a variação positiva em 7% quando observado o trimestre. Por projeto, são de salientar os desempenhos muito positivos dos *sites* TVI e TVI24.

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 7% dos **custos operacionais** reflete transações intra-grupo, não sendo por isso sinónimo de subida de custos centrais ou da atividade de internet.

O **EBITDA** ajustado do segmento foi negativo em € 0,2 milhões, o que compara favoravelmente com € -0,8 milhões nos 9M10. No trimestre, o EBITDA foi marginalmente positivo (€ 32 milhares), vs. € -0,3 milhões no 3T10.

-----



## 7. Ajustamentos de Consolidação

milhares de €	9M 2011	9M 2010	Var %	3T 2011	3T 2010	Var %
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>(38.409)</b>	<b>(36.318)</b>	<b>6%</b>	<b>(13.378)</b>	<b>(12.427)</b>	<b>8%</b>
Publicidade	(990)	(802)	23%	(344)	(296)	16%
Outros proveitos operacionais	(37.419)	(35.516)	5%	(13.035)	(12.131)	7%
<b>Custos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>(37.370)</b>	<b>(35.513)</b>	<b>5%</b>	<b>(12.915)</b>	<b>(12.059)</b>	<b>7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(1.039)</b>	<b>(805)</b>	<b>29%</b>	<b>(464)</b>	<b>(367)</b>	<b>26%</b>
Margem EBITDA	2,7%	2,2%	0,5pp	3,5%	3,0%	0,5pp
Amortizações	0	0	n.m.	0	0	n.m.
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(1.039)</b>	<b>(805)</b>	<b>29%</b>	<b>(464)</b>	<b>(367)</b>	<b>26%</b>

Quanto às rubricas de **ajustamentos de consolidação**, os valores constantes das mesmas refletem na sua larga maioria a atividade 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 €	9M 2011	9M 2010	Var %	3T 2011	3T 2010	Var %
Recebimentos	204.211	208.498	-2%	65.525	67.112	-2%
Pagamentos	(204.848)	(213.545)	-4%	(67.982)	(68.865)	-1%
<b>Fluxos das actividades operacionais (1)</b>	<b>-637</b>	<b>-5.047</b>	<b>-87%</b>	<b>-2.457</b>	<b>-1.753</b>	<b>40%</b>
Recebimentos	1.971	36.809	-95%	399	3.413	-88%
Pagamentos	(9.521)	(26.185)	-64%	(1.068)	(1.781)	-40%
<b>Fluxos das act. de investimento (2)</b>	<b>-7.549</b>	<b>10.624</b>	<b>n.a.</b>	<b>-669</b>	<b>1.631</b>	<b>n.a.</b>
Recebimentos	182.869	93.561	95%	52.985	53.503	-1%
Pagamentos	(189.859)	(115.026)	65%	(54.730)	(55.049)	-1%
<b>Fluxos das act. de financiamento (3)</b>	<b>-6.990</b>	<b>-21.465</b>	<b>-67%</b>	<b>-1.745</b>	<b>-1.546</b>	<b>13%</b>
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(15.177)	(15.888)	-4%	(4.870)	(1.667)	192%
Caixa e equivalentes no início do período	23.579	20.556	15%	13.273	6.336	109%
<b>Caixa e equivalentes no final do período</b>	<b>8.402</b>	<b>4.669</b>	<b>80%</b>	<b>8.402</b>	<b>4.669</b>	<b>80%</b>

O **cash flow das actividades operacionais** atingiu os € -0,6 milhões, que compara com € -5,0 milhões em igual período de 2010, com a melhoria verificar-se nas áreas de negócio de Produção Audiovisual, Entretenimento e Rádio.

O **cash flow das actividades de investimento** passou de € 10,6 milhões para € -7,5 milhões. Analisando o *cash-flow* respeitante a pagamentos de imobilizado corpóreo e incorpóreo, este ascendeu a € -4,5

milhões, valor que compara com € -6,0 milhões no ano transato.

O **cash flow das actividades de financiamento** apresentou um valor de € -7,0 milhões, refletindo o desempenho das actividades operacionais e de investimento, assim como a distribuição de dividendos, num valor global de € 7,2 milhões.



## 9. Endividamento

milhares de €	Set-11	Dez-10	Var Abs	Var %
<b>Dívida financeira</b>	<b>115.393</b>	<b>113.729</b>	<b>1.663</b>	<b>1%</b>
Empréstimos bancários / Papel comercial	110.674	109.543	1.131	1%
Outro endividamento	4.719	4.186	533	13%
<b>Caixa &amp; equivalentes</b>	<b>8.402</b>	<b>23.579</b>	<b>(15.177)</b>	<b>-64%</b>
<b>Dívida líquida</b>	<b>106.991</b>	<b>90.150</b>	<b>16.840</b>	<b>19%</b>

Em função dos movimentos acima descritos, o **endividamento líquido** do Grupo Media Capital registou um aumento de 19% ou seja, € 16,8 milhões face a Dezembro de 2010, situando-se no final de setembro em € 107 milhões. Esta evolução resulta em larga medida da sazonalidade da atividade do Grupo, a qual se concentra no último trimestre do ano, permitindo gerar fluxos operacionais positivos e reduzir o nível de endividamento em Dezembro, face aos trimestres ao longo do ano. Igualmente, o grupo pagou um montante

global de € 7.2 milhões este ano. De salientar ainda que, como habitualmente, o valor da dívida inclui o justo valor dos derivados contratados, bem como *leasings*, num valor global de € 4,7 milhões no final de Setembro. O endividamento líquido **ajustado** dos empréstimos à Promotora de Informaciones, S.A. **atingiu € 90,1 milhões** no final do período, que compara com € 73,1 milhões no final do ano transato, mantendo o Grupo Media Capital uma confortável estrutura de capital.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA
EM 30 DE SETEMBRO DE 2011 E 31 DE DEZEMBRO DE 2010

(Montantes expressos milhares de Euros)

ATIVO	30.09.2011	31.12.2010
<b>ATIVOS NÃO CORRENTES:</b>		
Goodwill	167.113	167.113
Ativos intangíveis	19.267	20.320
Ativos tangíveis	27.669	30.645
Investimentos em associadas	53	66
Ativos disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	60.273	54.593
Outros ativos não correntes	2.612	1.448
Impostos diferidos ativos	5.726	5.543
	<u>282.720</u>	<u>279.737</u>
<b>ATIVOS CORRENTES:</b>		
Direitos de transmissão de programas de televisão	12.892	12.168
Existências	463	1.047
Clientes e contas a receber	52.667	53.328
Ativos por imposto corrente	1.454	758
Outros ativos correntes	36.521	36.197
Caixa e seus equivalentes	8.402	23.579
	<u>112.400</u>	<u>127.077</u>
<b>TOTAL DO ACTIVO</b>	<u><u>395.120</u></u>	<u><u>406.814</u></u>
<b>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</b>		
<b>CAPITAL PRÓPRIO:</b>		
Capital	89.584	89.584
Reservas	29.228	23.124
Resultado líquido do período	9.125	12.400
Capital próprio atribuível aos acionistas maioritários da empresa mãe	<u>127.938</u>	<u>125.107</u>
Capital próprio atribuível a interesses sem controlo	3.487	4.023
Total do Capital Próprio	<u>131.425</u>	<u>129.130</u>
<b>PASSIVO:</b>		
<b>PASSIVO NÃO CORRENTE:</b>		
Empréstimos	78.505	32.668
Provisões	7.862	7.868
Outros passivos não correntes	-	13.555
Impostos diferidos passivos	1.612	1.612
Instrumentos financeiros derivados	1.399	2.083
	<u>89.379</u>	<u>57.786</u>
<b>PASSIVO CORRENTE</b>		
Empréstimos	35.488	78.978
Fornecedores e contas a pagar	73.325	73.179
Passivos por imposto corrente	972	905
Outros passivos correntes	64.532	66.836
	<u>174.317</u>	<u>219.898</u>
Total do Passivo	<u>263.695</u>	<u>277.684</u>
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO</b>	<u><u>395.120</u></u>	<u><u>406.814</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS PERÍODOS E TRIMESTRES FINDOS EM 30 DE SETEMBRO DE 2011 E 2010

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	9 meses findos em		Trimestre findo em	
	30.09.2011	30.09.2010	30.09.2011	30.09.2010
<b><u>PROVEITOS OPERACIONAIS:</u></b>				
Prestações de serviços	140.377	148.014	41.201	43.882
Vendas	4.508	7.515	898	1.668
Outros proveitos operacionais	22.390	17.291	7.168	6.818
Total de proveitos operacionais	<u>167.275</u>	<u>172.820</u>	<u>49.268</u>	<u>52.367</u>
<b><u>CUSTOS OPERACIONAIS:</u></b>				
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(19.472)	(18.396)	(4.742)	(4.995)
Fornecimentos e serviços externos	(68.937)	(74.056)	(21.870)	(23.114)
Custos com pessoal	(50.171)	(50.899)	(17.461)	(17.557)
Amortizações	(8.790)	(9.054)	(3.032)	(3.091)
Provisões e perdas de imparidade	(631)	(789)	(203)	(369)
Outros custos operacionais	(834)	(1.620)	(113)	86
Total de custos operacionais	<u>(148.834)</u>	<u>(154.813)</u>	<u>(47.421)</u>	<u>(49.039)</u>
Resultados operacionais	<u>18.441</u>	<u>18.007</u>	<u>1.847</u>	<u>3.329</u>
<b><u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u></b>				
Custos financeiros	(4.907)	(4.684)	(2.485)	(1.061)
Proveitos financeiros	471	875	101	111
Custos financeiros, líquidos	<u>(4.436)</u>	<u>(3.808)</u>	<u>(2.384)</u>	<u>(951)</u>
Ganhos e perdas em empresas associadas	(13)	(69)	(10)	(23)
Resultados antes de impostos	<u>(4.450)</u>	<u>(3.877)</u>	<u>(2.394)</u>	<u>(974)</u>
Imposto sobre o rendimento do período	13.991	14.130	(546)	2.355
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>4.223</u>	<u>(3.502)</u>	<u>84</u>	<u>(764)</u>
Atribuível a:				
Acionistas da empresa-mãe	9.768	10.628	(463)	1.591
Interesses sem controlo	642	938	170	188
	<u>9.768</u>	<u>10.628</u>	<u>(463)</u>	<u>1.591</u>
Resultado por ação das operações em continuação em Euros				
Básico	0,1080	0,1147	(0,0075)	0,0166
Diluído	<u>0,1080</u>	<u>0,1147</u>	<u>(0,0075)</u>	<u>0,0166</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS PERÍODOS FINDOS EM 30 DE SETEMBRO DE 2011 E 2010

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>30.09.2011</u>	<u>30.09.2010</u>
<u>ATIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	204.211	208.498
Pagamentos a fornecedores	(114.614)	(129.245)
Pagamentos ao pessoal	<u>(51.025)</u>	<u>(48.804)</u>
Fluxos gerados pelas operações	38.572	30.449
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à atividade operacion	<u>(39.209)</u>	<u>(35.496)</u>
Fluxos das atividades operacionais (1)	<u>(637)</u>	<u>(5.047)</u>
<u>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Vendas de ativos tangíveis	325	129
Vendas de ativos intangíveis	220	200
Subsídios de investimento obtidos	27	-
Dividendos	-	663
Juros e proveitos similares	107	1.246
Empréstimos concedidos	<u>1.293</u>	<u>34.571</u>
	<u>1.971</u>	<u>36.809</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	(150)	(9.834)
Aquisição de ativos tangíveis	(4.086)	(5.669)
Aquisição de ativos intangíveis	(439)	(307)
Empréstimos concedidos	<u>(4.847)</u>	<u>(10.375)</u>
	<u>(9.521)</u>	<u>(26.185)</u>
Fluxos das atividades de investimento (2)	<u>(7.549)</u>	<u>10.624</u>
<u>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos	<u>182.869</u>	<u>93.561</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(176.304)	(93.707)
Amortização de contratos de locação financeira	(1.585)	(896)
Juros e custos similares	(3.280)	(1.714)
Dividendos	(7.277)	(17.329)
Outras despesas financeiras	<u>(1.414)</u>	<u>(1.381)</u>
	<u>(189.859)</u>	<u>(115.026)</u>
Fluxos das atividades de financiamento (3)	<u>(6.990)</u>	<u>(21.465)</u>
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(15.177)	(15.888)
Caixa e seus equivalentes no início do período	23.579	20.556
Caixa e seus equivalentes no fim do período	8.402	4.669

*Nota: Este documento foi escrito ao abrigo do novo Acordo Ortográfico*