



Resultados de janeiro a setembro de 2013

Grupo Media Capital, SGPS, S.A.

	<ul style="list-style-type: none"> • Liderança de audiências da TVI no total do dia e no horário nobre nos primeiros nove meses de 2013 • TVI líder destacada no <i>online</i> dos canais de TV • Estreia de "Belmonte", a grande aposta na ficção, que está a liderar na sua faixa horária • Aumento da presença da TVI Internacional em novos territórios e plataformas • Nomeação de Diretor Coordenador de Canais Temáticos, de ficção e entretenimento • Nova época da Liga dos Campeões
	<ul style="list-style-type: none"> • Maior empresa de produção de ficção em Portugal • Intensificação do processo de internacionalização nas atividades de cenários e prestação de serviços técnicos • Filme "Bairro" é o terceiro mais visto entre os filmes nacionais estreados este ano • Telefilme Plural reconhecido com prémio "Prix Itália" • EPC, empresa líder em cenários para audiovisual, participa em novela angolana nomeada para os Emmy Awards
	<ul style="list-style-type: none"> • MCR com recorde de audiência e liderança em quota de audiência • Rádio Comercial consolida a sua liderança em audiências • Rádio Comercial arrecada prémio Meios & Publicidade 2013
	<ul style="list-style-type: none"> • Secret Story 4: novo <i>site</i> e <i>app</i> MEO • Novo <i>site</i> MaisFutebol • <i>Blogs</i> dailyCristina.pt e jessyjames.pt • Novos <i>sites</i> de novelas TVI • Parceria com a Goodlife para o Planeo.pt • Parceria OLX para agente de vendas comercial • Novo <i>site</i> Spot+ • Ativação digital de conteúdos
	<ul style="list-style-type: none"> • "Fados de Amor" (Rodrigo Costa Félix), editado pela Farol, galardoado com o prémio Álbum do Ano • Filipe Pinto (artista Farol) nomeado para os MTV Music Awards • Lançamentos de verão em parceria com a TVI: "Somos Portugal" e Liliane Marise, #1 de vendas nacional • Maior evento do verão Algarvio – festas MEO Spot – em Portimão e na Quinta do Lago
	<ul style="list-style-type: none"> • A Media Capital chegou a acordo com a Onza Distribution para a distribuição internacional do seu vasto catálogo de conteúdos • Mais de 1.100.000 de <i>downloads</i> das várias <i>apps</i> disponíveis • Facebook: mais de 4 milhões de fãs nas diversas páginas do Grupo Media Capital • Grupo Media Capital com mais de 6 milhões de <i>browsers</i> únicos mensais

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

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

RESULTADOS DE JANEIRO A SETEMBRO DE 2013

O EBITDA do Grupo Media Capital foi de € 22,6 milhões nos primeiros nove meses do ano

- Não obstante o impacto negativo da envolvente económica no mercado de publicidade no acumulado do ano (que se estima ter recuado 15% até agosto – dados de setembro ainda não disponíveis), os proveitos operacionais recuaram somente 2% face ao período homólogo, beneficiando do ganho (estimado) de quota em publicidade e da aposta do Grupo no desenvolvimento de fontes de receita complementares à publicidade.
- Ainda em relação ao mercado de publicidade, os últimos elementos disponíveis mostram um abrandamento da tendência negativa, sendo que no terceiro trimestre ter-se-á inclusivamente verificado uma estabilização dos proveitos do mercado de televisão em sinal aberto face ao período homólogo.
- O resultado líquido melhorou 1% relativamente aos primeiros nove meses de 2012, em virtude também da redução dos encargos financeiros líquidos.
- Segundo dados da Marktest/Kantar Media, a **TVI** manteve a liderança de audiências em televisão, registando uma média de quota de audiência até setembro de 26,1% e de 28,8%, no total do dia e no horário nobre, respetivamente. A liderança da TVI em audiências mantém-se quando a leitura destas é feita por grupos de canais (29,9% no total do dia e 31,8% em horário nobre). A TVI continua a apostar nos melhores conteúdos, tendo lançado o canal +TVI em janeiro, ao mesmo tempo que expandiu a presença da TVI Internacional e da TVI24. Na vertente financeira, o segmento de Televisão obteve um EBITDA de € 22,9 milhões (margem de 22,2%), representando uma subida de 12% em relação ao período comparável de 2012, mercê de um bom desempenho dos proveitos operacionais e de uma evolução controlada dos gastos.
- O segmento de **Produção Audiovisual** registou uma melhoria dos rendimentos operacionais no terceiro trimestre (+1%, variação homóloga). As atividades de conceção de cenários e de prestação de serviços técnicos prosseguiram, com sucesso, o processo de internacionalização. O Grupo espera aumentar o número de produções no último trimestre, situação que, conjugada com a melhoria de eficiência, permite perspetivar uma melhoria dos resultados deste segmento nesse período.
- O EBITDA do segmento de **Rádio** ascendeu a € 1,9 milhões de janeiro a setembro, com uma margem de 18,5%. O destaque principal na atividade refere-se à continuação da melhoria da quota de publicidade, em resultado do bom desempenho de audiência. A MCR viu os seus proveitos de publicidade crescerem 5% (+11% no trimestre), quando o mercado terá recuado dois dígitos. Na quarta vaga de audiências 2013, a MCR obteve uma audiência acumulada de véspera recorde de 23,3% e um *share* de 33,5% (sendo líder nesta métrica pela primeira vez na sua história), destacando-se o desempenho da Rádio Comercial, que acentuou a liderança com uma AAV de 15,8% (*share* de 23,0%).

Queluz de Baixo, 22 de outubro de 2013



1. Demonstração de Resultados Consolidada

milhares de €	9M 2013	9M 2012	Var %	3T 2013	3T 2012	Var %
Total de Rendimentos Operacionais	129.518	132.134	-2%	42.162	41.216	2%
Televisão	103.116	101.075	2%	33.055	31.827	4%
Produção Audiovisual	30.750	40.097	-23%	11.347	11.226	1%
Rádio	10.294	9.943	4%	3.222	2.985	8%
Outros	14.507	15.290	-5%	5.579	5.300	5%
Ajustamentos de Consolidação	(29.150)	(34.271)	15%	(11.041)	(10.122)	-9%
Total de Gastos Operacionais ex-D&A	106.940	108.488	-1%	36.179	34.147	6%
EBITDA	22.578	23.646	-5%	5.983	7.068	-15%
Margem EBITDA	17,4%	17,9%	-0,5pp	14,2%	17,1%	-3,0pp
Televisão	22.879	20.390	12%	6.006	7.731	-22%
Produção Audiovisual	(2.794)	2.983	N/A	(116)	(69)	-68%
Rádio	1.904	1.347	41%	308	181	70%
Outros	1.128	(207)	N/A	(65)	(192)	66%
Ajustamentos de Consolidação	(539)	(867)	38%	(150)	(583)	N/A
Depreciações e Amortizações	7.185	8.593	-16%	2.276	2.909	-22%
Resultados Operacionais (EBIT)	15.393	15.053	2%	3.707	4.160	-11%
Resultados Financeiros (Líquidos)	(6.556)	(6.931)	5%	(2.519)	(2.314)	-9%
Res. antes de imp. e int. s/ controlo	8.837	8.122	9%	1.188	1.846	-36%
Imposto sobre o Rendimento	(3.331)	(2.668)	-25%	(1.135)	(444)	-155%
Res.Líquido Operações em Continuação	5.506	5.454	1%	54	1.401	-96%
Resultado líquido do período	5.506	5.454	1%	54	1.401	-96%

Nos primeiros nove meses de 2013 o Grupo Media Capital registou um total de **rendimentos operacionais consolidados** de € 129,5 milhões, valor que corresponde a uma queda homóloga de somente 2%, com o Grupo a conseguir compensar quase totalmente os impactos da queda do mercado publicitário (no qual se estima que tenha ganho quota) com rendimentos de outras naturezas. No terceiro trimestre de 2013 (3T'13) verificou-se inclusivamente uma subida de 2% relativamente ao período homólogo.

Os **gastos operacionais** recuaram 1% (+6% no trimestre), não obstante a redução das anulações de transações intra-grupo, de entre as quais a produção audiovisual da Plural para a TVI (por menor venda de conteúdos da primeira à segunda). Na medida em que no ano transato o volume de produções vendidas foi maior do que no corrente ano, os gastos (e também rendimentos) anulados são este ano inferiores, gerando assim (tudo o resto

constante) um efeito de aumento dos gastos consolidados. Sem esta situação, os gastos do Grupo Media Capital teriam recuado ainda mais face ao período homólogo no acumulado, sendo que a variação trimestral homóloga do opex mostraria igualmente uma queda.

O **EBITDA consolidado** do Grupo atingiu um valor de € 22,6 milhões, com uma margem de 17,4%. No trimestre, a margem obtida foi de 14,2%, para um valor absoluto de € 6,0 milhões.

O **resultado operacional** (EBIT) consolidado atingiu os € 15,4 milhões (2% acima dos primeiros nove meses de 2012), enquanto o **resultado líquido** ascendeu a € 5,5 milhões (+1%), beneficiando também dos menores encargos financeiros líquidos. No trimestre, o EBIT recuou 11% para € 3,7 milhões, enquanto que o resultado líquido foi positivo, não obstante o recuo verificado.



milhares de €	9M 2013	9M 2012	Var %	3T 2013	3T 2012	Var %
Rendimentos Operacionais	129.518	132.134	-2%	42.162	41.216	2%
Publicidade	71.301	80.455	-11%	22.758	22.857	0%
Outros Rendimentos Operacionais	58.217	51.679	13%	19.405	18.359	6%

Na vertente operacional, e remetendo à evolução do total de rendimentos consolidados, os **rendimentos de publicidade** recuaram 11%, situação que ocorreu devido ao peso do segmento de Televisão, no qual a publicidade recuou 14%. No segmento de Rádio verificou-se uma subida (+5%), ao passo que o segmento Outros ficou 2% abaixo do ano transato. Já no terceiro trimestre, os rendimentos de publicidade estabilizaram, situando-se em € 22,8 milhões, com a Televisão a recuar 3%, a Rádio a subir 11% e o segmento Outros a subir 3%.

Relativamente à situação do **mercado publicitário**, estima-se uma queda global próxima de 15% até agosto (ainda sem

informação quanto a setembro). Já no trimestre, os números disponíveis de julho e agosto apontam para uma redução de 2% quando comparado com os mesmos meses do ano anterior. O Grupo Media Capital estima ter ganho quota de mercado.

Os **outros rendimentos operacionais** subiram 13% relativamente aos nove meses do ano anterior, com o impacto a advir sobretudo do segmento de Televisão, que compensou a queda verificada no segmento de Produção Audiovisual. A contribuição do segmento de Televisão foi igualmente importante na subida trimestral homóloga, assim como a estabilização dos rendimentos do segmento de Produção.

2. Televisão

milhares de €	9M 2013	9M 2012	Var %	3T 2013	3T 2012	Var %
Rendimentos Operacionais	103.116	101.075	2%	33.055	31.827	4%
Publicidade	59.527	69.165	-14%	19.064	19.591	-3%
Outros Rendimentos	43.589	31.910	37%	13.991	12.236	14%
Gastos Operacionais, ex D&A	80.237	80.685	-1%	27.049	24.096	12%
EBITDA	22.879	20.390	12%	6.006	7.731	-22%
Margem EBITDA	22,2%	20,2%	2,0pp	18,2%	24,3%	-6,1pp
Depreciações e Amortizações	3.077	4.156	-26%	956	1.330	-28%
Resultado Operacional (EBIT)	19.802	16.234	22%	5.050	6.401	-21%

Com o fecho do mês de setembro, a TVI continua a assegurar em 2013 a liderança clara do consumo televisivo em Portugal com uma quota de audiência de 26,1% (universo, *all-day*), de acordo com a Marktest / Kantar Media, no ano em que comemora 20 anos de existência.

Relativamente ao horário nobre de televisão, a TVI garantiu igualmente o primeiro lugar com uma quota de 28,8%.

A posição de liderança da estação regista-se nas duas estimativas de audiência existentes no

mercado português e para os dois períodos horários.

De um ponto de vista de agrupamento de canais, os primeiros nove meses de 2013 permitiram igualmente à TVI consolidar o seu *portfolio* de canais televisivos temáticos, com o início das emissões do canal +TVI distribuído em exclusivo na rede da ZON, a juntar à TVI24, TVI Ficção (exclusivo MEO) e ao canal TVI Direct ("Secret Story" e "Big Brother VIP").

Desta forma o acumulado de canais do grupo aponta no universo da totalidade dos lares

portugueses (com e sem subscrição), para uma quota de audiência combinada de 29,9%.

No horário nobre o conjunto de canais da TVI registou, no mesmo período, uma quota

combinada de 31,8%, sendo assim o único grupo com mais de 30% da audiência disponível em mercado TV, de acordo com a Marktest/Kantar Media.

9M 2013	All-Day (%)	Prime Time (%)
Grupo TVI	29,9%	31,8%
Grupo SIC	23,5%	26,3%
Grupo RTP	20,2%	18,7%
TVI	26,3%	28,7%
TVI24	1,5%	1,7%
TVI Direct*	1,6%	1,1%
TVI Ficção	0,5%	0,3%

*Inclui canais Big Brother Vip e Secret Story

Fonte: Marktest Audimetria/Kantar Media, mercado total de canais generalistas e temáticos



Nestes primeiros nove meses de 2013, a TVI consolidou a sua oferta televisiva, mantendo-se fiel à estrutura de oferta generalista com recurso a produtos de produção nacional e aos melhores formatos internacionais, sempre garantindo uma dominância clara da língua portuguesa e da produção nacional.

Com a liderança da estação generalizada ao longo do dia, o programa da manhã, "Você na TV" continua a assegurar a posição de liderança conquistada nos últimos anos: no período em análise, este programa apresentado por Cristina Ferreira e Manuel Luís Goucha obteve um *share* médio de 32,3% correspondendo a um contato regular diário de 356 mil espectadores.

À hora de almoço, o serviço noticioso "Jornal da Uma" manteve-se como a grande referência informativa daquela faixa horária com um *share* de 28,9% e uma audiência média de 625 mil indivíduos diários, liderando de forma clara perante os produtos similares da concorrência.

Ao início da tarde, a segunda passagem da novela "Ninguém como Tu" também está a registar recordes de liderança perante os produtos similares da concorrência neste horário: esta ficção portuguesa cativa diariamente 439 mil espectadores e garante uma quota líder de 29,3%.

Logo de seguida, o *talk-show* apresentado por Fátima Lopes, "A Tarde é Sua" reuniu diariamente 320 mil consumidores e liderou

com uma quota estável de 22,7% em total de indivíduos e 25,2% no alvo "Donas de Casa".

Ao final da tarde é de destacar, já no mês de setembro, o *slot* diário de ficção juvenil com a estreia de "I Love It". Este produto, que está a ser reconhecido internacionalmente e foi um dos formatos em destaque no MIPCOM (maior feira audiovisual do mundo), regista nestes primeiros episódios um *share* de 27,8% no alvo a que se dirige: indivíduos com idades entre os 4 e os 24 anos. Em universo a série obtém um total de 700 mil espectadores diários.

Relativamente ao principal serviço noticioso, emitido diariamente a partir das 20 horas, o "Jornal das 8" da TVI é o mais visto na televisão portuguesa com uma audiência diária acima de 1 milhão de indivíduos e 27,3% de *share*. Esta liderança é transversal aos vários dias da semana, destacando-se aos domingos, com apresentação de Judite de Sousa, os comentários do professor Marcelo Rebelo de Sousa, que assim se mantêm como os mais vistos e influenciadores dos média portugueses.

Para além da já referida "I Love It", a TVI continuou a sua aposta nos originais de ficção nacional com a emissão de "Destinos Cruzados" e "Mundo ao Contrário", respetivamente com quotas de audiência de 30,5% e 28,9%. Neste período a estação teve igualmente em exibição a novela "Doida por Ti" a qual ao final a tarde registou um *share* médio de 22% e 659 mil espectadores.

Já no final do período em análise os portugueses tiveram oportunidade de usufruir

de uma nova oferta de grande ficção com o arranque de emissões de "Belmonte", uma novela épica passada no Alentejo e que está a cativar os portugueses de forma significativa liderando o seu horário de exibição: 1 milhão e 266 mil espectadores por dia e uma quota de 30,2%.

No entretenimento, no início do ano foi emitida a terceira edição de "A Tua Cara Não me É Estranha" a qual liderou confortavelmente nas noites de domingo, sendo que o programa apresentado por Manuel Luís Goucha e Cristina Ferreira registou na totalidade uma média de 1,3 milhões com um *share* de 37,9%, sendo até ao momento o programa de entretenimento mais bem-sucedido neste ano.

Destaque igualmente para a emissão de "Big Brother VIP" iniciada em abril, com uma distribuição similar aos *reality shows* anteriores: a edição de domingo - gala semanal apresentada por Teresa Guilherme -, registou uma audiência média acima de 1 milhão e cem mil espectadores e uma quota de audiência de 33,9%, tendo sido o programa líder das noites de domingo.

Na parte final do período (29 de setembro), a TVI estreou a quarta edição de "Secret Story", a qual dentro do habitual está a cativar grandes volumes de audiência: a gala de estreia registou 36% de *share* líder para uma base de 1 milhão e duzentos e vinte e oito mil espectadores.

Ao fim de semana o entretenimento ligeiro distribuiu-se entre o programa "Não Há Bela sem João" e a emissão de "Somos Portugal" ao domingo à tarde. Ambos lideram no seu horário, sendo que ao sábado a emissão da TVI obtém uma audiência média de 589 mil espectadores (24,4% de *share*) e ao domingo "Somos Portugal" lidera também de forma confortável com uma audiência média de 838 mil espectadores e um *share* em total de indivíduos de 31,4%.

No desporto, em maio encerrou a época 2012/2013 da *Champions League* transmitida em exclusivo em canal aberto na TVI e com programas complementares na TVI24. A totalidade dos jogos desta época transmitidos na TVI (15), registou uma audiência média de 1 milhão e 700 mil espectadores e 41,2% de quota. No *target core*, indivíduos do género masculino, a audiência atingiu 960 mil espectadores e um *share* de 50,7%.

Já a partir do final de agosto esta competição retomou para a época de 2013/14 e nos jogos já transmitidos pela TVI (3) a audiência média está acima de 1 milhão de indivíduos e uma quota de audiência de 35,4%.



Quanto à TVI24, e considerando os três principais canais de notícias, verifica-se que a TVI24 obtém no período 25,6% de quota, sendo que no horário nobre de consumo de notícias, entre as 19 e a uma hora da manhã, este valor sobe para 26,7%, conforme os dados da Marktest/Kantar Media.

Seguindo a Marktest, a TVI24 regista, neste momento, uma média de contacto diário de 1 milhão e 265 mil espectadores, um valor muito similar ao do líder deste segmento (audiência total). No período de consumo nobre de notícias, entre as 19 e a uma da manhã, a TVI24 tem um contacto médio de 781 mil consumidores.

Relativamente ao número médio de espectadores, também se verificam acréscimos significativos no canal: diariamente obtém uma audiência média de 20 mil espectadores por minuto, o que se traduz numa variação de 60% positivos sobre o mesmo indicador em 2012. De destacar que esta variação acontece na generalidade dos horários.



No início de 2013 a TVI aumentou o seu *portfolio* de canais, com a entrada em emissão do canal +TVI no dia 25 de janeiro distribuído em exclusivo na rede da ZON, depois de em outubro de 2012 ter iniciado o TVI Ficção por sua vez distribuído em exclusivo na rede do MEO, os quais se vieram juntar ao canal generalista e à TVI24.

Com diferenças significativas nas bases de audiência potencial quando comparados com outros canais de cabo, estes dois canais apresentam valores de penetração característicos de um jovem canal, com um contacto diário de 260 mil consumidores diários para o TVI Ficção e uma quota de audiência em lares com subscrição de 0,5% nos primeiros nove meses do ano. Para o mais jovem, o canal +TVI, a penetração diária está em 84 mil consumidores, tendo uma quota de audiência de 0,1% nos lares com cabo.



No âmbito da sua estratégia de internacionalização, a TVI continua a apostar no alargamento da cobertura dos seus canais de televisão, nomeadamente TVI Internacional e TVI24, aos países com forte presença de comunidades lusófonas.

No seguimento deste plano, e nos primeiros 9 meses do ano, a TVI Internacional passou a estar presente em 11 países – em 4 continentes –, em 12 plataformas de distribuição de televisão diferentes, o que compara com 7 países e 7 plataformas no final do ano transato. Assim, a TVI Internacional está hoje presente em Angola, Moçambique, Espanha, França, Suíça, Luxemburgo, Andorra, Mónaco, Estados Unidos da América, Austrália e Nova Zelândia, levando às comunidades de língua portuguesa, o que de melhor se faz na Ficção e no Entretenimento, a par de uma Informação atual e rigorosa. Também os canais TVI24 e +TVI estão já presentes em Angola, Moçambique e Cabo Verde (neste último apenas a TVI24).

Também no intuito de levar ao mundo o que de melhor se faz em Portugal, a Media Capital, confiante na qualidade dos seus produtos de ficção entregou o seu catálogo a uma Distribuidora Internacional de conteúdos – a Onza Distribution – com uma equipa experiente no setor e com um importante conhecimento do mercado. O catálogo da TVI foi apresentado, no início de outubro, ao mercado no certame MIPCOM, a maior feira internacional de conteúdos audiovisuais.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de **desempenho financeiro**, e não obstante o difícil enquadramento económico, o segmento de Televisão viu os seus rendimentos operacionais totais subirem 2% (+4% de variação trimestral homóloga).

Os **rendimentos de publicidade** recuaram 14% face aos primeiros nove meses do ano transato (-3% no trimestre). A Media Capital estima que o mercado publicitário em sinal aberto tenha recuado cerca de 13% até setembro. Já no trimestre, a estimativa é de estabilidade face ao período homólogo, o que sucede pela primeira vez em muitos trimestres.

Os **outros rendimentos** no segmento de Televisão subiram 37% (14% no trimestre), compensando assim o comportamento negativo do mercado de publicidade.

Os **gastos operacionais** recuaram 1% face ao ano anterior, refletindo o esforço de poupança. Com efeito, a TVI reduziu os seus gastos de programação, facto especialmente notório ao nível dos conteúdos de produção de ficção nacional, assim como de desporto (Liga dos Campeões e Taça da Liga em 2013 vs Superliga, Euro e Liga dos Campeões em 2012). Este esforço de poupança foi possível, apesar do impacto da entrada de dois novos canais (TVI Ficção e +TVI). Relativamente ao terceiro trimestre, os gastos operacionais ficaram 12% acima do observado em igual período de 2012, impactado sobretudo pela existência de maiores rendimentos (com gastos associados).

A combinação da evolução dos rendimentos e dos gastos operacionais resultou num **EBITDA** de € 22,9 milhões, que compara com € 20,4 milhões nos 9M'12 (+12%), com a margem respetiva a expandir de 20,2% para 22,2% (+2,0pp). No trimestre, o EBITDA foi de € 6,0 milhões (-22%), com a margem a recuar 6,1pp para 18,2%.



3. Produção Audiovisual

milhares de €	9M 2013	9M 2012	Var %	3T 2013	3T 2012	Var %
Rendimentos Operacionais	30.750	40.097	-23%	11.347	11.226	1%
Publicidade	0	0	0%	0	0	0%
Outros Rendimentos	30.750	40.097	-23%	11.347	11.226	1%
Gastos Operacionais, ex D&A	33.544	37.114	-10%	11.463	11.295	1%
EBITDA	(2.794)	2.983	N/A	(116)	(69)	-68%
Margem EBITDA	-9,1%	7,4%	-16,5pp	-1,0%	-0,6%	-0,4pp
Depreciações e Amortizações	2.649	2.799	-5%	844	1.027	-18%
Resultado Operacional (EBIT)	(5.443)	184	N/A	(960)	(1.096)	12%

O segmento de produção audiovisual atingiu um total de **rendimentos operacionais** de € 30,8 milhões, decrescendo 23%. No terceiro trimestre, o valor foi de € 11,3 milhões, correspondendo a uma subida homóloga de 1%, quebrando portanto a tendência negativa dos últimos trimestres.

Em Portugal, os rendimentos operacionais recuaram 19% (+15% no trimestre), mercê dos menores rendimentos associados a produções televisivas (menos horas produzidas), não obstante um importante incremento resultante da atividade de exportação de prestação de serviços e aluguer de meios técnicos. Com efeito, o reforço da sua dimensão internacional traduziu-se na construção de cenários e na prestação de serviços técnicos, para programas diversos e eventos.

Relativamente a Espanha, os rendimentos operacionais registaram uma redução do volume de produção para clientes daquele país (sobretudo cadeias generalistas e canais temáticos ou locais).

Face ao menor volume de rendimentos operacionais, o **EBITDA** acumulado também recuou, tendo atingido um valor negativo de € 2,8 milhões, que compara com € 3,0 milhões positivos no período homólogo. No trimestre, o EBITDA foi de € -116 milhares (vs. € -69 milhares no 3T'12).

O previsível aumento no número de produções, conjugado com a melhoria de eficiência, permite perspetivar uma melhoria dos resultados no último trimestre do ano.



4. Rádio

milhares de €	9M 2013	9M 2012	Var %	3T 2013	3T 2012	Var %
Rendimentos Operacionais	10.294	9.943	4%	3.222	2.985	8%
Publicidade	9.779	9.343	5%	3.077	2.767	11%
Outros Rendimentos	516	599	-14%	144	218	-34%
Gastos Operacionais, ex D&A	8.391	8.596	-2%	2.914	2.805	4%
EBITDA	1.904	1.347	41%	308	181	70%
Margem EBITDA	18,5%	13,5%	4,9pp	9,6%	6,1%	3,5pp
Depreciações e Amortizações	1.103	1.216	-9%	361	411	-12%
Resultado Operacional (EBIT)	800	131	513%	(53)	(230)	77%

Relativamente às audiências do meio rádio, foi adotada em 2013 uma nova metodologia. Entre as alterações, há a destacar:

- i. o ajustamento do universo do Bareme Rádio, tendo em conta agora o recenseamento geral da população de

- 2011 (com impactos nas variáveis idade, grupos ocupacionais e atualização das regiões Markttest); e
- ii. a alteração do período de análise, passando de quatro para cinco observações anuais.

Nesse sentido, os valores agora descritos não são comparáveis com os publicados até 2012.

Não obstante, os dados relativos às audiências continuaram a evidenciar o excelente desempenho dos formatos explorados pela MCR.

Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou, na quarta vaga de 2013, uma **audiência acumulada de véspera** (AAV) recorde de **23,3% e um share de 33,5%** (sendo líder nesta métrica pela primeira vez na sua história), destacando-se o desempenho da **Rádio Comercial**, que acentuou a liderança com uma AAV de **15,8% (share de 23,0%)**, distando 3,4pp da segunda estação mais ouvida, ou seja +27% de ouvintes. Para efeitos comparativos, esta distância era de 1,9pp na primeira vaga, 2,8pp na segunda e 2,6pp na terceira, sempre favorável à Rádio Comercial.

Por seu turno, a **m80** – a rádio dos êxitos dos anos 60, 70 e 80 – reinventou-se e apresentou uma nova grelha a partir do início de janeiro, tendo obtido uma AAV de 4,3% (*share* de 5,9%). Desta forma, continua a ser a rádio musical mais ouvida no país sem rede de cobertura nacional.

Relativamente aos outros formatos, a **Cidade FM** obteve uma AAV de 3,7% (*share* de 3,8%), liderando o segmento jovem.

No que respeita à presença digital das marcas, destaque para a Rádio Comercial que, com mais de 860 mil seguidores no Facebook, continua a liderar o *ranking* das marcas portuguesas de media com maior número de fãs nesta rede social.

Os **rendimentos de publicidade** da MCR aumentaram 5% face aos obtidos no período homólogo. De novo, estima-se um aumento relevante da quota de mercado, uma vez que o mercado terá recuado aproximadamente 17% até agosto (setembro ainda indisponível). No terceiro trimestre, os rendimentos de publicidade ficaram 11% acima do período homólogo, sendo que o desempenho foi seguramente superior ao do mercado.

Os outros rendimentos operacionais recuaram 14% nos nove meses. Todavia, os valores absolutos em causa são marginais.

Quanto aos **gastos operacionais** deste segmento, estes recuaram 2% (+4% no trimestre), em resultado de uma constante racionalização da estrutura.

Face ao descrito, o **EBITDA** do segmento foi de € 1,9 milhões (melhorando 41% face a 2012), com uma margem de 18,5% (+4,9pp). No meses de julho a setembro, a melhoria também ficou evidente, com o EBITDA a ascender a € 0,3 milhões (+70%) e a margem a incrementar 3,5pp até 9,6%.

5. Outros



MEDIA CAPITAL ENTERTAINMENT
PRODUÇÃO E EVENTOS



milhares de €	9M 2013	9M 2012	Var %	3T 2013	3T 2012	Var %
Rendimentos Operacionais	14.507	15.290	-5%	5.579	5.300	5%
Publicidade	2.160	2.203	-2%	671	654	3%
Outros Rendimentos Operacionais	12.347	13.088	-6%	4.908	4.645	6%
Gastos Operacionais, ex D&A	13.379	15.497	-14%	5.644	5.492	3%
EBITDA	1.128	(207)	N/A	(65)	(192)	66%
Margem EBITDA	7,8%	-1,4%	9,1pp	-1,2%	-3,6%	2,5pp
Depreciações e Amortizações	356	421	-15%	115	140	-18%
Resultado Operacional (EBIT)	772	(628)	N/A	(180)	(333)	46%

Este segmento inclui as áreas do Digital, Música e Eventos, assim como a *holding* e os serviços partilhados.

No que refere ao Digital, em 2013 continuamos a assistir a uma intensificação da presença no mercado português dos concorrentes multinacionais, bem como a um crescimento da presença das redes sociais. Apesar desta intensificação do ambiente competitivo, a MCD conseguiu melhorar a qualidade das audiências da sua rede de *sites*, o que permitiu registar crescimentos bastante significativos nas suas audiências através dos indicadores *pageviews* e *unique browsers*. A título de exemplo, a TVI mantém a liderança no período em análise, com um *share* (referente a *sites* de canais de TV) de 41,2% em visitas e de 44,1% em páginas.

Com uma aposta cada vez maior nesta área, a MCD tem vindo a trabalhar diariamente na inovação e aperfeiçoamento dos seus conteúdos digitais para as diversas plataformas (Apple, Nokia, Android, Samsung e Windows 8) e dispositivos (*smartphones*, *tablets* e *smart tvs*), tendo já desenvolvido mais de 20 aplicações para as diferentes marcas do grupo que, no total, excedem 1.100.000 de *downloads*.

No período em análise destacam-se as seguintes novidades:

- A parceria celebrada com a *Goodlife* para a exploração comercial do site de compras coletivas da MCD *planeo.pt*, mantendo-se a imagem de marca e *design* originais;
- Parceria com OLX – inclusão do OLX no *portfolio* de *sites* comercializados pela MCD;
- O novo *site* Spot+ - portal social que pretende ser o 1.º agregador de conteúdos das redes sociais de caras famosas nacionais e internacionais. Um produto que nasce em simultâneo na TV e na internet, representando um novo passo na utilização de conteúdos digitais para a programação de um canal de televisão;
- TVI 20 anos - *site* especial dentro do *site* TVI que permite recordar muitos dos principais momentos da estação nos últimos 20 anos;
- TVI Economia – integração do *site* da Agência Financeira dentro da área de economia do *site* *TVI24.pt*, consolidando ainda mais a informação económica;
- Numa iniciativa inédita em Portugal, o programa “A Tua Cara Não Me é Estranha” contou com uma aplicação interativa para iPad, iPhone Android e PC, que permitiu

que os telespectadores do programa jogassem e participassem ativamente durante o mesmo;

- “Big Brother VIP” - Um novo *site* totalmente orientado para o vídeo onde era possível seguir ao minuto todos os acontecimentos da casa mais vigiada do País;
- “Big Brother VIP” – nova *app* para Windows 8 que permitiu ver emissão em directo 24 horas por dia. Aplicação paga com período experimental;
- “Big Brother VIP” – aplicação interativa para o MEO que para além dos melhores momentos permitiu ver câmaras exclusivas bem como votar semanalmente para as expulsões. Era possível ainda na *app* aceder à página de facebook do programa;
- Guimarães 2013 – Guimarães é a cidade europeia do desporto, promovendo inúmeras iniciativas desportivas. O Mais Futebol é *media partner* do evento e fará a cobertura especial informativa de todas as atividades desportivas inseridas no programa;
- Novo *site* Mais Futebol - um *site* que se adapta aos diferentes momentos de consulta, sejam eles no computador, no *tablet* ou no telemóvel;
- “Secret Story 4” - Um novo *site* totalmente orientado para o vídeo onde é possível seguir ao minuto todos os acontecimentos da casa mais vigiada do País;
- “Secret Story 4” – aplicação interativa para o MEO que para além dos melhores momentos permite ver câmaras exclusivas bem como votar semanalmente para as expulsões;
- Blogs - nova linha de negócio que explora o potencial das caras da estação. Já *on-line* os blogs *dailyCristina.pt* (Cristina Ferreira) e *jessyjames.pt* (Jessica Athayde);
- *Site* “I Love It” – a nova série juvenil da TVI;
- *Site* “Belmonte” - fotos e vídeos dos episódios, caracterização das personagens e extras dos bastidores das gravações, são exemplos do que é possível ver no site da nova novela da TVI;
- Ativação Digital – marketing digital que permitirá ao GMC alcançar todos os tipos de público, gerir e diferenciar as suas marcas no ambiente digital fazendo o cruzamento dos conteúdos entre a emissão em antena e as plataformas digitais. Exemplos: *aquementejodigital.pt*, *beinfinitandawake.blogspot.pt* e *bambylandia.pt*.

Os **rendimentos de publicidade** do segmento recuaram 2% (+3% no trimestre). Apesar dos fortes crescimentos verificados em vários dos projetos (com destaque para os *sites* da TVI), tal não foi suficiente para compensar algumas quedas e, sobretudo, o impacto da alteração do modelo de negócio associado ao projeto Planeo (embora também impacte positivamente a evolução dos gastos).

Por seu turno, o comportamento dos **outros rendimentos operacionais** (-6%) encontra justificação nos menores rendimentos de música e eventos, cinema e vídeo e menor atividade de B2B na área digital.

Relativamente aos **gastos operacionais**, estes recuaram 14% (+3% no trimestre), decorrente da racionalização de recursos nas várias áreas de negócio, da menor atividade verificada nas mesmas, para além da referida alteração de modelo de negócio do Planeo e das menores vendas de CD's (por queda do mercado físico).

O **EBITDA** do segmento foi assim positivo em € 1,1 milhões (€ -65 milhares no 3T'13), comparando com € -0,2 milhões em igual período do ano anterior (€ -0,2 milhões no 3T'12).



6. Ajustamentos de Consolidação

milhares de €	9M 2013	9M 2012	Var %	3T 2013	3T 2012	Var %
Rendimentos Operacionais	(29.150)	(34.271)	15%	(11.041)	(10.122)	-9%
Publicidade	(165)	(256)	36%	(55)	(155)	64%
Outros Rendimentos Operacionais	(28.985)	(34.015)	15%	(10.986)	(9.967)	-10%
Gastos Operacionais, ex D&A	(28.611)	(33.404)	14%	(10.891)	(9.540)	-14%
EBITDA	(539)	(867)	N/A	(150)	(583)	74%
Margem EBITDA	1,8%	2,5%	-0,7pp	1,4%	5,8%	-4,4pp
Depreciações e Amortizações	0	0	0%	0	0	0%
Resultado Operacional (EBIT)	(539)	(867)	N/A	(150)	(583)	74%

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.



7. Cash Flow

milhares de €	9M 2013	9M 2012	Var %	3T 2013	3T 2012	Var %
Recebimentos	165.247	156.488	6%	57.873	50.861	14%
Pagamentos	(165.003)	(155.598)	-6%	(58.121)	(46.259)	-26%
Fluxos das atividades operacionais (1)	244	890	-73%	-248	4.602	N/A
Recebimentos	7.557	2.525	199%	5.055	259	1853%
Pagamentos	(3.596)	(5.197)	31%	(323)	(1.194)	73%
Fluxos das act. de investimento (2)	3.961	-2.672	N/A	4.733	-935	N/A
Recebimentos	84.729	155.233	-45%	21.635	45.118	-52%
Pagamentos	(96.817)	(163.090)	41%	(25.766)	(49.568)	48%
Fluxos das act. de financiamento (3)	-12.088	-7.857	-54%	-4.131	-4.450	7%
Caixa e equivalentes no início do período	10.790	11.813	-9%	2.534	2.957	-14%
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(7.882)	(9.639)	18%	353	(783)	N/A
Efeito das variações de câmbios	(25)	5	N/A	(4)	5	N/A
Caixa e equivalentes no final do período	2.884	2.178	32%	2.884	2.178	32%

O **cash flow** das atividades operacionais foi de € 244 milhares, comparando com € 890 milhares nos primeiros nove meses do ano transato. Esta variação inclui um pagamento não recorrente (efetuado em 2012) de € 3,9 milhões relativo a um processo em contencioso que datava de 2003, associado a um retransmissor da extinta rede analógica. Já em 2013 o **cash flow** relacionado com IRC foi € 11,1 milhões inferior ao do ano transato, por efeito sobretudo do pagamento por conta de IRC.

Por fim, realçamos que a sazonalidade da atividade no setor em que o grupo opera, bem como as características das políticas comerciais, se refletem de forma mais expressiva e favorável em termos de fluxo de caixa operacional, no último trimestre do ano.

O **cash flow** das atividades de investimento foi de € 4,0 milhões, quando o ano passado havia sido de € -2,7 milhões. Analisando o **cash-flow** respeitante a pagamentos de ativos fixos tangíveis e intangíveis, este ascendeu a € -2,1 milhões, valor que compara com € -1,9 milhões no ano transato, demonstrando a manutenção do enfoque do Grupo na maximização da geração de caixa, neste caso através de uma forte contenção do *capex*.

O **cash flow** das atividades de financiamento foi negativo em € 12,1 milhões, refletindo os movimentos verificados nas atividades operacionais e de investimento, assim como o pagamento de dividendos (€ 11,3 milhões, vs € 5,8 milhões em 2012).



8. Endividamento

milhares de €	Set 13	Dez 12	Var Abs	Var %
Dívida financeira	125.044	113.375	11.669	10%
Empréstimos bancários / Papel comercial	122.312	110.235	12.077	11%
Outro endividamento	2.731	3.140	(409)	-13%
Caixa & equivalentes	2.884	10.790	(7.907)	-73%
Dívida líquida	122.160	102.584	19.576	19%

No que diz respeito ao **endividamento líquido**, este registou um aumento de 19% ou seja, € 19,6 milhões face a dezembro de 2012, situando-se no final de setembro em € 122,2

milhões. De salientar que o valor da dívida inclui os *leasings*, que ascendem no total a € 2,7 milhões no final do período em análise. O **endividamento líquido ajustado** (i.e.

excluído) dos empréstimos concedidos à Promotora de Informaciones, S.A. **atingiu € 119,2 milhões** no final do período, que compara com € 99,1 milhões no final do ano transato, mantendo o Grupo Media Capital uma confortável estrutura de capital. Conforme mencionado nos comentários ao

desempenho do *cash flow* operacional, o efeito de sazonalidade, bem como o facto do pagamento dos dividendos já ter ocorrido, deverá traduzir-se numa redução acentuada da dívida líquida no último trimestre do ano.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA
EM 30 DE SETEMBRO DE 2013 E 31 DE DEZEMBRO DE 2012

(Montantes expressos milhares de Euros)

ATIVO	30.09.2013	31.12.2012
ATIVOS NÃO CORRENTES:		
<i>Goodwill</i>	153.568	153.568
Ativos intangíveis	16.192	18.486
Ativos fixos tangíveis	17.646	21.616
Investimentos em associadas	1.648	1.592
Ativos financeiros disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	52.181	50.407
Outros ativos não correntes	4.178	4.758
Ativos por imposto diferido	4.665	4.669
	<u>250.084</u>	<u>255.103</u>
ATIVOS CORRENTES:		
Direitos de transmissão de programas de televisão	28.821	29.500
Inventário	108	187
Clientes e outras contas a receber	45.938	40.908
Ativos por imposto corrente	199	141
Outros ativos correntes	14.313	14.653
Caixa e seus equivalentes	2.884	10.790
	<u>92.263</u>	<u>96.179</u>
TOTAL DO ATIVO	<u><u>342.347</u></u>	<u><u>351.282</u></u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital	89.584	89.584
Reservas	25.224	24.569
Resultado líquido consolidado do período	5.506	11.939
Capital próprio atribuível aos acionistas da empresa-mãe	120.314	126.092
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	<u>120.314</u>	<u>126.092</u>
PASSIVO:		
PASSIVO NÃO CORRENTE:		
Financiamentos obtidos	71.058	86.319
Provisões	6.601	7.727
Passivos por imposto diferido	1.599	1.598
	<u>79.257</u>	<u>95.644</u>
PASSIVO CORRENTE:		
Financiamentos obtidos	53.986	27.056
Fornecedores e outras contas a pagar	54.159	53.071
Passivos por imposto corrente	427	6.373
Outros passivos correntes	34.204	43.046
	<u>142.775</u>	<u>129.546</u>
TOTAL DO PASSIVO	<u>222.033</u>	<u>225.190</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u><u>342.347</u></u>	<u><u>351.282</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS PERÍODOS E TRIMESTRES FINDOS EM 30 DE SETEMBRO DE 2013 E 2012

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	9 meses findos em		Trimestres findos em	
	30.09.2013	30.09.2012	30.09.2013	30.09.2012
RENDIMENTOS OPERACIONAIS:				
Prestações de serviços	84.459	97.292	27.637	28.494
Vendas	991	1.414	273	238
Outros rendimentos operacionais	44.067	33.428	14.253	12.484
Total de rendimentos operacionais	<u>129.518</u>	<u>132.134</u>	<u>42.162</u>	<u>41.216</u>
GASTOS OPERACIONAIS:				
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(20.371)	(17.735)	(5.120)	(5.826)
Fornecimentos e serviços externos	(50.053)	(50.275)	(18.627)	(16.033)
Gastos com o pessoal	(38.147)	(40.407)	(12.519)	(13.259)
Amortizações e depreciações	(7.185)	(8.593)	(2.276)	(2.909)
Provisões e perdas de imparidade ((reforços) / reversões)	803	681	(65)	1.146
Outros gastos operacionais	828	(751)	152	(175)
Total de gastos operacionais	<u>(114.124)</u>	<u>(117.081)</u>	<u>(38.455)</u>	<u>(37.056)</u>
Resultados operacionais	<u>15.393</u>	<u>15.053</u>	<u>3.707</u>	<u>4.160</u>
RESULTADOS FINANCEIROS:				
Gastos financeiros	(7.148)	(7.120)	(2.506)	(2.336)
Rendimentos financeiros	546	188	38	22
Gastos financeiros, líquidos	(6.602)	(6.931)	(2.467)	(2.314)
Ganhos / (perdas) em empresas associadas	45	-	(52)	-
Resultados antes de impostos	<u>8.837</u>	<u>8.122</u>	<u>1.188</u>	<u>1.846</u>
Imposto sobre o rendimento do período	(3.331)	(2.668)	(1.135)	(444)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>5.506</u>	<u>5.454</u>	<u>54</u>	<u>1.401</u>
Atribuível a:				
Acionistas da empresa-mãe	<u>5.506</u>	<u>5.454</u>	<u>54</u>	<u>1.401</u>
Resultado por ação das operações em continuação em Euros				
Básico	0,0651	0,0645	0,0006	0,0166
Diluído	<u>0,0651</u>	<u>0,0645</u>	<u>0,0006</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 2013 E 2012

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>30.09.2013</u>	<u>30.09.2012</u>
<u>ATIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	165.247	156.488
Pagamentos a fornecedores	(82.703)	(86.497)
Pagamentos ao pessoal	(38.950)	(41.734)
Fluxos gerados pelas operações	43.594	28.257
(Pagamento) / recebimento de imposto sobre o rendimento	(9.709)	1.409
Outros pagamentos relativos à atividade operacional	(33.641)	(28.775)
Fluxos das atividades operacionais (1)	<u>244</u>	<u>890</u>
<u>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Concentrações empresariais	26	-
Alienação de subsidiárias	-	1.512
Alienação de ativos fixos tangíveis	48	78
Dividendos concedidos aos acionistas	-	302
Juros e rendimentos similares	607	199
Reembolsos recebidos de financiamentos concedidos	6.876	434
	<u>7.557</u>	<u>2.525</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	-	(996)
Aquisição de ativos fixos tangíveis	(2.101)	(1.916)
Aquisição de ativos intangíveis	-	(11)
Financiamentos concedidos	(1.494)	(2.274)
	<u>(3.596)</u>	<u>(5.197)</u>
Fluxos das atividades de investimento (2)	<u>3.961</u>	<u>(2.672)</u>
<u>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	<u>84.729</u>	<u>155.233</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	(77.923)	(148.671)
Amortização de contratos de locação financeira	(968)	(1.423)
Juros e gastos similares	(5.123)	(4.843)
Dividendos	(11.325)	(5.815)
Outras despesas financeiras	(1.478)	(2.339)
	<u>(96.817)</u>	<u>(163.090)</u>
Fluxos das atividades de financiamento (3)	<u>(12.088)</u>	<u>(7.857)</u>
Caixa e seus equivalentes no início do período	10.790	11.813
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(7.882)	(9.639)
Efeito das diferenças de câmbio	(25)	5
Caixa e seus equivalentes no fim do período	2.884	2.178