

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 SEMESTRE DE 2006

O Grupo Media Capital alcançou um resultado líquido de €10 milhões, um aumento de 15% face ao mesmo período em 2005.

- § No 1º semestre de 2006, os proveitos consolidados registaram um aumento de 6% para os €116,9 milhões, com +12% em Televisão, +4% em Publicidade exterior e -3% em Rádio.
- § As receitas publicitárias subiram 7% para €92,0 milhões, principalmente devido ao sólido crescimento do segmento de Televisão com +9%. No 2º trimestre de 2006 estas receitas subiram 5% com a Televisão a registar um crescimento de 7%.
- § O EBITDA consolidado verificou uma evolução de 14% face ao mesmo período do ano anterior para os €26,0 milhões. No 2º trimestre o EBITDA consolidado subiu 7% para os €16,7 milhões.
- § A margem EBITDA do 1º semestre foi de 22.2%, um crescimento de 1,7 p.p. face ao período homólogo de 2005, tendo a mesmo atingido um valor de 25.5% no 2º trimestre, uma subida de 0,5 p.p.
- § Os resultados operacionais (EBIT) obtiveram um aumento de 19% para os €20,3 milhões na sequência da sólida evolução do desempenho operacional.
- § A TVI liderou as audiências em todo o 1º semestre de 2006, tanto em *all day* como em *prime time*, com shares de audiências de 36,7% e 41,6% respectivamente.
- § Mesmo tendo Junho sido mês de Mundial de Futebol, a TVI manteve a preferência dos espectadores Portugueses, tendo registado audiências de 34,4% em *all day* e de 39,1% em *prime time*.

Lisboa, 26 de Julho de 2006

Grupo Media Capital
Susana Gomes da Costa
Relações com Investidores

1. Análise às Demonstrações Financeiras Consolidadas

(valores em milhares de €)	S1 06	S1 05	Var %	T2 06	T2 05	Var %
Total de Proveitos Operacionais	116,921	110,631	6%	65,390	62,340	5%
Televisão	87,248	78,048	12%	49,661	44,855	11%
Rádio	7,260	7,456	-3%	3,804	4,149	-8%
Publicidade exterior	8,833	8,527	4%	5,170	5,089	2%
Outros	13,581	16,600	-18%	6,755	8,247	-18%
Total de Custos Operacionais	90,966	87,931	3%	48,702	46,758	4%
EBITDA	25,955	22,700	14%	16,688	15,582	7%
Margem EBITDA	22.2%	20.5%	1.7 pp	25.5%	25.0%	0.5 pp
Televisão	28,644	23,690	21%	17,843	15,787	13%
Rádio	7	972	-99%	-121	687	N/A
Publicidade exterior	1,005	570	76%	1,003	891	13%
Outros	(3,701)	(2,532)	-46%	(2,038)	(1,784)	-14%
Amortizações	5,698	5,663	1%	2,843	2,835	0%
Goodwill	0	0	N/A	0	0	N/A
Resultados Operacionais (EBIT)	20,257	17,036	19%	13,845	12,746	9%
Resultados Financeiros (líquido)	4,493	4,310	4%	3,126	1,624	93%
Res. antes de imp. e int. minoritários	15,765	12,727	24%	10,718	11,123	-4%
Imposto sobre o rendimento	(5,530)	(4,230)	-31%	(3,564)	(3,471)	3%
Interesses minoritários	(210)	250	N/A	(222)	(228)	-2%
Resultado líquido do período	10,024	8,747	15%	6,932	7,424	-7%

Para o período findo em 30 de Junho de 2006, o Grupo Media Capital apresentou **proveitos consolidados** de €116,9 milhões, uma subida de 6% face a idêntico período do ano anterior e um **EBITDA** (líquido de todas as provisões) de €26,0 milhões, uma evolução positiva de 30% face ao período homólogo de 2005.

O **Resultado Operacional** (EBIT) verificou uma evolução positiva de 19% face aos €17,0 milhões do 1º semestre de 2005, atingindo os €20,3 milhões no 1º semestre de 2006. O **Resultado Líquido** subiu para €10,0 milhões, um ganho de 15% face ao mesmo período do ano anterior.



O crescimento registado nas receitas consolidadas fica a dever-se maioritariamente ao **aumento de 7% nas receitas publicitárias**, em que o segmento de Televisão obteve um aumento de 9%, o segmento Outros uma subida de 6%, a Publicidade Exterior um aumento de 1% e a Rádio a recuar 8%.

O desempenho obtido no 1º semestre, resulta na sua maior parte do forte crescimento registado nas audiências do segmento de Televisão face ao mesmo período do ano anterior, tendo a TVI liderado tanto em *prime time* com em *all day*, mantendo a sua liderança em quota de mercado publicitário.

A descida de 18% nas vendas de revistas, enquadra-se numa tendência de queda generalizada no mercado das publicações, com as revistas a seguir essa tendência, ainda que minorada pelo impacto do aparecimento de novas publicações.

Os Outros proveitos operacionais, obtiveram um crescimento de 7%, com os crescimentos alcançados nos segmentos de Televisão e Rádio a suplantarem a já antecipada redução no tráfego de Internet.

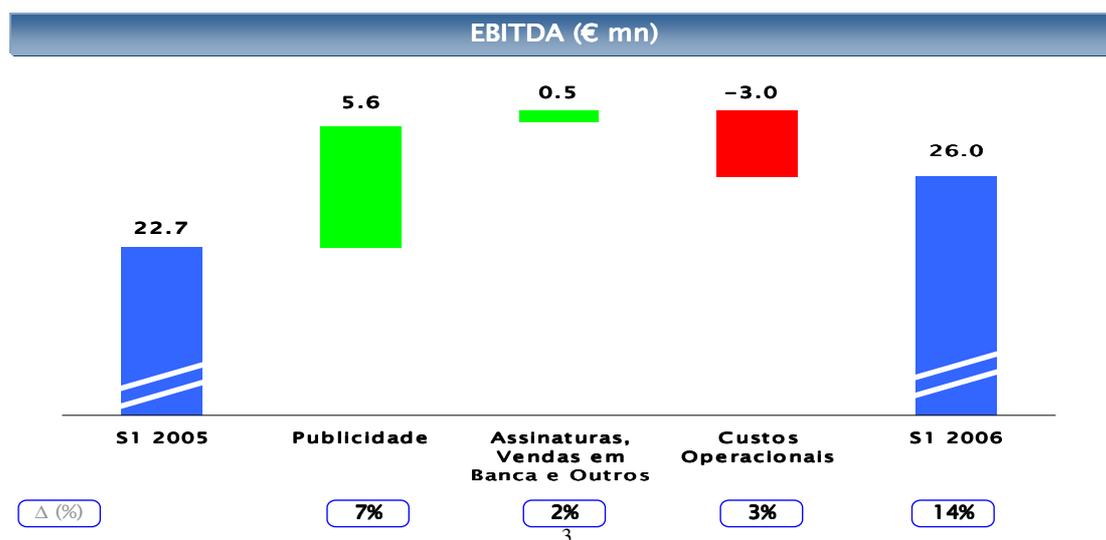


Os **custos operacionais** registaram uma subida de 3%, como resultado do:

- aumento de custos de programação em Televisão (€3,0 milhões), com o aumento dos custos com a produção interna de programas e custos com a transmissão do Campeonato da Europa de futebol de Sub-21 e a cobertura e resumos do Campeonato do Mundo de futebol.
- aumento em nos custos de marketing no segmento de Rádio (€0,8 milhões) e
- aumento de custos associados a maiores receitas não publicitárias (€0,4 milhões)

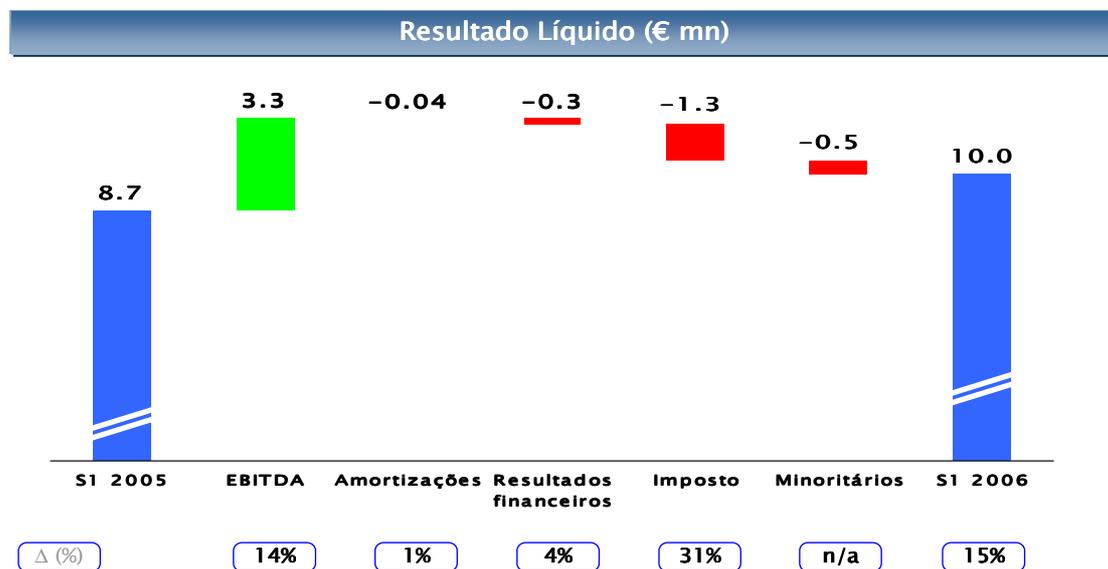
sendo que estes aumentos foram em parte compensados por:

- redução de custos variáveis na área de Internet e
- redução de custos associados à venda de produtos complementares e eventos associados à área de imprensa.



Os **custos e perdas financeiros** tiveram um aumento de 4% para os €4,5 milhões, em que a redução de encargos com juros líquidos (diminuindo 28% face a ao 1º semestre de 2005 em virtude de menor dívida média no período) e dos custos com instrumentos derivados, a ser compensada pelos custos com o *equity swap* sobre acções próprias contratado pelo Grupo Media Capital, item que no mesmo período do ano de 2005, representou um proveito financeiro de €1,6 milhões.

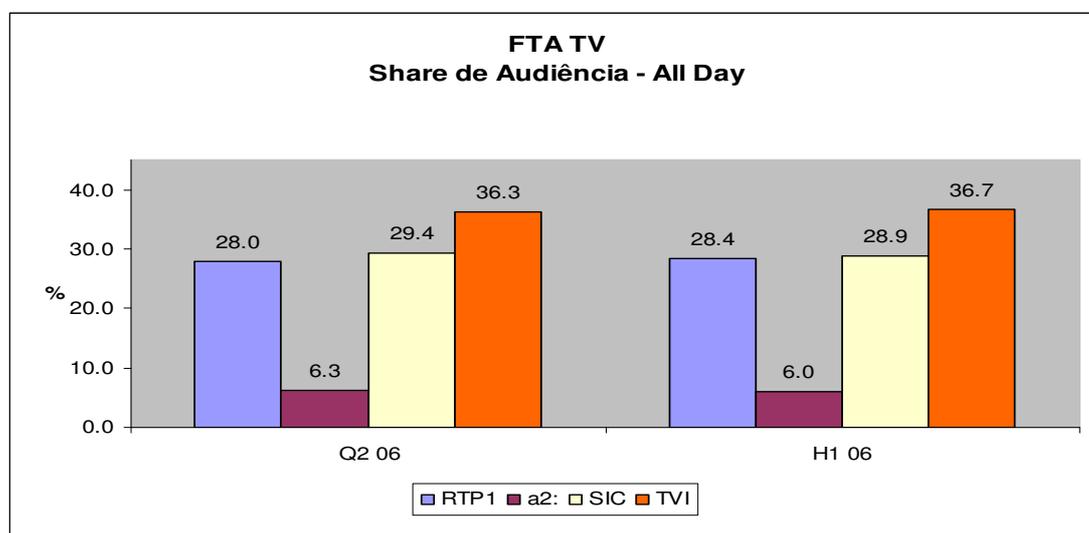
O **imposto sobre o rendimento do exercício**, (não representa na sua maioria saída de numerário) apresenta um acréscimo devido ao aumento nos resultados antes de impostos. A taxa efectiva de imposto é superior à taxa nominal (27,5%), dado que certos custos financeiros a nível da Holding não são dedutíveis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



2. Televisão

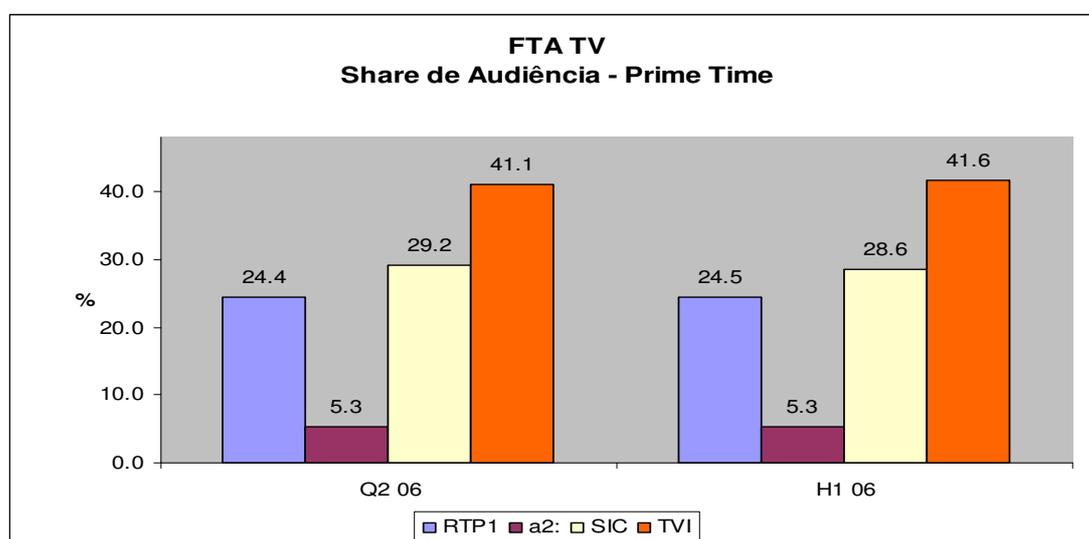
(valores em milhares de €)	S1 06	S1 05	Var %	T2 06	T2 05	Var %
Proveitos Operacionais	87,248	78,048	12%	49,661	44,855	11%
Publicidade	73,940	67,867	9%	42,729	39,808	7%
Outros Proveitos	13,308	10,181	31%	6,932	5,047	37%
Total de Custos Operacionais	58,604	54,358	8%	31,818	29,068	9%
EBITDA	28,644	23,690	21%	17,843	15,787	13%
Margem EBITDA	32.8%	30.4%	2.5 pp	35.9%	35.2%	0.7 pp
Amortizações	3,069	3,250	-6%	1,530	1,620	-6%
Goodwill	0	0	N/A	0	0	N/A
Resultado Operacional (EBIT)	25,575	20,440	25%	16,313	14,167	15%

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 semestre de 2006**, com **shares** de **36.7% em all day** e de **41.6% em prime time**. Estes valores comparam com 33,5% no total do dia e 35,8% no *prime time* no 1º semestre de 2005.



Fonte: Marktest

No 2º trimestre e apesar das transmissões do Campeonato do Mundo de futebol, a TVI manteve a liderança nas audiências, obtendo *shares* de 36,3% e 41,1% em *all day* e em *prime time* respectivamente. No mês de Junho e mesmo tendo o mesmo mês de Mundial de Futebol, a TVI manteve a preferência dos espectadores Portugueses, tendo registado audiências de 34,4% em *all day* e de 39,1% em *prime time*.

A liderança no 1º semestre manteve-se ainda em 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 de 40,9% e 39,7%.

A forte performance da TVI permanece assente nos seus 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.

Na ficção em Português a TVI estreou em Junho a sua nova novela “**Tempo de Viver**” cujos primeiros 11 episódios uma quota de **46,3%** correspondente a mais de **1,5 milhões** de espectadores diários, liderando confortavelmente o seu horário de emissão, tal como a novela “**Dei-te Quase Tudo**”, que terminou entretanto já no mês de Julho, a qual obteve um desempenho excepcional com um share médio de **47,3%** no decorrer do 1º semestre de 2006.

O produto de ficção com maior audiência entre o público mais jovem, a série III de “**Morangos com Açúcar**” chegou ao seu final neste mês, tendo atingido um share médio desde o seu início de **42,7%**, mantendo uma posição clara de liderança no horário das 19 horas. Com a chegada das férias, entrou também no ar a partir de 17 de Junho a série III de “**Morangos Com Açúcar – Férias de Verão**” com os primeiros resultados a indicarem um share médio de **47,8%** no horário referido.

O “**Jornal Nacional**” manteve-se como o serviço noticioso mais visto, confirmando-se desta forma a tendência semestral de liderança: na primeira metade de 2006 este serviço noticioso obteve **34,2%** de share e foi o único a obter mais de **1 milhão** de espectadores diariamente.

O “**Meu Odioso e Inacreditável Noivo**” transmitido pela TVI nos dois últimos meses deste semestre, liderou o seu horário nas noites ao domingo com um share médio de **43,6%**, com base regular em aproximadamente **1 milhão** de espectadores.

Com um crescimento de 9% nos seus **proveitos publicitários**, a TVI superou novamente de forma clara a fraca evolução verificada no mercado publicitário de televisão no 1º semestre de 2006, beneficiando do **crescimento das suas audiências** face a igual período em 2005. A TVI manteve a sua liderança em termos de quota de mercado de investimento publicitário tendo alcançado um **share estimado de aproximadamente 49%**.

Os **outros proveitos** verificaram uma subida de 31% no período, principalmente devido ao aumento dos proveitos de call-TV e de Merchandising. A popularidade continuada da série juvenil “Morangos com Açúcar” tem sido a principal impulsionadora das vendas de produtos licenciados. Os “Morangos com Açúcar” são hoje uma das marcas mais populares junto de crianças e adolescentes em Portugal, com mais de 100 produtos licenciados com a sua marca, desde relógios a revistas, de concertos a livros, cosmética e têxteis entre outros.

As **vendas de CD's** registaram também uma evolução positiva, de cerca de 4%, com tanto os discos da Farol Música (nomeadamente através das bandas sonoras

dos programas da TVI, tal como os “Morangos com Açúcar”), como os discos da Warner, a registarem desempenhos positivos neste 1º semestre de 2006. No total a Farol e a Warner colocaram 44 dos seus CD’s e 16 dos seus DVD’s nos respectivos top 30 nacionais, liderando as tabelas em mais de metade das semanas do 1º semestre. O peso dos outros proveitos no total de receitas do segmento de Televisão passou de cerca de 13% no 1º semestre de 2005 para os 15% no mesmo período em 2006.

Os **custos operacionais** do segmento de Televisão verificaram um acréscimo de 8% principalmente devido ao:

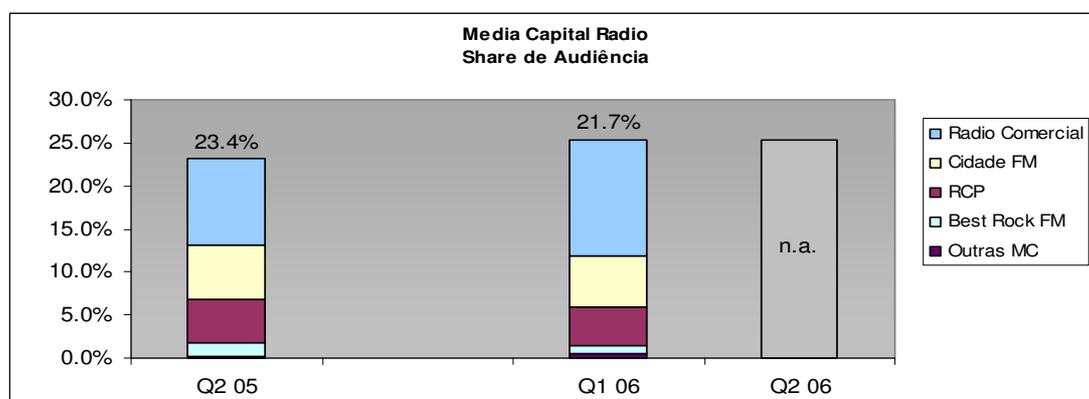
- § crescimento total de custos de programação em cerca de €3,0 milhões, devido ao aumento dos custos com os programas de produção interna e ao custos associados à transmissão do Europeu de futebol de Sub-21 e à cobertura do Campeonato do Mundo de futebol na Alemanha.
- § aumento dos custos variáveis, associados ao aumento dos proveitos, na área não publicitária em €0,4 milhões.

O **EBITDA consolidado** do segmento Televisão aumentou em 21% em relação a igual período do ano anterior para os €28,6 milhões, tendo a **margem EBITDA** aumentado para os **32,8%**, uma subida de 2,5 p.p..

O **EBIT consolidado** do segmento atingiu os €25,6 milhões um crescimento de 25% em relação a idêntico período do ano anterior.

3. Rádio

(valores em milhares de €)	S1 06	S1 05	Var %	T2 06	T2 05	Var %
Proveitos Operacionais	7,260	7,456	-3%	3,804	4,149	-8%
Publicidade	6,700	7,261	-8%	3,500	3,980	-12%
Outros proveitos	559	195	187%	304	169	80%
Total de Custos Operacionais	7,253	6,484	12%	3,925	3,462	13%
EBITDA	7	972	-99%	-121	687	N/A
Margem EBITDA	0.1%	13.0%	-12.9 pp	-3.2%	16.6%	-19.7 pp
Amortizações	909	622	46%	447	307	46%
Goodwill	0	0	N/A	0	0	N/A
Resultado Operacional (EBIT)	(902)	350	N/A	(569)	380	N/A



Fonte: Marktest

Os resultados relativos às audiências de rádio do 2º trimestre de 2006 só deverão ser divulgadas pela Marktest no final do mês de Julho.

Antes do início do Campeonato Europeu de futebol em sub-21 a Media Capital Radios (MCR) lançou a Rádio Portugal, um formato de rádio *online* que realizou a cobertura tanto do Europeu de Sub-21 como da totalidade do Mundial de futebol, alcançando mais de 1,4 milhões de ouvintes no decorrer dos seus dois meses de emissões.

A **Rádio Comercial**, que com um crescimento significativo nas audiências do 1º trimestre deste ano, alcançou o segundo lugar na share de audiências de rádio em Portugal manteve uma aposta forte no entretenimento, com um programa da manhã e um apresentador mais conhecidos do grande público e novas rubricas na sua programação. O **Rádio Clube** iniciou um processo de migração para um formato que vai incluir uma maior componente de notícias e informação, tendo mantido as suas audiências estáveis no 1º trimestre, apesar destas alterações. 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.

Os **proveitos publicitários** da MCR recuaram 8% 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 no 2º trimestre de 2006. No entanto, de salientar que esta descida se deve muito em particular a um mês de Junho especialmente fraco para a MCR e para o mercado de rádio (sendo que a tendência até ao mês de Maio era positiva face ao ano anterior), muito em especial devido ao impacto do Mundial de futebol neste mercado. Este evento, conjugado com a forte prestação da Selecção Portuguesa e com o facto do mesmo

surgir a meio do ano, afectou não só a distribuição do investimento publicitário por meio para os principais anunciantes locais (que reforçaram em TV e promoções neste período), como penalizou os meios com menor envolvimento com o Mundial.

Os **custos operacionais** verificaram um aumento de 12%, devido ao aumento dos custos de marketing com a primeira fase das alterações na Rádio Comercial e no Rádio Clube e, ainda que em menor escala, também com custos com os acordos de retransmissão do grupo, na sequência da estratégia de aumento de cobertura geográfica do Rádio Clube e da Cidade FM, com estes últimos a serem compensados com a diminuição dos custos com pessoal.

O **EBITDA consolidado** do segmento de Rádio ficou próximo do breakeven, tendo o **EBIT consolidado** do segmento diminuído €1,3 milhões face ao período homólogo do exercício anterior para os € -0,9 milhões neste 1º semestre de 2006.

4. Publicidade exterior

(valores em milhares de €)	S1 06	S1 05	Var %	T2 06	T2 05	Var %
Proveitos Operacionais	8,833	8,527	4%	5,170	5,089	2%
Publicidade	8,586	8,504	1%	5,019	5,070	-1%
Outros proveitos	247	23	965%	151	19	689%
Total de Custos Operacionais	7,828	7,957	-2%	4,167	4,198	-1%
EBITDA	1,005	570	76%	1,003	891	13%
Margem EBITDA	11.4%	6.7%	4.7 pp	19.4%	17.5%	1.9 pp
Amortizações	604	582	4%	308	305	1%
Goodwill	0	0	N/A	0	0	N/A
Resultado Operacional (EBIT)	401	(12)	N/A	696	587	19%

A Media Capital Outdoor (MCO) registou um crescimento dos seus **proveitos publicitários** de 1% face a igual período do ano anterior. O desempenho obtido pela MCO, teve como base os ganhos acumulados verificados tanto na sua rede de publicidade nos transportes públicos (*mupis* no metropolitano e comboio e rede de autocarros), como na sua rede de cartazes, apesar de um 2º trimestre mais fraco.

A MCO irá manter a sua atenção no controlo de custos, nomeadamente através da optimização da rede existente e da selectividade nos investimentos em capacidade de rede adicional. Os **custos operacionais** verificaram uma diminuição de 2% principalmente devido à redução dos custos com o pessoal e à redução de custos com taxas locais, na sequência da optimização da rede de cartazes que ocorreu final de 2005.

O **EBITDA consolidado** da MCO subiu 76% no 1º semestre, um crescimento de €0,4 milhões, evolução suportada tanto pelo ligeiro 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 chegando aos €0,4 milhões neste 1º semestre.

5. Outros

(valores em milhares de €)	S1 06	S1 05	Var %	T2 06	T2 05	Var %
Proveitos Operacionais	13,581	16,600	-18%	6,755	8,247	-18%
Publicidade	2,809	2,649	6%	1,487	1,442	3%
Assinaturas e vendas em banca	3,770	4,584	-18%	1,948	2,202	-12%
Outros proveitos operacionais	7,002	9,367	-25%	3,319	4,603	-28%
Total de Custos Operacionais	17,281	19,132	-10%	8,792	10,031	-12%
EBITDA	(3,701)	(2,532)	-46%	(2,038)	(1,784)	-14%
Amortizações	1,116	1,209	-8%	557	604	-8%
Goodwill	0	0	N/A	0	0	N/A
Resultado Operacional (EBIT)	(4,816)	(3,741)	-29%	(2,595)	(2,388)	-9%

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

Os **proveitos publicitários** deste segmento cresceram 6% no 1º semestre, com a nova revista Grazia a compensar as descidas verificadas nos outros principais títulos do grupo.

As **assinaturas e vendas em banca** registaram uma diminuição de 18%, com o lançamento dos novos títulos Grazia e Auto Comércio a não ser suficiente para compensar as quebras na circulação nas principais revistas do grupo, bem como o impacto do encerramento da revista Fotochoque no final de 2005.

Na sua generalidade as vendas em banca voltaram a cair no 2º trimestre de 2006, seguindo uma tendência que tem sido consistente ao longo do último ano. Quase todas as publicações, e em quase todos os segmentos, registaram quebras na sua circulação face a período idêntico em 2005. Apesar do impacto significativo de algumas novas publicações, na sua globalidade os dados de circulação têm registado descidas, reflectindo o abrandamento verificado no consumo privado. Adicionalmente a esta tendência negativa, este mercado sofreu também o impacto da queda nas vendas de produtos associados, tendo as quebras verificadas na circulação afectado ainda a evolução das receitas publicitárias do segmento.

Os **outros proveitos operacionais** diminuíram de 25% 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 associados na revista Lux. A Media Capital iniciou no 1º trimestre uma importante e redobrada aposta no desenvolvimento dos seus conteúdos online, com a renovação, levada a cabo em Março, do design do portal IOL e dos seus principais *sites*: IOL.pt, Portugal Diário, Agência Financeira, etc.. Nos meses que conduziram ao Mundial de futebol, o IOL lançou o *site* Maismundial2006, um novo *site* totalmente dedicado à cobertura deste evento e que contribuiu para um número recorde em termos de páginas vistas na rede IOL no final de Junho, tendo sido atingidas quase 3,5 milhões de páginas vistas num só dia.

Os **custos operacionais** verificaram uma quebra de 10%, devido à redução dos custos variáveis na área de Internet, acompanhada pela redução dos custos de marketing e dos custos associados à venda de produtos associados às revistas do Grupo.

O **EBITDA** registou um decréscimo para os €3,7 milhões negativos no 1º semestre de 2006, com o EBIT do segmento a descer para os €4,8 milhões negativos neste mesmo período.

6. Cash flow

(valores em milhares de €)	S1 06	S1 05	Var %	T2 06	T2 05	Var %
Actividades Operacionais:						
Recebimentos	149,341	130,105	15%	84,095	71,633	17%
Pagamentos	(122,059)	(116,867)	4%	(62,347)	(61,642)	1%
Fluxos das actividades operacionais (1)	27,282	13,238	106%	21,748	9,991	118%
Actividades de Investimento:						
Recebimentos	81	66	23%	75	65	16%
Pagamentos	(7,209)	(8,267)	-13%	(4,070)	(3,100)	31%
Fluxos das act. de investimento (2)	(7,128)	(8,200)	13%	(3,995)	(3,036)	-32%
Actividades de Financiamento:						
Recebimentos	264	4,986	-95%	(2,300)	2,451	N/A
Pagamentos	(20,966)	(11,296)	86%	(15,554)	(8,427)	85%
Fluxos das act. de financiamento (3)	(20,703)	(6,310)	-228%	(17,853)	(5,976)	-199%
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(548)	(1,272)		(101)	979	
Caixa e seus equivalentes no início do período	3,608	5,329		3,160	3,078	
Caixa e seus equivalentes no final do período	3,059	4,057		3,059	4,057	

O **cash flow das actividades operacionais** aumentou 106% no 1º semestre de 2006, alcançando os €27,3 milhões. O crescimento de 15% nos recebimentos operacionais resulta principalmente do crescimento de 6% 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 e ainda ao adiamento de alguns pagamentos de *rappel*. Os fluxos de pagamentos operacionais registaram uma evolução de 4%, principalmente devido ao aumento de 3% de custos operacionais e à recuperação nos pagamentos a fornecedores de saldos em aberto no final de 2005.

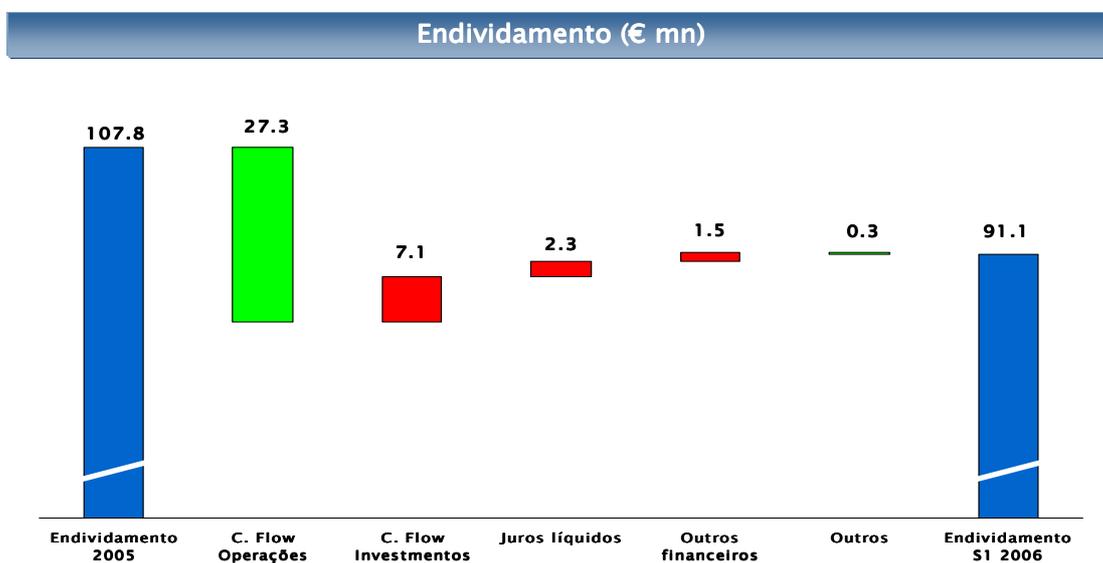
O **cash flow das actividades de investimento** diminuiu para os de €7,1 milhões no 1º semestre de 2006, com os pagamentos das actividades de investimento a incluir €1,1 milhões relativos ao pagamento de investimentos anteriores no projecto de expansão no segmento de Rádios, na aquisição da TCS e em outras aquisições e €5,5 milhões de imobilizado corpóreo (incluindo pagamentos relativos a compras efectuadas no final de 2005), bem como ainda €0,6 milhões de empréstimos a empresas associadas.

O **cash flow das actividades de financiamento** resulta da redução líquida da dívida bancária, no montante de €16,9 milhões, dos juros pagos no valor de €2,6 milhões e €1,5 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 €)	Jun-06	Dez 05	Varição	Var %
Total Dívida Grupo	91,120	107,760	(16,640)	-15%
Contrato de empréstimo sindicado	85,858	98,019	(12,161)	-12%
Outro endividamento	5,263	9,741	(4,478)	-46%

O endividamento total do Grupo Media Capital teve uma diminuição de €16,6 milhões no 1º semestre de 2006, diminuição obtida através do cash flow operacional gerado. O endividamento total líquido do grupo era de **€88,1 milhões a 30 de Junho de 2006**, que comparam com €104.2 milhões no final de 2005.



**Demonstrações Consolidadas dos Resultados para o primeiro
semestre de 2006 e primeiro semestre de 2005**

(montantes expressos em milhares de euros)

	<u>Junho 2006</u>	<u>Junho 2005</u>
Proveitos operacionais		
Vendas	12,157	13,558
Prestações de serviços	97,798	92,904
Proveitos suplementares	6,960	4,168
Subsídios à exploração	6	1
	<u>116,921</u>	<u>110,631</u>
Custos operacionais		
Custo das matérias consumidas	19,391	17,676
Fornecimentos e serviços externos	44,310	43,921
Custos com o pessoal	25,237	24,081
Depreciações e amortizações	5,698	5,663
Provisões	286	194
Outros custos e perdas operacionais	1,742	2,059
	<u>96,664</u>	<u>93,594</u>
Resultados Operacionais	<u>20,257</u>	<u>17,037</u>
Custo líquido de financiamento	4,493	4,310
Resultados antes de impostos	<u>15,764</u>	<u>12,727</u>
Imposto sobre resultados correntes	5,530	4,230
Resultados líquidos	<u>10,234</u>	<u>8,497</u>
Atribuível aos:		
Accionistas	10,024	8,747
Interesses minoritários	210	(250)
	<u>10,234</u>	<u>8,497</u>

Balanço consolidado em 30 de Junho de 2006 e 31 de Dezembro de 2005

(montantes expressos em milhares de euros)

	Junho 2006	Dezembro 2005
ACTIVO		
Activos não correntes:		
Goodwill	174,373	174,373
Activos intangíveis	12,068	12,930
Activos tangíveis	34,165	34,726
Investimentos em empresas associadas	280	575
Direitos de transmissão e programas de televisão	41,548	47,719
Outros activos não correntes	2,444	2,545
Impostos diferidos activos	8,494	13,691
	<u>273,372</u>	<u>286,559</u>
Activos correntes:		
Direitos de transmissão e programas de televisão	4,130	-
Existências	1,564	1,990
Clientes e contas a receber	33,340	42,241
Outros activos correntes	17,984	14,213
Caixa e seus equivalentes	3,059	3,608
Instrumentos financeiros derivados	1,581	1,786
	<u>61,658</u>	<u>63,838</u>
Total do Activo	<u>335,030</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	10,853	10,603
Resultados transitados	28,593	15,254
Resultado líquido consolidado do exercício	10,024	13,013
Capital próprio atribuível a accionistas	<u>138,785</u>	<u>128,511</u>
Interesses minoritários	3,065	2,858
Total do Capital próprio	<u>141,850</u>	<u>131,369</u>
PASSIVO:		
Passivos Não Correntes:		
Empréstimos	71,870	83,890
Provisões	6,174	7,019
Outros passivos não correntes	3,311	6,390
Instrumentos financeiros derivados	597	1,102
Impostos diferidos passivos	1,107	1,277
	<u>83,059</u>	<u>99,678</u>
Passivos Correntes:		
Empréstimos	17,858	21,885
Fornecedores e contas a pagar	64,341	68,112
Outros Passivos correntes	27,922	29,353
	<u>110,121</u>	<u>119,350</u>
Total do Passivo	<u>193,180</u>	<u>219,028</u>
Total do Capital Próprio e do Passivo	<u>335,030</u>	<u>350,397</u>

Demonstrações Consolidadas dos Fluxos de Caixa para o primeiro semestre de 2006 e primeiro semestre de 2005

(montantes expressos em milhares de euros)

	Junho 2006	Junho 2005
	<hr/>	<hr/>
<u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	149,341	130,105
Pagamentos a fornecedores	(70,449)	(70,329)
Pagamentos ao pessoal	<u>(26,260)</u>	<u>(23,974)</u>
Fluxos gerados pelas operações	52,632	35,802
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	<u>(25,350)</u>	<u>(22,564)</u>
	<u>27,282</u>	<u>13,238</u>
Fluxos das actividades operacionais (1)	<u>27,282</u>	<u>13,238</u>
<u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Imobilizações corpóreas	28	66
Dividendos	53	-
	<u>81</u>	<u>66</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Investimentos financeiros	(1,137)	(2,482)
Imobilizações corpóreas	(5,487)	(4,671)
Imobilizações incorpóreas	-	(794)
Empréstimos concedidos a empresas participadas	<u>(585)</u>	<u>(319)</u>
	<u>(7,209)</u>	<u>(8,266)</u>
Fluxos das actividades de investimento (2)	<u>(7,128)</u>	<u>(8,200)</u>
<u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	-	4,500
Juros e proveitos similares	264	112
	<u>264</u>	<u>4,987</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(16,878)	(7,079)
Juros e custos similares	(2,598)	(2,615)
Dividendos	-	-
Outras despesas financeiras	<u>(1,491)</u>	<u>(1,603)</u>
	<u>(20,967)</u>	<u>(11,297)</u>
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<u>(20,703)</u>	<u>(6,310)</u>
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(549)	(1,272)
Caixa e seus equivalentes no início do exercício	3,608	5,329
Caixa e seus equivalentes no fim do exercício	3,059	4,057