



# Resultados do 1º semestre de 2014

Grupo Media Capital, SGPS, S.A.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líder pelo 10º ano consecutivo</li> <li>• Liderança em junho, apesar do impacto da emissão do Mundial de Futebol pelo operador público</li> <li>• Estação mais vista no horário nobre</li> <li>• Número um no digital</li> <li>• Aumento da oferta internacional – territórios, canais, plataformas</li> <li>• TVI24 com audiências recorde e canal de notícias com maior crescimento</li> <li>• Liderança em Grupo de canais no primeiro semestre:</li> </ul> <table border="1" data-bbox="686 600 1252 728"> <thead> <tr> <th>All Day (%)</th> <th>UNIVERSO</th> <th>ADULTOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Grupo TVI</b></td> <td><b>25,8</b></td> <td><b>26,4</b></td> </tr> <tr> <td>Grupo SIC</td> <td>23,0</td> <td>23,5</td> </tr> <tr> <td>Grupo RTP</td> <td>19,4</td> <td>20,3</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="686 750 1252 878"> <thead> <tr> <th>Prime Time (%)</th> <th>UNIVERSO</th> <th>ADULTOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Grupo TVI</b></td> <td><b>28,0</b></td> <td><b>28,5</b></td> </tr> <tr> <td>Grupo SIC</td> <td>26,8</td> <td>27,3</td> </tr> <tr> <td>Grupo RTP</td> <td>18,2</td> <td>19,0</td> </tr> </tbody> </table>	All Day (%)	UNIVERSO	ADULTOS	<b>Grupo TVI</b>	<b>25,8</b>	<b>26,4</b>	Grupo SIC	23,0	23,5	Grupo RTP	19,4	20,3	Prime Time (%)	UNIVERSO	ADULTOS	<b>Grupo TVI</b>	<b>28,0</b>	<b>28,5</b>	Grupo SIC	26,8	27,3	Grupo RTP	18,2	19,0
All Day (%)	UNIVERSO	ADULTOS																							
<b>Grupo TVI</b>	<b>25,8</b>	<b>26,4</b>																							
Grupo SIC	23,0	23,5																							
Grupo RTP	19,4	20,3																							
Prime Time (%)	UNIVERSO	ADULTOS																							
<b>Grupo TVI</b>	<b>28,0</b>	<b>28,5</b>																							
Grupo SIC	26,8	27,3																							
Grupo RTP	18,2	19,0																							
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O filme de animação “Futbolín” (em Portugal “Matraquilhos”) - ganhou vários prémios:                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grande Prémio do New York International Children’s Film Festival</li> <li>○ Melhor Filme de Animação e Melhor Música Original, no âmbito dos Prémios Platino do Cinema Iberoamericano</li> <li>○ Prémio Goya</li> </ul> </li> <li>• Exportação de serviços técnicos e de cenografia de produção para Angola e Espanha</li> </ul>																								
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rádio Comercial número um em Portugal em audiências de rádio e no digital (em <i>pageviews</i> e nas redes sociais)</li> </ul>																								
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primeira emissão <i>online</i> em exclusivo na internet mediante subscrição – “Desafio Final” da “Casa dos Segredos”</li> <li>• Maisfutebol premiado na categoria <i>online</i> pelo CNID (Associação de Jornalistas Desportivos) e eleito pelo "The Guardian" como parceiro e meio português para a cobertura do Mundial 2014</li> <li>• Desenvolvimento de conteúdos transmedia – <i>website</i>, <i>blogues</i>, <i>facebook</i>, <i>linkedin</i>, <i>pinterest</i> e <i>VOD</i> em todos os episódios da nova novela da TVI “Mulheres”</li> </ul>																								
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 231 milhões de visitas e mais de 2.050 milhões de <i>pageviews</i></li> <li>• Mais de 1.800.000 de <i>downloads</i> das várias <i>apps</i> disponíveis</li> <li>• Facebook: mais de 4,7 milhões de fãs nas diversas páginas do Grupo Media Capital</li> </ul>																								

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 DO 1º SEMESTRE DE 2014

O Resultado Líquido do Grupo Media Capital cresceu 30%,  
atingindo € 7,1 milhões

- No plano operacional, o EBITDA do primeiro semestre de 2014 do Grupo Media Capital melhorou 9%, atingindo € 18,1 milhões e uma margem de 20,4%. Esta performance resultou da subida de rendimentos operacionais (+2%), conjugada com a estabilização dos gastos.
- No que referente a publicidade, o Grupo terá obtido um desempenho superior em termos relativos, já que os rendimentos consolidados de publicidade cresceram 17%, quando se estima que o mercado tenha subido aproximadamente 14%.
- A **TVI** garantiu a liderança de audiências em televisão, registando uma média de quota de audiência de 23,7% e de 26,3%, no total do dia e no horário nobre, respetivamente. A diferença face ao segundo canal mais visto foi de 4,1pp no primeiro caso e de 2,4pp no segundo, que amplia as diferenças de 2,7pp e 1,0pp verificadas no semestre homólogo. A liderança da TVI em audiências mantém-se quando a leitura destas é feita por grupos de canais, com 25,8% no total do dia e 28,0% em horário nobre. De salientar que em Junho, mês de Mundial de Futebol, a TVI manteve a liderança, não obstante não ter emitido qualquer partida.
- Na vertente financeira, o segmento de Televisão atingiu um EBITDA de € 15,4 milhões e uma margem de 21,1%, com a publicidade a subir 17%.
- Por seu turno, o segmento de **Produção Audiovisual** registou uma melhoria substancial da rentabilidade, com o EBITDA a atingir € 0,2 milhões (vs. € -2,7 milhões no semestre homólogo), após a conclusão da reestruturação iniciada em 2013.
- O EBITDA do segmento de **Rádio** ascendeu a € 2,0 milhões até junho, a que correspondeu uma margem de 25,8%, melhorando 26% face ao período homólogo. Na terceira vaga de audiências de 2014, a Rádio Comercial registou a 11ª medição consecutiva na liderança.
- No **Digital**, o bom desempenho ao nível da inovação e dos conteúdos permitiu que esta área registasse um crescimento relevante dos rendimentos de publicidade, mantendo a contribuição positiva para o EBITDA do Grupo.

Queluz de Baixo, 21 de julho de 2014



## 1. Demonstração de Resultados Consolidados

milhares de €	1S 2014	1S 2013	Var %	2T 2014	2T 2013	Var %
<b>Total de Rendimentos Operacionais</b>	<b>88.957</b>	<b>87.355</b>	<b>2%</b>	<b>49.097</b>	<b>48.099</b>	<b>2%</b>
Televisão	72.942	70.061	4%	40.267	38.932	3%
Produção Audiovisual	20.225	19.403	4%	10.648	9.209	16%
Rádio	7.804	7.072	10%	4.456	3.885	15%
Outros	9.040	8.928	1%	4.532	4.543	0%
Ajustamentos de Consolidação	(21.053)	(18.109)	-16%	(10.806)	(8.469)	-28%
<b>Total de Gastos Operacionais ex-D&amp;A</b>	<b>70.816</b>	<b>70.761</b>	<b>0%</b>	<b>36.222</b>	<b>34.625</b>	<b>5%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>18.142</b>	<b>16.595</b>	<b>9%</b>	<b>12.875</b>	<b>13.475</b>	<b>-4%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>20,4%</b>	<b>19,0%</b>	<b>1,4pp</b>	<b>26,2%</b>	<b>28,0%</b>	<b>-1,8pp</b>
Televisão	15.419	16.873	-9%	10.370	13.328	-22%
Produção Audiovisual	174	(2.678)	N/A	479	(1.460)	N/A
Rádio	2.016	1.596	26%	1.531	1.168	31%
Outros	468	1.193	-61%	422	530	-20%
Ajustamentos de Consolidação	64	(389)	N/A	73	(92)	N/A
Depreciações e Amortizações	4.330	4.909	-12%	2.112	2.354	-10%
<b>Resultados Operacionais (EBIT)</b>	<b>13.811</b>	<b>11.686</b>	<b>18%</b>	<b>10.763</b>	<b>11.120</b>	<b>-3%</b>
Resultados Financeiros (Líquidos)	(4.445)	(4.037)	-10%	(2.252)	(2.258)	0%
<b>Res. antes de imp. e int. s/ controlo</b>	<b>9.366</b>	<b>7.648</b>	<b>22%</b>	<b>8.511</b>	<b>8.863</b>	<b>-4%</b>
Imposto sobre o Rendimento	(2.273)	(2.196)	-4%	(2.134)	(2.562)	17%
<b>Res.Líquido Operações em Continuação</b>	<b>7.093</b>	<b>5.452</b>	<b>30%</b>	<b>6.378</b>	<b>6.301</b>	<b>1%</b>
<b>Resultado líquido do período</b>	<b>7.093</b>	<b>5.452</b>	<b>30%</b>	<b>6.378</b>	<b>6.301</b>	<b>1%</b>

No primeiro semestre de 2014 (1S'14) o Grupo Media Capital registou um total de **rendimentos operacionais consolidados** de € 89,0 milhões, valor que corresponde a uma subida homóloga de 2%, em resultado do desempenho dos rendimentos de publicidade. No segundo trimestre (2T'14), a variação foi igualmente de 2%, com a publicidade a subir 26%.

Os **gastos operacionais** ficaram ao nível do ano transato, sendo que a nível trimestral assistiu-se a uma subida de 5%, originária sobretudo do segmento de televisão.

O **EBITDA consolidado** do Grupo atingiu um valor de € 18,1 milhões, com uma margem de 20,4%. Verificou-se portanto uma melhoria de 9% relativamente ao período homólogo. No 2T'14, o EBITDA foi de € 12,9 milhões, com a margem a atingir 26,2%.

O **resultado operacional** (EBIT) consolidado ascendeu a € 13,8 milhões (comparando com € 11,7 milhões no 1S'13), enquanto o **resultado líquido** foi de € 7,1 milhões, 30% superior ao verificado nos primeiros seis meses de 2013. Em termos trimestrais, o resultado líquido ficou 1% acima do período comparável.

-----



milhares de €	1S 2014	1S 2013	Var %	2T 2014	2T 2013	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>88.957</b>	<b>87.355</b>	<b>2%</b>	<b>49.097</b>	<b>48.099</b>	<b>2%</b>
Publicidade	56.638	48.543	17%	33.088	26.183	26%
Outros Rendimentos Operacionais	32.320	38.812	-17%	16.009	21.916	-27%

Os **rendimentos de publicidade** subiram 17% com uma performance superior à do mercado, uma vez que se estima que este tenha crescido cerca de 14%. No segmento de Televisão, a publicidade recuperou 17%. No segmento de Rádio, a subida

foi de 9%, enquanto que no segmento Outros (que inclui as áreas do Digital, Música e Eventos, assim como a holding e os serviços partilhados do Grupo), a subida foi de 23%. No segundo trimestre, e comparando com o período

homólogo, as variações foram de 28% (Televisão), 13% (Rádio) e 34% (Outros). No trimestre, o mercado terá subido cerca de 24%, o que significa de novo uma melhoria da posição relativa do Grupo.

Os **outros rendimentos operacionais**, compostos essencialmente por rendimentos de produção audiovisual, serviços multimédia e direitos de transmissão, recuaram 17% no semestre e 27% no trimestre, com o impacto a advir sobretudo do segmento de televisão, em concreto no que refere a serviços multimédia.

## 2. Televisão

milhares de €	1S 2014	1S 2013	Var %	2T 2014	2T 2013	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>72.942</b>	<b>70.061</b>	<b>4%</b>	<b>40.267</b>	<b>38.932</b>	<b>3%</b>
Publicidade	47.517	40.463	17%	27.878	21.723	28%
Outros Rendimentos	25.425	29.598	-14%	12.389	17.209	-28%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>57.523</b>	<b>53.188</b>	<b>8%</b>	<b>29.897</b>	<b>25.604</b>	<b>17%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>15.419</b>	<b>16.873</b>	<b>-9%</b>	<b>10.370</b>	<b>13.328</b>	<b>-22%</b>
Margem EBITDA	21,1%	24,1%	-2,9pp	25,8%	34,2%	-8,5pp
Depreciações e Amortizações	1.794	2.121	-15%	883	990	-11%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>13.626</b>	<b>14.752</b>	<b>-8%</b>	<b>9.487</b>	<b>12.338</b>	<b>-23%</b>

O conjunto dos canais da Media Capital composto pela TVI, TVI24, TVI Ficção e +TVI liderou neste primeiro semestre de 2014 com uma quota de audiência de 25,8% no total do dia e 28% no horário nobre.

All Day (%)	UNIVERSO	ADULTOS
<b>Grupo TVI</b>	<b>25,8</b>	<b>26,4</b>
Grupo SIC	23,0	23,5
Grupo RTP	19,4	20,3

  

Prime Time (%)	UNIVERSO	ADULTOS
<b>Grupo TVI</b>	<b>28,0</b>	<b>28,5</b>
Grupo SIC	26,8	27,3
Grupo RTP	18,2	19,0



Relativamente ao canal generalista, no primeiro semestre de 2014 a TVI confirmou a posição de canal mais visto da televisão portuguesa. De acordo com a GfK, a estação obteve um *share* de audiência de 23,7% em total de indivíduos (Universo), 4,1 pontos percentuais acima do seu concorrente mais próximo, e com uma diferença de 7,9 pontos para o terceiro canal mais visto.

Nesta primeira metade do ano a TVI é igualmente líder destacada no principal *target* comercial, indivíduos com quinze e mais anos (Adultos), no

qual regista 24,3%, 4,3 e 7,5 pontos percentuais acima dos dois concorrentes mais próximos.

Neste semestre, e para o horário nobre (20-24h), a TVI garantiu igualmente a primeira posição, com uma quota reforçada de 26,3%, ou seja uma vantagem de 2,4 pp de *share* sobre o canal no segundo lugar. Situação equivalente verifica-se no *target* comercial adultos, no qual a TVI capta 26,8% da audiência, com a segunda e a terceira posição a registarem 24,3% e 16,1% respetivamente.

Relativamente aos restantes períodos do dia, a TVI garante uma liderança transversal sendo igualmente a mais vista na manhã com 23,8% de *share* em total de indivíduos (no *target* comercial adultos 25,2%) almoço e tarde 23,2% (adultos 23,9%) e madrugadas com 23,7% e 24,3% respetivamente para cada um dos alvos referidos.

Nesta primeira metade do ano a TVI obteve um alcance diário total de 5 milhões e 250 mil indivíduos.

Para os primeiros seis meses de 2014 a TVI apresentou a estrutura usual nos grandes géneros televisivos, predominando a ficção, que ocupou 34% da oferta em grelha, seguida do entretenimento (com 25%) e da informação (22%).

Nestes grandes géneros, os principais programas de **informação** da TVI lideraram nos horários

respetivos. Ao almoço, o “Jornal da Uma” obteve nos primeiros seis meses do ano uma audiência média de 765 mil indivíduos e 29,9% de *share* liderando de forma inequívoca.

À noite, o “Jornal das 8” mantém a sua posição de liderança, sendo o único a garantir no semestre uma audiência média diária superior a 1 milhão de espetadores (24,8% de *share*).

No **desporto**, o destaque do semestre foi a transmissão exclusiva na TVI dos jogos da “Champions League”: nos primeiros seis meses foram emitidos nove jogos, os quais registaram uma audiência média de 1,9 milhões de indivíduos e uma quota líder no horário de 40,5%. No *target* nuclear, indivíduos do sexo masculino, estas transmissões registaram 48,3% de *share* e em adultos 41,5%.

No **entretenimento**, a estação voltou a revelar uma forte dinâmica, com a habitual liderança nas manhãs e tardes e a introdução de novos produtos na noite de domingo, também líderes.

Relativamente ao entretenimento diário, na manhã, e a comemorar 10 anos de existência, o programa “Você na TV” manteve a liderança clara, obtendo um *share* de audiência de 30,2%, baseado numa audiência média diária de 439 mil espetadores. O programa é igualmente líder no principal *target* comercial, Adultos, com um *share* de 31,8%.

No entretenimento vespertino, “A Tarde é Sua” registou uma audiência média líder de 438 mil indivíduos diários e um *share* de 22,3%. Também no *target* comercial Adultos o programa destaca-se da concorrência, com 23,3% de quota.

No entretenimento de fim-de-semana, o programa “Somos Portugal” destaca-se marcadamente dos concorrentes, obtendo no primeiro semestre uma audiência regular de 788 mil espetadores por programa. O *share* obtido em total de indivíduos foi de 24,4% (25,6% em Adultos).

No grande entretenimento, o programa “A Tua Cara Não me é Estranha – Kids”, uma edição com base no desempenho dos talentos mais jovens, liderou de forma acentuada aos domingos à noite, com um *share* de audiência de 32,1% em universo e 33% no *target* comercial adultos.

Destaque também para “Masterchef Portugal”, cujas emissões obtiveram em média 1 milhão e trezentos mil espetadores (*share* de 32,3% em universo), liderando também *targets* comerciais adultos (com 32,7%) e ABCD 15\_54 anos (com 30,7%), valores acima da audiência somada dos concorrentes mais próximos.

Já na parte final do semestre foi a vez de estrear o programa mais inovador da televisão portuguesa nos últimos anos: “Rising Star” é o primeiro grande exemplo bem-sucedido de participação do espetador tradicional através do *second screen* com uma aplicação específica de telemóvel e *tablet* na votação dos concorrentes participantes no programa. O conjunto das nove emissões deste semestre registaram uma audiência média de 1 milhão e oitenta mil espetadores e uma quota líder de 25,9%. O programa liderou igualmente em Adultos,sss com 26%.

Na **ficção**, a estação manteve uma presença muito forte em grelha com a introdução de dois novos produtos. No início de Fevereiro estreou a novela “Beijo do Escorpião”. Os 110 episódios emitidos até ao momento registam uma audiência média de 1 milhão e 210 mil espetadores, correspondendo a uma quota de 25,4% em total de indivíduos, sendo que no *target* nuclear, género feminino, a novela regista 28,3% nesta mesma variável.

Já no início de junho foi a vez de estrear a novela “Mulheres”, com os episódios exibidos a registarem uma média diária de 721 mil indivíduos, a que corresponde uma quota de 24,1% sendo que no *target* feminino este valor sobe para 28,2%.

Ainda no período de *prime time*, a TVI manteve a emissão de “Belmonte” (estreada em setembro do ano passado). Os capítulos emitidos obtiveram 1 milhão e cem mil espetadores por episódio, correspondendo a uma quota de audiência de 28,2%, sendo que em femininos a novela regista 31,4%.



Neste primeiro semestre a TVI24 registou uma quota de audiência de 1,4% para a totalidade do dia e no horário nobre obteve 1,3% considerando a totalidade do Universo. Caso seja considerados os indivíduos residentes nas plataformas de distribuição do canal, Lares com Subscrição” a quota da TVI24 é de 1,8% no *all day* e 1,7% no horário nobre.

Na observação do segmento composto pelos canais de notícias, e independentemente da rede de distribuição, a TVI24 regista uma quota de 32,4%. No horário nobre, a quota da TVI24 em canais noticiosos sobe para 35,5%. Os valores obtidos pelo canal significam acréscimos de 5% no total do dia perante o semestre homólogo de 2013 e no horário nobre a penetração da TVI melhorou em 11,3%.

A TVI24 teve neste semestre uma audiência total diária de 1 milhão e 400 mil indivíduos, e no horário das 20 às 24 horas verifica-se um contacto diário de 757 mil espetadores. A audiência média minuto do canal esteve neste semestre em 57 mil indivíduos em *prime time* e ao longo do dia 28 mil espetadores.



Os canais TVI Ficção e o +TVI foram renovados durante o primeiro trimestre de 2014, com novas grelhas de programação e uma oferta reposicionada e mais diversificada. Nos canais de distribuição exclusiva através de um distribuidor de sinal de televisão, o canal TVI Ficção obteve uma quota média no semestre de 0,5% nas suas emissões pela MEO. O canal mais jovem, +TVI, obteve uma quota média de 0,2% no mesmo período, na difusão exclusiva pela NOS.



A internacionalização dos canais da TVI prosseguiu durante os primeiros meses do ano. Assim, e já em abril, a TVI Internacional começou a transmitir na plataforma SFR, em França, depois de já estar presente naquele território através da Orange e da Free. A TVI Internacional está presente em 12 países e territórios, a saber: Angola, Moçambique, Espanha, França, Andorra, Suíça, Mónaco, Luxemburgo, Estados Unidos, Porto Rico, 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.

Os canais TVI24, TVI Ficção e +TVI estão já presentes em Angola, Moçambique e Cabo Verde

(neste último apenas a TVI24, em duas plataformas). A TVI Ficção está ainda presente em França, na plataforma Free desde abril deste ano.

## DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de **desempenho financeiro**, o segmento de Televisão viu os seus rendimentos operacionais totais subirem 4% (3% no trimestre).

Os **rendimentos de publicidade** ficaram 17% acima do verificado no ano anterior (28% no trimestre). A Media Capital estima que o mercado publicitário em sinal aberto tenha crescido cerca de 13% (20% no trimestre) e que o mercado de cabo tenha melhorado aproximadamente 22%.

Os **outros rendimentos**, que englobam entre outros, direitos de transmissão e serviços multimédia, recuaram 14% (-28% no trimestre).

Os **gastos operacionais** tiveram um incremento de 8% face ao ano anterior (17% no trimestre). Com efeito, tendo em atenção a perspetiva de melhoria do mercado de publicidade a TVI reforçou os gastos de programação, sobretudo ao nível dos conteúdos de entretenimento, mas também da produção nacional, ao mesmo tempo que o aumento da concorrência levou ao incremento dos gastos associados a rendimentos de serviços multimédia.

A evolução combinada entre rendimentos e gastos resultou num EBITDA de € 15,4 milhões, que compara com € 16,9 milhões em 2013 (-9%), com uma margem de 21,1%. No trimestre, o EBITDA foi de € 10,4 milhões (€ 13,3 milhões no 2T'13).

## 3. Produção Audiovisual



milhares de €	1S 2014	1S 2013	Var %	2T 2014	2T 2013	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>20.225</b>	<b>19.403</b>	<b>4%</b>	<b>10.648</b>	<b>9.209</b>	<b>16%</b>
Publicidade	0	0	0%	0	0	0%
Outros Rendimentos	20.225	19.403	4%	10.648	9.209	16%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>20.051</b>	<b>22.081</b>	<b>-9%</b>	<b>10.169</b>	<b>10.668</b>	<b>-5%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>174</b>	<b>(2.678)</b>	<b>N/A</b>	<b>479</b>	<b>(1.460)</b>	<b>N/A</b>
Margem EBITDA	0,9%	-13,8%	14,7pp	4,5%	-15,8%	20,3pp
Depreciações e Amortizações	1.583	1.804	-12%	791	879	-10%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(1.408)</b>	<b>(4.483)</b>	<b>N/A</b>	<b>(312)</b>	<b>(2.338)</b>	<b>87%</b>



O segmento de produção audiovisual atingiu um total de **rendimentos operacionais** de € 20,2 milhões, melhorando 4% (16% no trimestre).

Em Portugal, os rendimentos operacionais subiram 30% (mais de 50% no trimestre), mercê das atividades de produções televisivas e construção de cenários a nível nacional e internacional.

Relativamente a Espanha, os rendimentos operacionais registaram uma queda do volume de produção para clientes daquele país.

Por forma a melhorar os níveis de retorno do segmento, o Grupo continuou a estratégia de adaptação e flexibilização das estruturas afetas às produções. O Grupo acredita que, com este movimento, se encontra melhor preparado para encarar o futuro e para responder positivamente aos desafios do setor.

Assim, e para além do incremento dos proveitos, o Grupo conseguiu reduzir substancialmente os custos, pelo que o **EBITDA** melhorou de forma acentuada, para € 0,2 milhões (vs € -2,7 milhões no 1S'13), enquanto que no trimestre o EBITDA foi de € 0,5 milhões (compara com € -1,5 milhões no 2T'13). A evolução teria sido ainda mais favorável não fossem as indemnizações verificadas.

Uma nota final para o facto do filme de animação em 3D "Futbolín", coproduzido pela Plural e estreado em 2013 (estreou em Portugal em maio de 2014, com o título "Matraquilhos"), depois de ter sido galardoado pela Academia das Artes e Ciências Cinematográficas da Espanha com o prémio Goya para Melhor Filme de Animação, ter juntado novas e importantes distinções, obtendo (i) o Grande Prémio do New York International Children's Film Festival e os prémios de (ii) Melhor Filme de Animação e (iii) Melhor Música Original, estes dois no âmbito dos Prémios Platino do Cinema Iberoamericano.

## 4. Rádio

milhares de €	1S 2014	1S 2013	Var %	2T 2014	2T 2013	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>7.804</b>	<b>7.072</b>	<b>10%</b>	<b>4.456</b>	<b>3.885</b>	<b>15%</b>
Publicidade	7.309	6.701	9%	4.147	3.682	13%
Outros Rendimentos	495	371	33%	309	203	52%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>5.788</b>	<b>5.477</b>	<b>6%</b>	<b>2.925</b>	<b>2.717</b>	<b>8%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2.016</b>	<b>1.596</b>	<b>26%</b>	<b>1.531</b>	<b>1.168</b>	<b>31%</b>
Margem EBITDA	25,8%	22,6%	3,3pp	34,4%	30,1%	4,3pp
Depreciações e Amortizações	779	742	5%	349	370	-6%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>1.236</b>	<b>854</b>	<b>45%</b>	<b>1.182</b>	<b>798</b>	<b>48%</b>

Os **rendimentos de publicidade** da MCR melhoraram 9% relativamente ao período homólogo (13% no trimestre). Os outros rendimentos operacionais aumentaram 33% (52% no trimestre), associado a eventos.

Quanto aos **gastos operacionais** deste segmento, a variação foi de 6% (8% no trimestre), portanto inferior ao crescimento dos rendimentos, e parcialmente justificado com a atividade de eventos.

Face ao descrito, e atendendo à alavancagem operacional, o **EBITDA** do segmento foi de € 2,0 milhões (+26% face a 1S'13), com uma margem de 25,8% (+3,3pp). No segundo trimestre, o EBITDA melhorou 31% para € 1,5 milhões, com uma margem de 34,4% (+4,3pp).

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 terceira vaga de 2014, uma **audiência acumulada de véspera** (AAV) de **22,8%** e um **share de 33,7%**, destacando-se o desempenho da **Rádio Comercial**, que manteve a liderança com uma AAV de **16,1%** (**share de 23,0%**), 1pp acima do período homólogo (+2,7pp). É a 11ª medição consecutiva de audiências de rádio liderada pela Rádio Comercial.

Por seu turno, a **m80** - a rádio dos êxitos dos anos 60, 70 e 80 - obteve uma AAV de 4,2% (**share de 5,4%**). É a rádio musical mais ouvida entre as que não possuem rede de cobertura nacional.





Relativamente aos outros formatos, a **Cidade** obteve uma AAV de 3,8% (*share* de 4,2%), mantendo a liderança no segmento das rádios cujo principal alvo é a população mais jovem.

No final de junho, a Cidade perdeu o “FM” no nome para reforçar o posicionamento de uma marca líder que vai para além da antena. Mais moderna e urbana, a nova Cidade promete estar ainda mais perto dos jovens. Para além do incremento da aposta em novas plataformas, a Cidade será uma estação mais próxima, mais útil para os seus seguidores e ainda mais digital e tecnológica.

No que respeita à presença digital das marcas, destaque para a Rádio Comercial que, com mais de 1,2 milhões de seguidores no Facebook, continua a liderar o *ranking* das marcas portuguesas de media com maior número de fãs nesta rede social. A Cidade também faz parte da

lista de páginas de Facebook com maior número de fãs, com praticamente 700 mil seguidores. No segundo trimestre do ano, a Rádio Comercial lançou uma nova plataforma digital, que permite aos ouvintes não só ouvir no computador toda a emissão diária da rádio número um de Portugal, como pausar para ouvir mais tarde e retroceder até sete dias de emissão completa.

Por fim, para além do apoio e presença das rádios nos grandes eventos musicais e concertos de reconhecidos artistas nacionais e estrangeiros, é de destacar o sucesso e elevada adesão que caracterizaram os dois espetáculos realizados no Norte de Portugal (Gondomar) – “Parabéns in the Night”, a propósito da comemoração do 35º aniversário da Rádio Comercial. A m80 celebrou no início de maio o seu 7º aniversário, com duas grandes festas a acontecer em simultâneo em Lisboa e no Porto.

## 5. Outros

milhares de €	1S 2014	1S 2013	Var %	2T 2014	2T 2013	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>9.040</b>	<b>8.928</b>	<b>1%</b>	<b>4.532</b>	<b>4.543</b>	<b>0%</b>
Publicidade	1.829	1.489	23%	1.085	812	34%
Outros Rendimentos Operacionais	7.210	7.439	-3%	3.447	3.730	-8%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>8.572</b>	<b>7.735</b>	<b>11%</b>	<b>4.111</b>	<b>4.013</b>	<b>2%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>468</b>	<b>1.193</b>	<b>-61%</b>	<b>422</b>	<b>530</b>	<b>-20%</b>
Margem EBITDA	5,2%	13,4%	-8,2pp	9,3%	11,7%	-2,4pp
Depreciações e Amortizações	175	242	-28%	88	115	-23%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>293</b>	<b>952</b>	<b>-69%</b>	<b>333</b>	<b>415</b>	<b>-20%</b>

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

Não obstante o forte ambiente competitivo que se assiste na área do Digital, a MCD tem conseguido registar bons níveis de adesão aos seus conteúdos e serviços, o que se reflete positivamente nos seus indicadores *pageviews*, *unique browsers* e *downloads*.

A título de exemplo, o grupo de *sites* da TVI fecha o semestre na liderança do seu segmento (referente a *sites* de canais de TV), com um *share* de 47% em visitas e de 42,3% em páginas.

Com uma aposta cada vez maior nesta área, a MCD continua a trabalhar na inovação e aperfeiçoamento dos seus conteúdos digitais para as diversas plataformas (Apple, Android, e Windows) e dispositivos (*smartphones*, *tablets* e *smart tvs*), tendo já desenvolvido mais de 20

aplicações para as diferentes marcas do grupo que, no total, registam já mais de 1.800.000 de *downloads*.

No período em análise destacam-se as seguintes novidades:

- Desafio Final - acesso à emissão *online* de “Casa dos Segredos - Desafio Final”, emitido em exclusivo na internet mediante subscrição;
- *Blogs* - Acresce ao *portfolio* desta nova linha de negócio que explora o potencial das caras da estação o *blog* cabaredogoucha.pt;
- Novo *site* Lux - um *site* que se adapta aos diferentes dispositivos de consulta, sejam eles no computador, no *tablet* ou no telemóvel.
- Novo *site* Masterchef - fotos e vídeos dos episódios, caracterização dos concorrentes e extras dos bastidores das gravações e exclusivos *online* (“Masterclasses”), são exemplos do que é possível ver no *site*.

- Novo site e app “Melhor do que Falecer.”
- Novo site Rising Star, acompanhado com app inovadora e de uma intensa atividade ao nível das redes sociais Facebook e Twitter, tendo merecido entrada no Top10 do ranking da “Social Wit List” de maio da maior agência especializada em pesquisa e informação sobre programas de TV – a The Wit
- *MaisFutebol* – nova app; Prémio CNID (Associação de Jornalistas Desportivos) 2013 – *Online*; Eleito pelo “The Guardian” como meio português para a cobertura do Mundial 2014
- Desenvolvimento de conteúdos transmedia – website, blogues, facebook, linkedin, pinterest e VOD na íntegra dos episódios – da nova novela da TVI “Mulheres”.

Na área da Música, vale a pena salientar o prémio atribuído a Tony Carreira, artista

representado pela Farol, como “World Best Selling Portuguese Artist”, na edição de 2014 dos World Music Awards. Líder no mercado de coletâneas, a Farol editou no final do semestre quatro novas compilações, com trabalhos de reconhecidos artistas nacionais e internacionais.

Os **rendimentos de publicidade** do segmento subiram 23% (34% no trimestre), beneficiando dos fortes crescimentos verificados nos vários projetos.

Por seu turno, os **outros rendimentos operacionais** tiveram uma evolução menos expressiva (-3% no semestre e -8% no trimestre).

O **EBITDA** do segmento foi assim positivo em € 468 milhares, que compara com € 1,2 milhões no período homólogo. No trimestre, a variação absoluta foi menos expressiva (de € 530 milhares para € 422 milhares).



## 6. Cash Flow

milhares de €	1S 2014	1S 2013	Var %	2T 2014	2T 2013	Var %
Recebimentos	113.869	107.374	6%	62.825	56.704	11%
Pagamentos	(107.406)	(106.882)	0%	(50.870)	(59.927)	15%
<b>Fluxos das atividades operacionais (1)</b>	<b>6.464</b>	<b>492</b>	<b>1214%</b>	<b>11.956</b>	<b>(3.223)</b>	<b>N/A</b>
Recebimentos	1.660	2.502	-34%	1.611	487	231%
Pagamentos	(3.818)	(3.273)	-17%	(2.122)	(1.518)	-40%
<b>Fluxos das at. de investimento (2)</b>	<b>(2.158)</b>	<b>(771)</b>	<b>-180%</b>	<b>(511)</b>	<b>(1.031)</b>	<b>50%</b>
Recebimentos	49.943	63.094	-21%	19.082	34.656	-45%
Pagamentos	(57.375)	(71.051)	19%	(31.494)	(35.240)	11%
<b>Fluxos das at. de financiamento (3)</b>	<b>(7.431)</b>	<b>(7.956)</b>	<b>7%</b>	<b>(12.412)</b>	<b>(584)</b>	<b>N/A</b>
Caixa e equivalentes no início do período	5.237	10.790	-51%	3.075	7.387	-58%
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(3.126)	(8.235)	62%	(968)	(4.838)	80%
Efeito das variações de câmbios	(5)	(21)	77%	(1)	(14)	93%
<b>Caixa e equivalentes no final do período</b>	<b>2.106</b>	<b>2.534</b>	<b>-17%</b>	<b>2.106</b>	<b>2.534</b>	<b>-17%</b>

O **cash flow das atividades operacionais** foi de € 6,5 milhões, comparando com € 0,5 milhões nos primeiros seis meses de 2013. A contribuir para esta evolução há a destacar o menor desembolso com os impostos sobre o rendimento (€ -5,3 M€ em 1S 2013 vs. € -1,4 M€ em 1S 2014).

Dada a atividade sazonal do Grupo, é expectável uma melhoria substancial desta métrica no segundo semestre, nomeadamente nos últimos três meses do ano.

O **cash flow das atividades de investimento** foi de € -2,2 milhões, quando o ano passado havia sido de € -0,8 milhões. Analisando o **cash flow**

respeitante a pagamentos de ativos fixos tangíveis e intangíveis, este manteve-se em € -1,9 milhões, demonstrando a manutenção do enfoque do Grupo na maximização da geração de caixa, neste caso através de uma forte contenção do **capex**, com enfoque muito claro em projetos com elevada probabilidade de trazerem valor acrescentado.

O **cash flow das atividades de financiamento** foi de € -7,4 milhões, refletindo os movimentos verificados nas atividades operacionais e de investimento, o pagamento de dividendos no montante de € 9,8 milhões e o menor montante de caixa e seus equivalentes no final do primeiro semestre.



## 7. Endividamento

milhares de €	Jun 14	Dez 13	Var Abs	Var %
<b>Dívida financeira</b>	<b>113.304</b>	<b>110.807</b>	<b>2.496</b>	<b>2%</b>
Empréstimos bancários / Papel comercial	111.231	108.304	2.927	3%
Outro endividamento	2.072	2.503	(431)	-17%
<b>Caixa &amp; equivalentes</b>	<b>2.106</b>	<b>5.237</b>	<b>(3.130)</b>	<b>-60%</b>
<b>Dívida líquida</b>	<b>111.197</b>	<b>105.571</b>	<b>5.627</b>	<b>5%</b>

No que diz respeito ao **endividamento líquido**, este registou um aumento de 5% ou seja, € 5,6 milhões face a dezembro de 2013, situando-se no final de junho em € 111,2 milhões. De salientar que o valor da dívida inclui os *leasings*,

que ascendem no total a € 2,1 milhões no final do período em análise.

O Grupo Media Capital mantém assim uma confortável estrutura de capital.



## 8. Eventos subsequentes

Posteriormente à data de fim de semestre, o Grupo Media Capital SGPS, S.A. comunicou ao mercado a assinatura, com o Banco BPI, S.A., de um contrato de organização, montagem, colocação e garantia de colocação relativo à emissão de um empréstimo obrigacionista por subscrição particular de 7.500 obrigações, no valor global de € 75.000.000,00 (setenta e cinco milhões de euros), a taxa variável, com um prazo de maturidade de cinco anos, designado por

Media Capital 2014-2019, emitido no dia 14 de Julho de 2014. Conforme descrito nessa comunicação ao mercado, o Banco BPI, S.A. garantiu a colocação integral da emissão. Essa emissão de obrigações Media Capital 2014-2019 faz parte da estratégia de refinanciamento do Grupo, com o objetivo de reduzir os gastos de financiamento e alargar a maturidade da dívida contratada.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA
EM 30 DE JUNHO DE 2014 E 31 DE DEZEMBRO DE 2013

(Montantes expressos milhares de Euros)

ATIVO	30.06.2014	31.12.2013
<b>ATIVOS NÃO CORRENTES:</b>		
<i>Goodwill</i>	153.568	153.568
Ativos intangíveis	14.786	15.972
Ativos fixos tangíveis	15.288	17.357
Investimentos em associadas	1.639	1.612
Ativos financeiros disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	46.834	46.469
Outros ativos não correntes	3.827	3.961
Ativos por imposto diferido	4.496	4.279
	<u>240.446</u>	<u>243.225</u>
<b>ATIVOS CORRENTES:</b>		
Direitos de transmissão de programas de televisão	32.040	33.091
Inventário	68	102
Clientes e outras contas a receber	44.618	42.086
Ativos por imposto corrente	761	127
Outros ativos correntes	13.255	10.748
Caixa e seus equivalentes	2.106	5.237
	<u>92.848</u>	<u>91.391</u>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<u><u>333.294</u></u>	<u><u>334.616</u></u>
<b>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</b>		
<b>CAPITAL PRÓPRIO:</b>		
Capital	89.584	89.584
Reservas	29.129	25.261
Resultado líquido consolidado do período	7.093	13.683
Capital próprio atribuível aos acionistas da empresa-mãe	<u>125.805</u>	<u>128.529</u>
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO</b>	<u><u>125.805</u></u>	<u><u>128.529</u></u>
<b>PASSIVO:</b>		
<b>PASSIVO NÃO CORRENTE:</b>		
Financiamentos obtidos	21.093	77.566
Provisões	6.586	6.602
Passivos por imposto diferido	1.478	1.478
	<u>29.157</u>	<u>85.647</u>
<b>PASSIVO CORRENTE:</b>		
Financiamentos obtidos	92.211	33.241
Fornecedores e outras contas a pagar	48.070	45.442
Passivos por imposto corrente	11	1.159
Outros passivos correntes	38.040	40.598
	<u>178.332</u>	<u>120.440</u>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<u><u>207.489</u></u>	<u><u>206.087</u></u>
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO</b>	<u><u>333.294</u></u>	<u><u>334.616</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS SEMESTRES E TRIMESTRES FINDOS EM 30 DE JUNHO DE 2014 E 2013

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	Semestre findo em		Trimestre findo em	
	30.06.2014	30.06.2013	30.06.2014	30.06.2013
<b><u>RENDIMENTOS OPERACIONAIS:</u></b>				
Prestações de serviços	62.935	56.822	36.400	30.368
Vendas	174	719	55	313
Outros rendimentos operacionais	25.848	29.814	12.642	17.419
Total de rendimentos operacionais	<u>88.957</u>	<u>87.355</u>	<u>49.097</u>	<u>48.099</u>
<b><u>GASTOS OPERACIONAIS:</u></b>				
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(13.367)	(15.251)	(6.239)	(7.715)
Fornecimentos e serviços externos	(33.357)	(31.426)	(17.845)	(15.726)
Gastos com o pessoal	(23.360)	(25.629)	(11.823)	(12.244)
Amortizações e depreciações	(4.330)	(4.909)	(2.112)	(2.354)
Provisões e perdas de imparidade ((reforços) / reversões)	(94)	868	39	186
Outros gastos operacionais	(639)	677	(353)	875
Total de gastos operacionais	<u>(75.146)</u>	<u>(75.669)</u>	<u>(38.334)</u>	<u>(36.979)</u>
Resultados operacionais	<u>13.811</u>	<u>11.686</u>	<u>10.763</u>	<u>11.120</u>
<b><u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u></b>				
Gastos financeiros	(4.538)	(4.656)	(2.279)	(2.405)
Rendimentos financeiros	71	521	33	104
Gastos financeiros, líquidos	(4.467)	(4.135)	(2.246)	(2.301)
Ganhos / (perdas) em empresas associadas	22	97	(6)	44
Resultados antes de impostos	<u>(4.445)</u>	<u>(4.037)</u>	<u>(2.252)</u>	<u>(2.258)</u>
Imposto sobre o rendimento do período	(2.273)	(2.196)	(2.134)	(2.562)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>7.093</u>	<u>5.452</u>	<u>6.378</u>	<u>6.301</u>
Atribuível a:				
Acionistas da empresa-mãe	7.093	5.452	6.378	6.301
<b>Resultado por ação das operações em continuação em Euros</b>				
Básico	0,0839	0,0645	0,0755	0,0746
Diluído	<u>0,0839</u>	<u>0,0645</u>	<u>0,0755</u>	<u>0,0746</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS SEMESTRES FINDOS EM 30 DE JUNHO DE 2014 E 2013

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>30.06.2014</u>	<u>30.06.2013</u>
<u>ATIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	113.869	107.374
Pagamentos a fornecedores	(57.301)	(51.162)
Pagamentos ao pessoal	(24.015)	(24.987)
Fluxos gerados pelas operações	<u>32.554</u>	<u>31.225</u>
Pagamento de imposto sobre o rendimento	(1.426)	(5.313)
Outros pagamentos relativos à atividade operacional	(24.664)	(25.420)
Fluxos das atividades operacionais (1)	<u>6.464</u>	<u>492</u>
<u>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Venda de ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis	884	36
Juros e rendimentos similares	92	590
Reembolsos recebidos de financiamentos concedidos	683	1.876
	<u>1.660</u>	<u>2.502</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	(294)	(21)
Aquisição de ativos fixos tangíveis	(2.267)	(1.939)
Aquisição de ativos intangíveis	(532)	-
Financiamentos concedidos	(724)	(1.313)
	<u>(3.818)</u>	<u>(3.273)</u>
Fluxos das atividades de investimento (2)	<u>(2.158)</u>	<u>(771)</u>
<u>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	<u>49.943</u>	<u>63.094</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	(43.006)	(54.685)
Amortização de contratos de locação financeira	(662)	(637)
Juros e gastos similares	(3.157)	(3.468)
Dividendos	(9.804)	(11.325)
Outras despesas financeiras	(746)	(937)
	<u>(57.375)</u>	<u>(71.051)</u>
Fluxos das atividades de financiamento (3)	<u>(7.431)</u>	<u>(7.956)</u>
Caixa e seus equivalentes no início do período	5.237	10.790
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(3.126)	(8.235)
Efeito das diferenças de câmbio	(5)	(21)
Caixa e seus equivalentes no fim do período	2.106	2.534