

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: 7.606.186,20 euros

RESULTADOS DO 1º TRIMESTRE DE 2006

Grupo Media Capital alcançou um resultado líquido de €3,1 milhões, representando um crescimento de 134%, face ao mesmo período de 2005.

- § No 1º trimestre de 2006, os proveitos consolidados aumentaram 7% para os €51,5 milhões, com +13% em Televisão, + 4% em Rádio e +7% em Publicidade exterior.
- § As receitas publicitárias subiram 9% para €39,3 milhões, com +11% em Televisão.
- § O EBITDA consolidado registou uma subida de 30% face ao mesmo período do ano anterior, para €9,3 milhões.
- § A margem EBITDA foi de 18%, um crescimento de 3,3 p.p. face aos 14,7% do período homólogo de 2005.
- § Os resultados operacionais (EBIT) registaram um aumento de 49% para os €6,4 milhões como resultado do forte crescimento do desempenho operacional.
- § A TVI liderou as audiências durante a totalidade do 1º trimestre de 2006, tanto em *all day* como em *prime time*, com shares de audiências de 37% e 42% respectivamente.
- § A TVI chegou a acordo com a Sport TV para a obtenção dos direitos exclusivos de transmissão em sinal aberto nas próximas duas épocas, dos jogos da Liga Portuguesa de Futebol.
- § O share de audiências em rádio cresceu para os 25,1%, impulsionado pelo forte aumento da Rádio Comercial.

Lisboa, 26 de Abril de 2006

Grupo Media Capital
Susana Gomes da Costa
Relações com Investidores

1. Análise às Demonstrações Financeiras Consolidadas

(valores em milhares de €)	T1 06	T1 05	Var %
Total de Proveitos Operacionais	51,531	48,291	7%
Televisão	37,586	33,193	13%
Rádio	3,456	3,307	4%
Publicidade exterior	3,663	3,438	7%
Outros	6,826	8,353	-18%
Total de Custos Operacionais	42,264	41,173	3%
EBITDA	9,267	7,118	30%
Margem EBITDA	18.0%	14.7%	3.2 pp
Televisão	10,801	7,903	37%
Rádio	128	285	-55%
Publicidade exterior	2	(321)	N/A
Outros	(1,663)	(749)	-122%
Amortizações	2,855	2,828	1%
Goodwill	0	0	N/A
Resultados Operacionais (EBIT)	6,412	4,290	49%
Resultados Financeiros (líquido)	1,366	2,686	-49%
Res. antes de imp. e int. minoritários	5,046	1,604	215%
Imposto sobre o rendimento	(1,966)	(759)	-159%
Interesses minoritários	12	477	-98%
Resultado líquido do período	3,092	1,323	134%

Para o período findo em 31 de Março de 2006, o Grupo Media Capital apresentou **proveitos consolidados** de €51,5 milhões, um crescimento de 7% face ao mesmo período do ano anterior e um **EBITDA** (líquido de todas as provisões) de €9,3 milhões, um aumento de 30% face ao período homólogo de 2005.

O **Resultado Operacional** (EBIT) atingiu os €6,4 milhões no 1º trimestre de 2006, registando uma subida de 49% face aos €4,3 milhões no 1º trimestre de 2005. O **Resultado Líquido** aumentou para €3,1 milhões, que comparados com €1,3 milhões no mesmo período do ano anterior representam um crescimento de 134%.

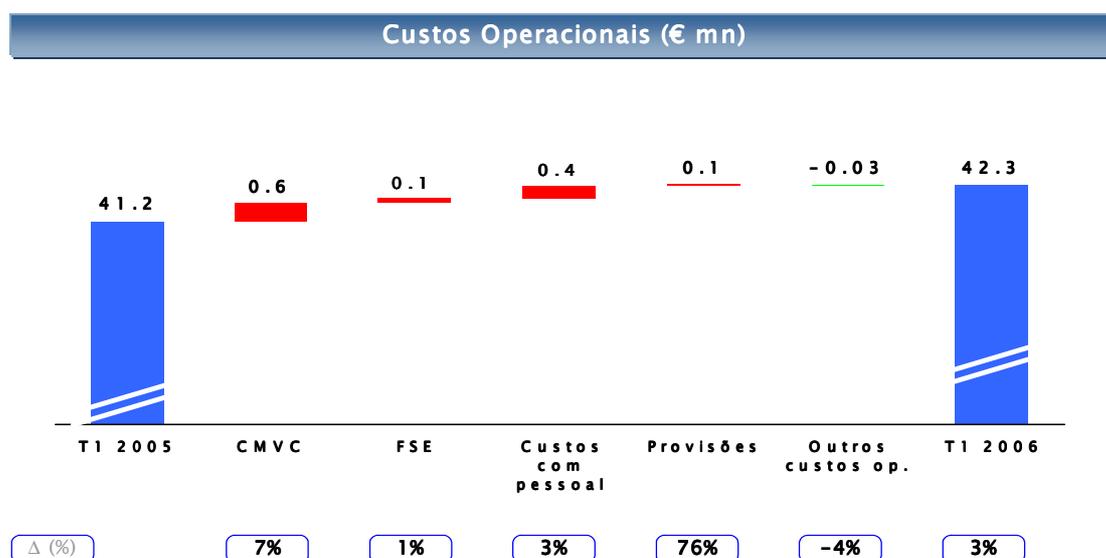


O crescimento das receitas consolidadas fica a dever-se principalmente ao crescimento de 9% nas receitas publicitárias, com a Televisão a registar uma subida de 11%, a Rádio a descer 2%, a Publicidade Exterior a registar uma aumento de 4% e o segmento Outros uma subida de 10%.

Esta performance no 1º trimestre, um período tradicionalmente difícil para as empresas de media, ficou a dever-se principalmente ao forte crescimento registado nas audiências do segmento de Televisão face ao 1º trimestre de 2005, tendo a TVI liderado tanto em *prime time* como no total do dia, e tendo reforçado a sua liderança em quota de mercado publicitário.

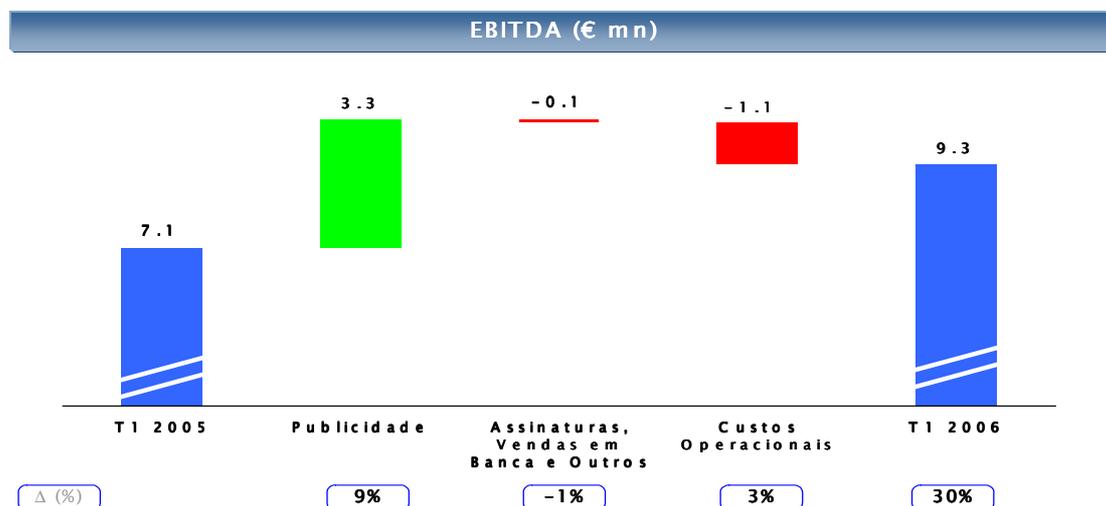
A redução de 24% nas vendas de revistas, deveu-se a uma menor procura a nível de mercado de revistas e ao impacto do aparecimento de novas publicações.

Os Outros proveitos operacionais, registaram uma subida de 5%, com os crescimentos verificados nos segmentos de Televisão, Rádio e Publicidade exterior, a exceder a redução já esperada no tráfego de Internet.



Os **custos operacionais** registaram uma subida de 3%, resultando de:

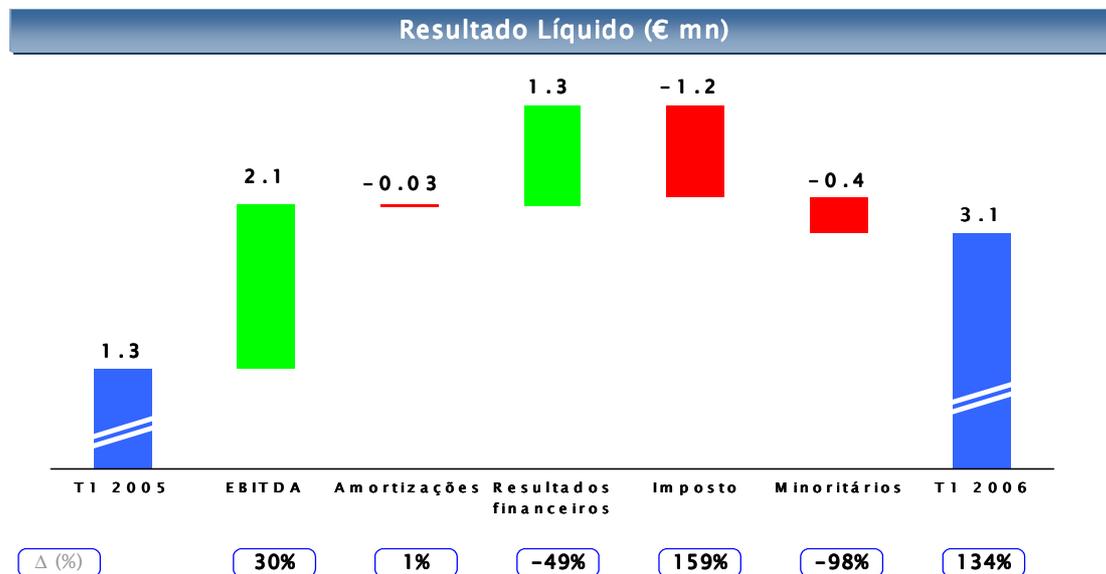
- aumento de custos de programação em Televisão (€1,3 milhões), com o aumento dos custos com a produção interna de programas e custos com *reality shows*
- aumento de custos associados a receitas não publicitárias (€0,2 milhões) e
- aumento em nos custos de marketing no segmento de Rádio (€0,2 milhões), sendo que estes aumentos foram parcialmente compensados por:
 - redução de custos variáveis na área de Internet (€0,4 milhões) e
 - redução de custos associados à venda de produtos complementares e eventos associados à área de imprensa.(€0,2 milhões).



Os **custos e perdas financeiros** recuaram 49%, e incluem

- €1,0 milhões de juros líquidos (diminuindo 30% face a ao 1º trimestre de 2005 em virtude de menor dívida média no período),
- €0,4 milhões em custos com refinanciamentos bancários (resultantes da renegociação da senior debt facility no passado),
- €0,2 milhões de custos em empresas afiliadas e
- €0,3 milhões em outros custos financeiros, parcialmente compensados por
- €0,5 milhões de proveitos do *equity swap* sobre acções próprias contratado pelo Grupo Media Capital.

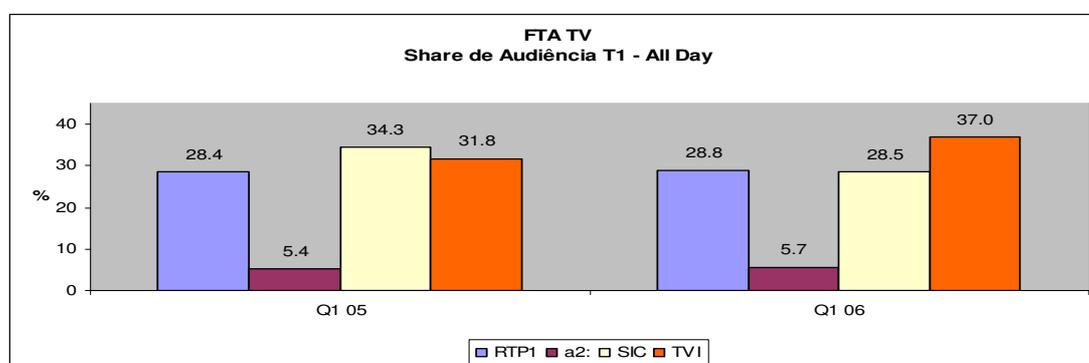
O **imposto sobre o rendimento do exercício**, (não representa na sua maioria saída de numerário) apresenta um acréscimo devido ao aumento nos resultados antes de impostos. A taxa efectiva de imposto é superior à taxa nominal (27,5%), dado que certos custos financeiros a nível da Holding não são dedutíveis fiscalmente e devido à tributação autónoma estimada que incide sobre certas despesas.



2. Televisão

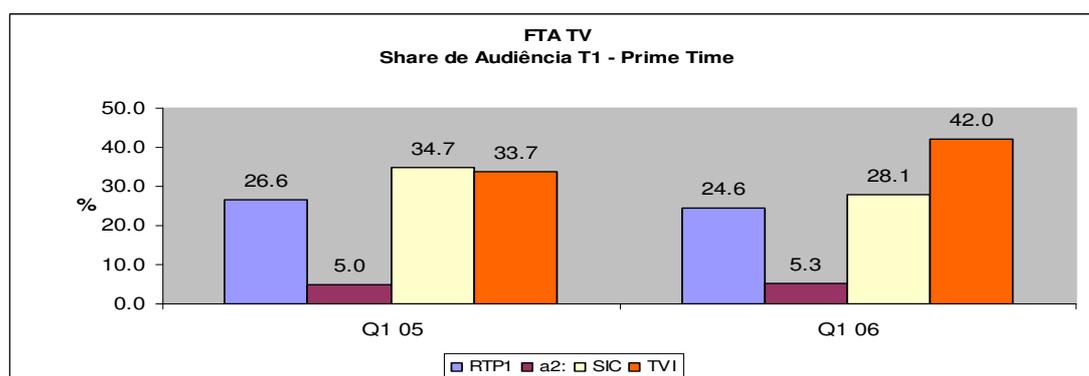
(valores em milhares de €)	T1 06	T1 05	Var %
Proveitos Operacionais	37,586	33,193	13%
Publicidade	31,211	28,059	11%
Outros Proveitos	6,375	5,134	24%
Total de Custos Operacionais	26,786	25,290	6%
EBITDA	10,801	7,903	37%
Margem EBITDA	28.7%	23.8%	4.9 pp
Amortizações	1,538	1,630	-6%
<i>Goodwill</i>	0	0	N/A
Resultado Operacional (EBIT)	9,262	6,273	48%

O segmento de Televisão inclui transmissão e produção televisiva, além de actividades relacionadas não publicitárias (incluindo a venda de CD's de música).



Fonte: Marktest

De acordo com os dados da Marktest, a TVI liderou as **audiências** de televisão na totalidade do 1º trimestre de 2006. Líder em *prime time* desde 2001, a TVI tomou a liderança também nas audiências *all day* em 2005, posição que manteve nos 3 primeiros meses de 2006 com *shares* de **37% em all day** e de **42% em prime time**.



Fonte: Marktest

A liderança da TVI estendeu-se também a outras importantes faixas horárias, com destaque para o acesso ao horário nobre (entre as 18h e as 20h) e no *late night* (entre as 0h e as 2:30h), ambos com *shares* de audiências superiores a 41%.

A boa performance sustentada da TVI assentou nos elementos habituais de programação, em que as produções de ficção portuguesa do Grupo continuam a ser a base do continuado sucesso da TVI nos *shares* de audiência.

A série juvenil “Morangos com Açúcar”, transmitida no acesso ao horário nobre, conquistou uma média diária de audiências de 42,4%, obtendo um share de 74,2% na faixa etária dos 4 aos 24 anos. Em Março chegou ao fim a novela “**Mundo Meu**”, que ao longo de 203 exibições obteve resultados assinaláveis com um *share* médio de 49,6%. Em sua substituição no horário nobre, a TVI iniciou a novela “**Fala-me de Amor**”, que registou em Março (21 episódios) 44,3% de *share*, liderando claramente o seu horário. “**Dei-te Quase Tudo**”, a outra novela da TVI no horário nobre, tem também obtido excelentes resultados, com *shares* de audiência acima dos 49% durante o 1º trimestre de 2006.

Os programas de informação da TVI mantiveram audiências fortes, num trimestre em que todos eles registaram mudanças nos seus apresentadores, com melhorias introduzidas ao nível do grafismo e design dos estúdios. O “**Jornal Nacional**” continua a ser o programa diário de informação com maior audiência em Portugal.

As transmissões dos jogos da **Primeira Liga de Futebol** - cujos direitos exclusivos para a transmissão em TV de sinal aberto nas próximas duas épocas desportivas, foram recentemente adjudicados à TVI - continuaram a atrair audiências significativas nas noites dos fins-de-semana, alcançando audiências médias acima de 45% nos primeiros meses de 2006. Ao nível do entretenimento, a TVI iniciou no final de Março a transmissão do reality show “Circo das Celebidades”, que tem obtido *shares* de audiência acima dos 42% nos espectáculos de Domingo à noite.

Com um crescimento de 11% nos seus **proveitos publicitários**, a TVI registou um desempenho claramente superior à fraca evolução verificada no mercado publicitário de televisão, tendo a mesma sido obtida através do **crescimento das audiências**, face a um mais fraco 1º trimestre de 2005. A TVI reforçou a sua liderança em termos de quota de mercado de investimento publicitário no 1º trimestre de 2006, alcançando um **share aproximado de 49%**.

Os **outros proveitos** registaram um aumento de 24% no período, principalmente devido ao aumento dos proveitos de call-TV e de Merchandising, receitas esta que beneficiaram da popularidade da série juvenil “Morangos com Açúcar”, enquanto as **vendas de CD’s** (que detém o maior peso nos outros proveitos no segmento de Televisão) registaram também uma evolução positiva de cerca de 2%, mantendo a boa performance de períodos anteriores. Este desempenho fica a dever-se tanto à Farol Música (principalmente através das bandas sonoras das séries e novelas da TVI), como aos discos da Warner, de artistas como Madonna ou James Blunt. No total a Farol e a Warner colocaram 23 dos seus CD’s e 14 DVD’s nos respectivos top 30 nacionais, liderando as tabelas em metade das semanas do 1º trimestre. A contribuição dos outros proveitos do segmento de Televisão passou de cerca de 15% no 1º trimestre de 2005 para os 17% no mesmo período em 2006.

Os **custos operacionais** do segmento de Televisão verificaram um acréscimo de 6% ou €1,5 milhões no 1º trimestre de 2006, devido ao:

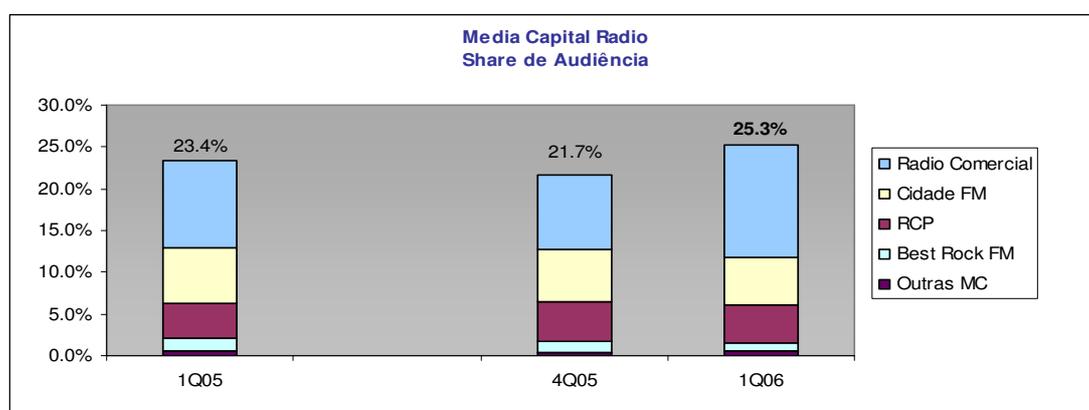
- § Crescimento total de custos de programação em cerca de €1,3 milhões, devido ao aumento dos custos com os programas de produção interna e maiores custos com reality shows (“Circo das Celebidades”).
- § Aumento dos custos variáveis associados a proveitos na área não publicitária em €0,2 milhões.

O **EBITDA consolidado** do segmento Televisão cresceu 37% em relação ao 1º trimestre do ano anterior, para os €10,8 milhões, tendo a **margem EBITDA** aumentado de 23,8% para **28,7%**.

O **EBIT consolidado** do segmento registou uma subida de 48% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo os €9,3 milhões.

3. Rádio

(valores em milhares de €)	T1 06	T1 05	Var %
Proveitos Operacionais	3,456	3,307	4%
Publicidade	3,200	3,281	-2%
Outros proveitos	255	26	884%
Total de Custos Operacionais	3,328	3,022	10%
EBITDA	128	285	-55%
Margem EBITDA	3.7%	8.6%	-4.9 pp
Amortizações	462	315	46%
Goodwill	0	0	N/A
Resultado Operacional (EBIT)	(333)	(30)	-997%



Fonte: Markttest

A **quota de audiências** total da Media Capital Radios (MCR) foi de 25,3% no 1º trimestre de 2006, uma subida de 1,9 p.p. face ao mesmo período de 2005 e 3,6 p.p. face ao 4º trimestre de 2005.

A **Rádio Comercial**, com um crescimento significativo alcançou o segundo lugar na share de audiências de rádio em Portugal. O **Rádio Clube** foi também relançado sob uma nova marca (anteriormente “RCP”) e um novo formato, com uma maior componente de notícias e informação. Este novo formato tem o potencial para gerar mais proveitos no futuro, tanto através de novos patrocínios a programas específicos, como através da melhoria no perfil dos ouvintes, mais urbano e com maior poder de compra. Com estes resultados a MCR reduz a distância que a separa da liderança (de 14,9% para 10,7% em um ano), distância essa que é agora a mais curta desde 2001.

Os **proveitos publicitários** da MCR tiveram uma diminuição de 2% face ao mesmo período do ano anterior, com a MCR a acompanhar a tendência do mercado publicitário de Rádio, o qual a Media Capital estima que se tenha continuado a retrair neste 1º trimestre de 2006. Uma recuperação sustentada das audiências deverá traduzir-se num aumento das receitas publicitárias nos próximos trimestres.

Os **custos operacionais** verificaram um aumento de 10%, justificado pelo aumento de custos com os acordos de retransmissão do grupo, na sequência da estratégia de aumento de cobertura geográfica das suas emissões (Rádio Clube e Cidade FM), bem como ainda ao aumento dos custos de marketing, com as campanhas lançadas para comunicar as mudanças – incluindo os logótipos e assinaturas – na Rádio Comercial e no Rádio Clube.

O **EBITDA consolidado** do segmento de Rádio reduziu-se 55% no 1º trimestre de 2006, tendo a margem EBITDA diminuído 4,9 p.p. para os 3,7%.

O **EBIT consolidado** do segmento diminuiu €0,3 milhões face ao período homólogo do exercício anterior para os € -0,3 milhões.

4. Publicidade exterior

(valores em milhares de €)	T1 06	T1 05	Var %
Proveitos Operacionais	3,663	3,438	7%
Publicidade	3,567	3,434	4%
Outros proveitos	96	4	2256%
Total de Custos Operacionais	3,662	3,759	-3%
EBITDA	2	-321	N/A
Margem EBITDA	0.0%	-9.3%	9.4 pp
Amortizações	297	278	7%
Goodwill	0	0	N/A
Resultado Operacional (EBIT)	(295)	(599)	51%

A Media Capital Outdoor (MCO) registou um crescimento dos seus **proveitos publicitários** de 4% face ao mesmo período do ano anterior. Este desempenho obtido pela MCO, foi suportado pelos ganhos verificados tanto na sua rede de Mupis nos transportes públicos (metropolitano e comboio), como na sua rede de cartazes. A expectativa é de que o ano de 2006, reverta a tendência de descida verificada no mercado publicitário de Publicidade Exterior no ano anterior, quer através da maior estabilização dos preços, quer através da melhoria da rede da MCO nos transportes públicos e do aumento da oferta da MCO TV.

Apesar de esperar o início de uma tendência de recuperação, a MCO irá manter a sua atenção no controlo de custos, nomeadamente através da optimização da rede existente e da restrição em investimentos em capacidade de rede adicional. Os **custos operacionais** verificaram uma diminuição de 3% principalmente devido à redução dos custos com taxas locais, na sequência da optimização da rede de cartazes que ocorreu final de 2005.

O **EBITDA consolidado** da MCO ficou perto do *break even* no 1º trimestre de 2006, registando uma melhoria de €0,3 milhões, evolução suportada tanto pelo aumento dos proveitos, como pela esforço de gestão de custos que a empresa está a levar a cabo. O **EBIT consolidado** verificou uma evolução em valor semelhante.

5. Outros

(valores em milhares de €)	T1 06	T1 05	Var %
Proveitos Operacionais	6,826	8,353	-18%
Publicidade	1,322	1,207	10%
Assinaturas e vendas em banca	1,821	2,381	-24%
Outros proveitos operacionais	3,682	4,764	-23%
Total de Custos Operacionais	8,489	9,101	-7%
EBITDA	(1,663)	(749)	-122%
Amortizações	558	605	-8%
Goodwill	0	0	N/A
Resultado Operacional (EBIT)	(2,221)	(1,354)	-64%

A área de Internet, publicação de revistas, custos centrais da Holding e ajustamentos de consolidação estão incluídos neste segmento.

Os **proveitos publicitários** deste segmento registaram uma evolução positiva de 10%, com a nova revista Grazia, a Lux e a Casas de Portugal a compensarem as descidas verificadas na Lux Woman, Maxmen e Briefing.

Num trimestre em que se assistiu a uma descida generalizada nos leitores, tanto nos jornais como nas revistas, relativamente quer ao 1º quer ao 4º trimestre de 2005, as principais publicações do Grupo apresentaram resultados distintos quando comparados com o trimestre imediatamente anterior:

- A Lux subiu 0,3 p.p. para os 3,3% (com 4,1% no T1 de 2005) e mantém a 3ª posição no seu segmento,
- a Lux Woman subiu para os 2,6% (2,9% no T1 de 2005) estando igualmente na 3ª posição no seu segmento.
- A Maxmen e apesar de manter a liderança no seu segmento, viu a sua audiência cair 0,4 p.p. para os 3,9% (e 4,8% no T1 2005)

A revista Grazia chegou aos 0,7% na sua primeira entrada na tabela de audiências. O jornal Metro, uma *joint venture* do Grupo com a Metro International, liderou os jornais diários gratuitos, mantendo os 4,9% de audiência.

As **assinaturas e vendas em banca** registaram uma diminuição de 24%, com o lançamento dos novos títulos Grazia e Auto Comércio (classificados de veículos em 2ª mão) a não ser suficiente para compensar as quebras na circulação da Lux (11%), da Lux Woman (12%) e da Maxmen (22%), bem como o impacto do encerramento da revista Fotochoque no final de 2005.

Os **outros proveitos operacionais** verificaram um decréscimo de 23% devido à **continuada quebra nos utilizadores activos e nos minutos utilizados no Internet Service Provider**, bem como ainda à quebra verificada na venda de produtos complementares na revista Lux. Para compensar a redução das receitas do serviço de ISP, o grupo lançou o IOL Talki, um serviço de VoIP, em Julho de 2005 e irá centrar a sua atenção de 2006 em diante, no desenvolvimento de conteúdos e no aumento de visitantes (utilizadores únicos) e de tráfego (páginas vistas) nos seus sites online e serviços de directório (classificados automóveis e imobiliário). A atenção renovada sobre os conteúdos online, iniciou-se já com a renovação, levada a cabo em Março, do design do portal IOL e dos seus principais *sites*, alterações que já levaram à obtenção de novos recordes em termos de páginas vistas e de visitantes na rede IOL e suas principais marcas: IOL.pt, Maisfutebol, Portugal Diário e Agência Financeira.

Os **custos operacionais** verificaram uma redução de 7%, como efeito da descida dos custos variáveis na área de Internet (€0,4 milhões), acompanhada pela redução dos custos de marketing e dos custos associados à venda de produtos complementares e eventos associados às revistas do Grupo.

O **EBITDA** registou um decréscimo para os €1,7 milhões negativos, com o EBIT do segmento a descer para os €2,2 milhões negativos no 1º trimestre de 2006.

6. Cash flow

(valores em milhares de €)	T 1 06	T 1 05	Var %
Actividades Operacionais:			
Recebimentos	65,246	58,472	12%
Pagamentos	(59,712)	(55,224)	8%
Fluxos das actividades operacionais (1)	5,534	3,248	70%
Actividades de Investimento:			
Recebimentos	6	2	312%
Pagamentos	(3,139)	(5,166)	-39%
Fluxos das act. de investimento (2)	(3,132)	(5,165)	39%
Actividades de Financiamento:			
Recebimentos	2,563	2,535	1%
Pagamentos	(5,413)	(2,869)	89%
Fluxos das act. de financiamento (3)	(2,849)	(334)	-754%
Var. de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(448)	(2,251)	
Caixa e seus equivalentes no início do período	3,608	5,329	
Caixa e seus equivalentes no final do período	3,160	3,078	

O **cash flow das actividades operacionais** cresceu 70% no 1º trimestre de 2006, atingindo os €5,5 milhões. A evolução positiva de 12% nos recebimentos operacionais resulta principalmente do crescimento de 7% nos proveitos operacionais e de um maior volume de recebimentos do ano anterior em comparação com o período homólogo (consequência do aumento de actividade no final de 2005 face ao mesmo período do ano anterior). Os fluxos de pagamentos operacionais registaram uma evolução de 8%, principalmente devido ao aumento de 6% de custos operacionais e à recuperação nos pagamentos a fornecedores de saldos em aberto no final de 2005.

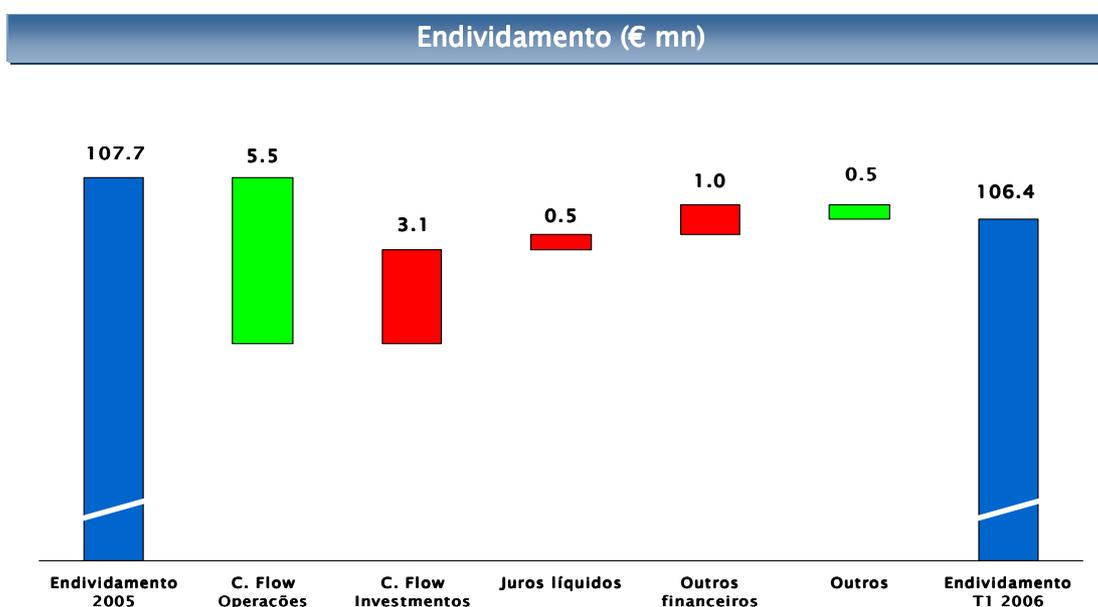
O **cash flow das actividades de investimento** diminuiu para os de €3,1 milhões no 1º trimestre de 2006. Os pagamentos das actividades de investimento incluem €1,0 milhões relativos ao pagamento de investimentos anteriores no projecto de expansão no segmento de Rádios, na aquisição da TCS e em outras aquisições e €2,0 milhões de imobilizado corpóreo (incluindo pagamentos relativos a compras efectuadas no final de 2005).

O **cash flow das actividades de financiamento** resulta da redução líquida da dívida bancária, no montante de €1,4 milhões, dos juros pagos no valor de €0,5 milhões e €1,0 milhões de outros pagamentos de custos financeiros, incluindo principalmente, *swaps* de taxas de juro e despesas e comissões bancárias.

7. Endividamento

(valores em milhares de €)	Mar-06	Dez 05	Varição	Var %
Total Dívida Grupo	106,354	107,760	(1,406)	-1%
Contrato de empréstimo sindicado	100,585	98,019	2,566	3%
Outro endividamento	5,769	9,741	(3,972)	-41%

O endividamento total do Grupo Media Capital registou uma diminuição de €1,4 milhões no 1º trimestre de 2006, diminuição efectuada através do cash flow operacional gerado. O endividamento total líquido do grupo era de €103,2 milhões a 31 de Março de 2006, que comparam com €104.2 milhões no final de 2005.



**Demonstrações Consolidadas dos Resultados para o período findo em
em 31 de Março de 2006 e 31 de Março de 2005**

(montantes expressos em milhares de euros)

	<u>Março 2006</u>	<u>Março 2005</u>
Proveitos operacionais		
Vendas	6,126	6,970
Prestações de serviços	42,297	39,455
Proveitos suplementares	3,103	1,865
Subsídios à exploração	5	1
	<u>51,531</u>	<u>48,291</u>
Custos operacionais		
Custo das matérias consumidas	9,031	8,466
Fornecimentos e serviços externos	20,422	20,286
Custos com o pessoal	11,916	11,558
Depreciações e amortizações	2,855	2,828
Provisões	148	84
Outros custos e perdas operacionais	746	779
	<u>45,118</u>	<u>44,001</u>
Resultados Operacionais	<u>6,413</u>	<u>4,290</u>
Custo líquido de financiamento	<u>1,367</u>	<u>2,686</u>
Resultados antes de impostos	<u>5,046</u>	<u>1,604</u>
Imposto sobre resultados correntes	<u>1,966</u>	<u>759</u>
Resultados líquidos	<u>3,080</u>	<u>845</u>
Atribuível aos:		
Accionistas	3,092	1,322
Interesses minoritários	(12)	(477)
	<u>3,080</u>	<u>845</u>

Balanço consolidado em 31 de Março de 2005 e 31 de Dezembro de 2005

(montantes expressos em milhares de euros)

	Março 2006	Dezembro 2005
ACTIVO		
Activos não correntes:		
Goodwill	174,373	174,373
Activos intangíveis	12,502	12,930
Activos tangíveis	33,438	34,726
Investimentos em empresas associadas	563	575
Direitos de transmissão e programas de televisão	49,346	47,719
Outros activos não correntes	2,919	2,545
Impostos diferidos activos	11,645	13,691
	<u>284,786</u>	<u>286,559</u>
Activos correntes:		
Existências	1,841	1,990
Clientes e contas a receber	39,887	42,241
Outros activos correntes	16,043	14,213
Caixa e seus equivalentes	3,160	3,608
Instrumentos financeiros derivados	2,267	1,786
	<u>63,198</u>	<u>63,838</u>
Total do Activo	<u>347,984</u>	<u>350,397</u>
CAPITAL PRÓPRIO, INTERESSES MINORITÁRIOS E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital social	7,606	7,606
Prémio de emissão de acções	81,709	82,035
Reservas	10,727	10,603
Resultados transitados	28,593	15,254
Resultado líquido consolidado do exercício	3,092	13,013
Capital próprio atribuível a accionistas	<u>131,727</u>	<u>128,511</u>
Interesses minoritários	2,843	2,858
Total do Capital próprio	<u>134,570</u>	<u>131,369</u>
PASSIVO:		
Passivos Não Correntes:		
Empréstimos	86,635	83,890
Provisões	5,988	7,019
Outros passivos não correntes	4,210	6,390
Instrumentos financeiros derivados	751	1,102
Impostos diferidos passivos	1,197	1,277
	<u>98,781</u>	<u>99,678</u>
Passivos Correntes:		
Empréstimos	18,129	21,885
Fornecedores e contas a pagar	72,469	68,112
Outros Passivos correntes	24,035	29,353
	<u>114,633</u>	<u>119,350</u>
Total do Passivo	<u>213,414</u>	<u>219,028</u>
Total do Capital Próprio e do Passivo	<u>347,984</u>	<u>350,397</u>

Demonstrações Consolidadas dos Fluxos de Caixa para o período findo
em 31 de Março de 2005 e 31 de Março de 2006

(montantes expressos em milhares de euros)

	Março 2006	Março 2005
	<hr/>	<hr/>
<u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	65,246	58,472
Pagamentos a fornecedores	(33,431)	(32,898)
Pagamentos ao pessoal	(12,804)	(10,698)
Fluxos gerados pelas operações	<hr/> 19,011	<hr/> 14,876
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(13,476)	(11,629)
	<hr/> 5,535	<hr/> 3,247
Fluxos das actividades operacionais (1)	<hr/> <hr/> 5,535	<hr/> <hr/> 3,247
<u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Imobilizações corpóreas	6	1
	<hr/> 6	<hr/> 1
Pagamentos respeitantes a:		
Investimentos financeiros	(1,005)	(1,949)
Imobilizações corpóreas	(2,048)	(2,573)
Imobilizações incorpóreas	-	(494)
Empréstimos concedidos a empresas participadas	(85)	(150)
	<hr/> (3,138)	<hr/> (5,166)
Fluxos das actividades de investimento (2)	<hr/> <hr/> (3,132)	<hr/> <hr/> (5,165)
<u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	2,500	2,500
Juros e proveitos similares	63	35
	<hr/> 2,563	<hr/> 2,535
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(3,881)	(886)
Juros e custos similares	(547)	(726)
Dividendos	-	-
Outras despesas financeiras	(986)	(1,256)
	<hr/> (5,414)	<hr/> (2,868)
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<hr/> <hr/> (2,851)	<hr/> <hr/> (333)
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(448)	(2,251)
Caixa e seus equivalentes no início do exercício	3,608	5,329
Caixa e seus equivalentes no fim do exercício	3,160	3,078