

2006

RELATÓRIO E CONTAS / ANNUAL REPORT



GRUPO MÉDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

RELATÓRIO E CONTAS 2006
ANNUAL REPORT 2006

Carta do Presidente Chairman Message	02
Carta do Administrador Delegado CEO Message	06
Evolução da Actividade em 2006 Overall Group Activity in 2006	11
Televisão TV Broadcasting	22
Produção de Televisão Television Production	38
Música e Entretenimento Music and Entertainment	44
Rádio Radio	50
Imprensa Press	56
Internet Internet	60
Outdoor Outdoor	66
Responsabilidade Social Social Responsibility	70
Disposições Legais Legal Provisions	82
Relatório do Governo da Sociedade Corporate Governance report	89
Contas Consolidadas	129
Consolidated Accounts	161



“Foi uma travessia apaixonante e com dificuldades em que, felizmente, os sucessos permitiram ultrapassar os vários dissabores que sofremos, mas em que o profissionalismo e talento de toda a equipa permitiram desenvolver a estratégia e conduzir a empresa, passo a passo, até ao que hoje representa.”



O exercício de 2006 foi determinante para o futuro do Grupo Media Capital. Foi um ano em que se cumpriu uma fase decisiva na vida do Grupo em que estive muito envolvido pessoalmente. Na verdade, podemos considerar que desde o final dos anos 90, com a entrada na rádio, logo seguida pelo investimento na TVI e tudo o que se seguiu desde então, constitui a fase de nascimento e desenvolvimento do Grupo Media Capital enquanto grupo de empresas e operador líder no sector dos media em Portugal.

Neste período de tempo, a equipa de gestão em conjunto com todos os colaboradores da empresa conseguiram feitos significativos, com grande esforço pessoal e elevado profissionalismo demonstrado: a obtenção do financiamento necessário para o crescimento inicial do Grupo; a notável recuperação económica e financeira da TVI e a sua rápida afirmação como principal televisão em Portugal – sobre a qual podemos dizer que o Grupo foi construído; o ultrapassar da crise de 2001-2003 sem os problemas que afectaram outras empresas do sector; a entrada no capital da maior produtora audiovisual em Portugal; a consolidação das operações levada a cabo na rádio, outdoor, Internet e imprensa, que haviam resultado, cada uma delas, da aquisição ou lançamento

de vários projectos isolados; a exploração de sinergias de conteúdos e de negócios que possibilitou a transformação da Farol música em operador líder; a colocação da empresa em bolsa sem perturbar o normal desenrolar do negócio e numa altura conturbada do mercado financeiro. Foi uma travessia apaixonante e com dificuldades em que, felizmente, os sucessos permitiram ultrapassar os vários dissabores que sofremos, mas em que o profissionalismo e talento de toda a equipa permitiram desenvolver a estratégia e conduzir a empresa, passo a passo, até ao que hoje representa.

Chegado ao fim da sua “adolescência” enquanto empresa, havia que preparar o futuro, ou seja, assegurar que o Grupo poderia contar com accionistas de referência que pudessem não apenas garantir a estabilidade para continuar o seu crescimento, mas que também pudessem imprimir uma nova dinâmica e abrir novos horizontes de crescimento. Creio que em 2006, com a renovação da licença da TVI por mais 15 anos – essencial para confirmar a continuidade da principal base do negócio – e com a consolidação do Grupo Prisa como principal accionista, estamos chegados a uma nova fase no percurso do Grupo Media Capital, uma fase prometedora e também desafiante quanto aos

objectivos que o Grupo tem por diante. O sector nunca esteve tão concorrido como hoje e avizinham-se alterações estruturais para todo o sector dos media e da comunicação, mas acredito firmemente que a empresa também está hoje mais bem preparada e posicionada que nunca para os enfrentar, com a mesma ambição e determinação que teve no passado e procurando atingir o sucesso que conseguiu em circunstâncias muito mais adversas.

Finalmente, cumpre-me também deixar uma palavra de agradecimento, em meu nome e dos restantes membros do Conselho de Administração, a todos os nossos clientes, accionistas, espectadores, ouvintes e leitores pela preferência que entenderam dar-nos, bem como aos nossos fornecedores e parceiros financeiros e legais. Como sempre disse, “os media são um negócio que depende sobretudo do talento das pessoas” pelo que não podia deixar de transmitir uma palavra especial de apreço e reconhecimento aos colaboradores de todas as empresas do Grupo, cujo apoio e dedicação foram fundamentais para atingirmos os resultados apresentados em 2006.

Miguel Pais do Amaral

Lisboa, 27 de Fevereiro de 2007



“It was a hard and exciting journey, but fortunately the successes we had helped the Group to overcome a few setbacks. However, it was the professionalism and talent of the whole team that enabled the definition of the correct strategy and its implementation step-by-step towards what the Group is today.”

2006 was a key year for the future of Grupo Media Capital because it concluded a decisive phase in its life, a phase in which I have been personally very involved. Actually, we can consider this whole period, since the late 90's with the entrance in radio, followed by the investment in TVI and all the other events in the following years until 2006, as the birth and early development stage of Grupo Media Capital as a company and as a leading player in the media business in Portugal

During this period of time, the management team, together with all the Group's employees, has accomplished significant achievements, thanks to the strong personal effort invested and to the high level of professionalism showed such as raising the funds needed for the initial growth of the Group; the amazing economic and financial turnaround of TVI and its quick rise to the leadership in the Portuguese television – that we can consider as the cornerstone for the future growth of the Group; overcoming the 2001-2003 crisis, without the problems

that affected other companies in the sector; the investment in the largest audiovisual production company in Portugal; the consolidation of the radio, outdoor, Internet and press operations, all of them the result of several acquisitions or launches done in few years; the development of Farol Música into a leading player thanks to group synergies on content and media and the listing of the company in the stock market without disturbing the day-to-day business and during a difficult time in the financial markets, to name just a few. It was a hard and exciting journey, but fortunately the successes we had helped the Group to overcome a few setbacks. However, it was the professionalism and talent of the whole team that enabled the definition of the correct strategy and its implementation step-by-step towards what the Group is today.

Having reached the end of its “childhood” as a company, we had to prepare its future, in particular to assure that the group could rely on reference shareholders that are able not only to continue growing

the business but also to bring a new approach and open new growth horizons. I believe that in 2006, with the renewal of TVI license for a further 15 years – something critical to ensure the continuity of the core business of the Group – and with the consolidation of Grupo Prisa as the main shareholder, we have arrived to a new phase in the life of Grupo Media Capital, a phase that seems promising as well as challenging for the objectives that lie ahead of the Company. The sector has never been as competitive as it is today and structural changes can be looming on the horizon for all media and communication players, but I firmly believe that today the Group is currently better prepared and positioned than ever to face these changes with the same ambition and drive that it showed in the past and striving to achieve the success it has already had in more adverse situations.

Finally, it is my duty as well as my pleasure to appreciate, in my name and of all other members of the Board of Directors, to all our clients, shareholders, viewers, listeners and

readers by the preference they trusted on us, as well as to all our suppliers and financial and legal partners. As I always said, “the media are a business which mainly depends on the talent of people” and thus I also leave a final word of recognition and acknowledgement to all the employees of the Group companies for their fundamental support and dedication, which drove us to the results presented for 2006

Miguel Pais do Amaral

Lisbon, 27 February 2007



“...temos todas as condições para nos mantermos como o Grupo líder de comunicação, informação e entretenimento em Portugal, não apenas em audiências, mas sobretudo em rentabilidade e impacto na sociedade, assentes principalmente na excelência e no empenho das nossas equipas, na independência editorial dos nossos conteúdos e no compromisso total em satisfazer as preferências dos nossos espectadores, ouvintes, leitores e anunciantes.”



No final do primeiro ano completo como Administrador Delegado do Grupo Media Capital, é para mim uma honra e motivo de satisfação poder apresentar uns resultados de gestão que mostram que a empresa está na sua melhor situação de sempre, e numa altura em que está a entrar numa nova etapa da sua ainda curta existência. Apraz-me, por isso, poder fazer agora um balanço muito positivo do que foi feito neste ano também porque são já visíveis para todos os primeiros frutos da construção de um projecto com vocação de liderança no exigente sector dos media em Portugal.

O ano de 2006 foi um ano muito importante e muito exigente para o Grupo Media Capital. No plano interno foram dados passos decisivos para agilizar e adaptar a estrutura organizativa do Grupo – quer no Centro Corporativo quer nas várias Unidades de Negócio – aos novos desafios e tarefas que temos pela frente. Simultaneamente, foi acelerada a implementação das mais avançadas ferramentas de gestão, que permitem não só capturar importantes poupanças em termos de custos, mas também obter ganhos de eficiência na tomada de decisões e até facilitar a capacidade de resposta da empresa.

Num contexto de estagnação do mercado e do aumento do ambiente competitivo no sector, é de realçar o crescimento das receitas de quase todos os negócios do Grupo acima da média dos seus respectivos segmentos, conquistando assim quota de mercado e contribuindo para uma boa performance em termos globais do Grupo. De entre estes bons desempenhos, destaco alguns pela sua importância: a TVI voltou, pelo segundo ano consecutivo, a ser a estação de televisão líder em Portugal, com um share de audiência global de 34,8% e aumentando a sua quota de mercado do investimento publicitário em televisão para 47%; a NBP não só manteve a qualidade das suas produções – trave mestra das audiências da TVI – como ainda reforçou o número de horas produzidas para quase 900 em 2006; a Farol Música, com o seu catálogo próprio e o representado, ascendeu à liderança no mercado discográfico nacional; e a MCR reorganizou os seus formatos para configurar uma proposta equilibrada e completa, nomeadamente com o novo Rádio Clube, capaz de disputar com garantias a liderança no segmento da rádio generalista em Portugal. A combinação destes bons desempenhos traduziu-se em proveitos consolidados de €229 milhões, 4% acima de 2005, no aumento dos resultados operacionais (EBIT) de 16% para mais

de €33 milhões e num crescimento de 18% dos resultados líquidos consolidados do Grupo, que ultrapassaram os €15 milhões em 2006.

O ano de 2006 foi também marcado pelo reforço da posição do Grupo Prisa no capital da empresa, como resultado de uma Oferta Pública de Aquisição voluntária lançada no último trimestre do ano, e que lhe permitiu tornar-se assim no principal accionista do Grupo Media Capital com 73,7% das suas acções, decorrendo ainda uma segunda OPA sobre o restante capital, que deverá estar também concluída em breve. Este investimento enquadra-se na estratégia do Grupo Prisa de aumentar a sua presença nos mercados de língua Espanhola e Portuguesa – em particular no sector audiovisual – para reforçar a sua posição como principal grupo Ibérico do sector. Por outro lado, este investimento demonstra também a importância e a confiança no valor dos activos e das marcas do Grupo Media Capital, assim como no potencial de crescimento da economia Portuguesa.

As actuais perspectivas para 2007 apontam para um cenário económico mais atractivo que em 2006, mas também para um reforço da agressividade da concorrência, a par de algumas incertezas quanto ao desenrolar de algumas iniciativas

de regulação das actividades do sector. Porém, encaramos estes desafios com uma ambição renovada e com a consciência de que teremos de manter a nossa exigência de rigor na eficiência e na gestão em sintonia com a qualidade de execução das nossas propostas.

Creio que temos todas as condições para nos mantermos como o Grupo líder de comunicação, informação e entretenimento em Portugal, não apenas em audiências, mas sobretudo em rentabilidade e impacto na sociedade, assentes principalmente na excelência e no empenho das nossas equipas, na independência editorial dos nossos conteúdos e no compromisso total em satisfazer as preferências dos nossos espectadores, ouvintes, leitores e anunciantes. Esse é o nosso objectivo e a melhor prova do nosso envolvimento com a comunicação social, a cultura e o entretenimento em Portugal. Deixo também uma palavra final de agradecimento a todos os nossos parceiros, fornecedores e consultores – parte menos visível mas não menos importante para a obtenção dos nossos resultados.

Manuel Polanco

Queluz de Baixo, 27 de Fevereiro de 2007



“...we have all the conditions required to remain as the leading player in the communication, information and entertainment in Portugal, not only in audiences but mainly in profitability and impact in the Society, mainly driven by the excellence and commitment of our teams, the editorial independence of our contents and in our focus to understand and meet the preferences of our viewers, listeners, readers and advertisers.”

At the end of my first complete year as the CEO of Grupo Media Capital, it is for me an honor and a pleasure to present a good set of year end results, which show a company in its best financial situation ever, and entering a new phase of its still short life. I am glad to be able to do now a very positive overview of what we have accomplished in the last year but also because we can already see the early steps for the development of a project aiming to become the leading player in the very competitive media sector in Portugal.

2006 was a very important and demanding year for Grupo Media Capital. Internally, some decisive steps were taken in order to simplify and adapt the organizational structure of the Group – both on its Corporate Center and on the Business Units – to the upcoming challenges and projects. Simultaneously, the implementation of the most advanced management tools and systems was speeded up, not only to capture significant cost savings but also to obtain efficiency gains

on the decision making process and even to optimize the overall performance of the company.

With a nearly flat market and increasing competition in the media sector, we should highlight the revenue growth (above the average of their segment) achieved by most of the business units of Media Capital, increasing their market share and contributing to the good performance of the Group as a whole. Among the several good examples, some deserve a further note: TVI was, for the second consecutive year, the most seen television channel in Portugal, with an average audience share of 34.8% and raising its share of the advertising revenues in television to 47%; NBP not only continued to deliver quality productions – the cornerstone of TVI programming grid – but also increased the number of hours produced to almost 900 in 2006; Farol Música became leader of the music edition market in Portugal thanks both to its own catalog and the one from Warner Music that it represents in Portugal; MCR reorganized its

radio formats to develop a more complete and balanced portfolio, mostly through the New Rádio Clube, now able to compete for the leadership of the generalist radio stations in Portugal. The combination of these good performances reflected in consolidated revenues of 229€ million, 4% above 2005, in an increase of the operational results (EBIT) by 16% to 33€ million and in a 18% growth of the net result of the Group that exceeded 15€ million in 2006.

In 2006, a key fact for the company was also the reinforcement of the shareholding position of Grupo Prisa in the company, following a voluntary tender offer launched in the last quarter. This enabled Prisa to become in February 2007 the main shareholder of Grupo Media Capital with 73.7% of the shares and another tender offer over the remaining shares is still undergoing but should be completed soon. This investment is part of strategy Grupo Prisa's strategy to expand its presence in the Spanish and Portuguese speaking markets – namely in the audiovisual sector – to strengthen its position as

the main Iberian player of this sector. The investment in Grupo Media Capital also reflects the importance and belief in the value of the assets and brands of Grupo Media Capital and in the growth potential of the Portuguese economy.

Regarding 2007, current forecasts point to a more attractive scenario than in 2006, but also to increased competitive activity as well as to some uncertainties about the outcome of key regulation initiatives for the sector. However, we face these challenges with a renewed ambition and aware that we need to keep our rigorous management and high levels of efficiency as well as the quality of all our work.

I believe that we have all the conditions required to remain as the leading player in the communication, information and entertainment in Portugal, not only in audiences but mainly in profitability and impact in the Society, mainly driven by the excellence and commitment of our teams, the editorial independence of our contents and in our focus to understand and meet the preferences

of our viewers, listeners, readers and advertisers. This is our goal and is also the best proof of our commitment with the information, culture and entertainment in Portugal. A final word of appreciation also all our partners, suppliers and consultants, whose contribute is not often seen and recognized but it is no less important in the accomplishment of our goals.

Manuel Polanco

Queluz de Baixo, 27 February 2007

GRUPO MÉDIA CAPITAL, SGPS, S. A.



Senhores Accionistas,

O Conselho de Administração do Grupo Media Capital, SGPS, S.A. no cumprimento dos preceitos legais e estatutários instituídos, apresenta o Relatório e Contas relativos ao exercício de 2006. Ao abrigo do número 6 do art. 508º – C do Código das Sociedades Comerciais, o Conselho de Administração decidiu apresentar um Relatório de Gestão único, sendo aqui cumpridos todos os preceitos legais exigidos.

Dear shareholders,

The Board of Directors of Grupo Media Capital, SGPS, S.A. in the execution of the legal and statutory precepts instituted, presents the Management Report and Statutory Consolidated Accounts for the year of 2006. In the terms and for the effects of the number 6 of article 508 – C of the Portuguese Companies Code, the Board of Directors has decided to present a sole Management Report. All the legal requirements are being fulfilled in this document.

Free translation for information purposes only.
In the event of discrepancies the Portuguese language version prevails.

INTRODUÇÃO E INFORMAÇÃO RELEVANTES

A sociedade Grupo Media Capital, SGPS, S. A. (“Empresa” ou “Sociedade” ou “Media Capital” ou “Grupo Media Capital” ou “Grupo”) tem como único investimento, uma participação de 100% na MEGLO – Media Global, SGPS, S.A. (“MEDIA GLOBAL”). Através desta participação, a Empresa detém, indirectamente, participações nas empresas indicadas nas Notas 4, 5 e 6

do anexo às demonstrações financeiras consolidadas em 31 de Dezembro de 2006.

As designações completas das empresas incluídas neste relatório têm a devida correspondência no referido anexo às demonstrações financeiras consolidadas, que são parte integrante do Relatório e Contas da Empresa.

ENQUADRAMENTO ECONÓMICO

Num contexto de incipiente crescimento da economia, é natural que o mercado publicitário – ou seja, os investimentos publicitários das empresas nos órgãos de comunicação social nos media – continue a mostrar também uma fraca evolução. Embora um pouco melhor que no ano anterior, 2006 veio confirmar esta tendência com o Produto Interno Bruto e o consumo privado a crescerem ambos em termos reais pouco acima de 1%. O reduzido crescimento do consumo privado verificado em 2006 em conjunto com a subida das taxas de juro agravado pelo elevado endividamento das famílias portuguesas podem, inclusive, afectar as expectativas dos agentes económicos – e, em concreto, dos anunciantes – para 2007. Este panorama pouco animador

afectou também outras fontes de receita do sector, em particular as dependentes do consumo directo das famílias, como as vendas de publicações (ou de produtos a elas associados). Finalmente, fenómenos globais como a consulta e partilha de conteúdos através da Internet prejudicam, igualmente, alguns negócios como as vendas de jornais ou de música.

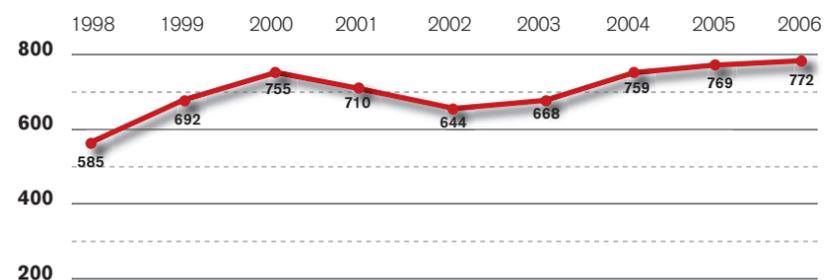
A juntar a estes factores de ordem estrutural, houve também alguns efeitos conjunturais que condicionaram a evolução do mercado publicitário em Portugal em 2006, designadamente, as OPA’s nos importantes sectores das telecomunicações e da banca, que, em especial no primeiro caso, levaram a um abrandamento simultâneo do investimento publicitário de várias

das maiores marcas e anunciantes em Portugal. Este fenómeno foi em parte compensado pela emergência de alguns sectores tradicionalmente menos relevantes – como o crédito pessoal, os conteúdos para telemóveis ou os produtos farmacêuticos – que aumentaram exponencialmente os seus investimentos em 2006.

Da mesma forma, poder-se-ia esperar que eventos como o mundial de futebol (onde a equipa nacional teve, inclusive, um bom desempenho) ou a segunda edição do festival de música “Rock in Rio” tivessem contribuído para o crescimento do mercado, mas, na realidade, isso não se verificou. No primeiro caso, o mundial de futebol, que ocorreu na Alemanha, apenas levou a acréscimos pontuais do investimento publicitário, causando, isso sim, uma redistribuição de orçamentos em algumas empresas e sectores dentro do mesmo ano. No caso do “Rock in Rio”, o maior investimento das marcas foi na sua presença no evento, através de patrocínios, stands ou de acções de “marketing experiencial”, pelo que se pode mesmo argumentar que este tipo de eventos, ao invés de trazerem mais investimento publicitário ao mercado (above the line), acabam por retirá-lo para investir em acções below the line (não publicitárias) captadas essencialmente pelos promotores destes eventos e seus fornecedores e não pelos media.

EVOLUÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO PORTUGUÊS (M€)

PORTUGUESE ADVERTISING MARKET EVOLUTION (€M)



Nota: valores em “net 1” – após descontos comerciais e comissão de agência (e antes de rappel) Fonte: OPera / OMG Portugal

Note: values are “net 1” – after commercial discounts and agency commission (and before volume rebates) Source: Opera/OMG Portugal

INTRODUCTION AND RELEVANT INFORMATION

The Company Grupo Media Capital, SGPS, S. A. (“Company” or “Society” or “Media Capital” or “Grupo Media Capital” or “Group”) has as its only investment, a 100% share of MEGLO – Media Global, SGPS, S.A. (“MEDIA GLOBAL”). Through this investment the Company holds indirect participations in the companies mentioned in notes 4, 5 and 6 of the Notes to the

Consolidated Financial Statements on December 31, 2006.

The complete designations of the companies included in this report have the due correspondence in the aforementioned notes to the financial statements, which are an integral part of the Management Report and Consolidated Financial Statements of the Company.

ECONOMIC ENVIRONMENT

In a context of slow economic growth, it is only natural that the advertising market – i.e., the investment from major advertisers in the mass media – continues to show also a poor evolution. Although somewhat stronger than in the previous year, 2006 confirmed this trend with gross domestic product and private consumption both growing in real terms marginally above 1%. The limited growth of private consumption in 2006 combined with an increase in the interest rates and the already high debt level of Portuguese families may have also an impact on the business expectations of economic players – namely among companies that advertise – for 2007. This poor economic environment also impacted other revenue streams of the media sector, particularly those most closely dependent on families’ disposable income such as press newsstand sales and the promotional products they carry on-pack. Finally, global trends, such as internet-based content sharing, may have also had a negative impact on some businesses, in particular on music and newspaper sales.

On top of those structural trends, there were also some specific events that conditioned the Portuguese advertising market in 2006. The main

drivers were certainly the tender offers affecting the key Portuguese telecom and banking players, which led to a significant and simultaneous decrease of adspend from several of the largest brands and advertisers. This fact was partially offset by the emergence of several traditionally less relevant advertisers – such as the personal loans companies, mobile content providers and pharmaceutical companies – that dramatically increased their advertising spending in 2006.

In addition, one could expect that well-known events such as the Soccer World Cup (in which the Portuguese Team showed a good performance) or the second Lisbon edition of the big music festival “Rock in Rio” would have had a positive contribution to the growth of the advertising market, but this did not happen. In the first case, the World Cup took place in Germany and only led to slight and focused increases in advertising spend, with most of its impact just being a redistributing of adspend within the year. In the case of “Rock in Rio”, brands spent the largest share of their budgets to maximize their presence in the event, through sponsorships, stands and “experience marketing”, and thus one can even argue that these events instead of

increasing the “above the line” (advertising) spending in fact may cause its decrease by shifting money to “below the line” (non-advertising) activities, which are captured by the promoters of the events and their suppliers, and not by the main media players.

Em concreto, o investimento publicitário líquido nos principais meios em Portugal cresceu em 2006 de novo abaixo da taxa de inflação, estimando-se em menos de 1% em termos nominais, dependendo das fontes (agências de meios) consultadas e fixando-se em cerca de €772 milhões. Mesmo considerando algumas reduções adicionais das comissões de agência pagas pelos meios em alguns meios, que teoricamente poderiam aumentar o valor líquido do mercado, a verdade é que o mercado teve em 2006 o seu ponto mais alto de sempre em termos absolutos, mas, se descontada a inflação, ainda está abaixo do nível registado em 2000.

Porém, este crescimento médio do mercado não se aplicou da mesma forma a todos os segmentos dos media. Meios

como a televisão em aberto, a publicidade exterior e, sobretudo, a Internet tiveram uma evolução positiva e acima da média, enquanto a imprensa, os canais temáticos, o cinema e, principalmente, a rádio viram o seu investimento publicitário em termos líquidos diminuir fortemente e, conseqüentemente, também o seu peso no total do mercado.

Acreditamos que o mercado publicitário em Portugal continuará a crescer quer devido a razões de ordem conjuntural quer devido a factores estruturais. No entanto, esse crescimento estará sempre condicionado pela evolução e expectativas de crescimento da economia. Nesse aspecto, podemos esperar alguma melhoria em 2007 dadas as perspectivas ligeiramente mais opti-

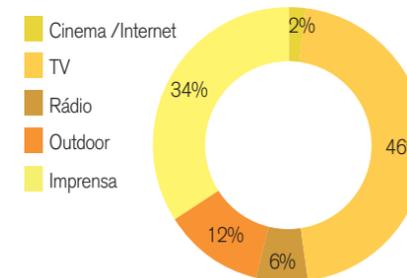
mistas para a evolução da economia. Mesmo considerando o relativo subdesenvolvimento do mercado publicitário português (quando comparados os seus principais indicadores com os de outros países da União Europeia), um crescimento significativo e sustentado do investimento publicitário só ocorrerá por via do aumento das necessidades de comunicação dos anunciantes ou pelo aumento dos preços da publicidade (sobretudo na televisão e na rádio) para satisfazer essas necessidades. O primeiro efeito, como já referido, depende directamente do crescimento da economia, enquanto o segundo factor é fortemente condicionado pela elevada concorrência verificada na maior parte dos sectores dos media e pela reduzida dimensão do mercado nacional.

PRINCIPAIS FACTOS EM 2006

- O Grupo Media Capital alcançou um resultado líquido de €15,4 milhões, um aumento de 18% face ao ano de 2005.
- No ano de 2006, os proveitos consolidados registaram um crescimento de 4% para os €229,5 milhões, com o segmento de Televisão a aumentar 8%.
- As receitas publicitárias do Grupo cresceram 4% para €179,2 milhões, suportadas principalmente pelo aumento de 5% no segmento de Televisão.
- O EBITDA consolidado aumentou 11% face ao mesmo período do ano anterior para os €44,9 milhões.
- A margem EBITDA do Grupo Media Capital foi em 2006 de 19,6%, o que representa um crescimento de 1,3 pontos percentuais face a 2005.
- Os resultados operacionais (EBIT) aumentaram em 16% para os €33,4 milhões na sequência da melhoria registada no desempenho operacional.
- Pelo segundo ano consecutivo, a TVI liderou as audiências acumuladas do ano, tanto no total do dia como no horário nobre, com *shares* de audiências de 34,8% e 39,2%, respectivamente, com o resultado no total do dia a ficar em linha com o ano anterior (-0,1 pp) e o do horário nobre a registar uma subida de 0,8 pp.
- A produtora de conteúdos para televisão do Grupo, a NBP, reforçou a sua actividade, com a produção de quase 900 horas de novelas e séries, as quais foram emitidas na sua larga maioria, no horário nobre ou no acesso ao horário nobre.
- O Jornal Nacional foi o programa de notícias com maior audiência em Portugal no ano de 2006, tendo atingido um *share* médio de 32,1%, com uma audiência média diária superior a um milhão de espectadores.
- A Farol Música garantiu a liderança do mercado discográfico Português, tendo atingido em 2006 uma quota de mercado de 25% com a sua parceria com a Warner Music Portugal.

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM PORTUGAL EM 2006 (%)

ADVERTISING SPEND SPLIT BY MEDIA IN PORTUGAL (%)



Fonte/Source: Media Capital

The net advertising spending in the main Portuguese media grew in 2006 once again below the inflation level, with estimates from several media agencies and buyers ranging from nominal growth rates well below 1%, for a total estimated adspend market of around €772 million. Even considering the agency commission reductions done by some media in 2006 (that could have increased the net revenues captured by the media players), the advertising spend level in 2006 was at its highest nominal value ever but, if inflation is discounted, it is still below the level of 2000 at constant prices.

However, this growth rate did not happen in the same way across all the market segments. FTA TV, outdoor advertising and, in particular, internet, all saw positive growth rates, while press, cable TV, cinema, and specially radio, showed a significant decrease in their net advertising income, and thus also decreased their share of the total advertising market.

We believe that the advertising market in Portugal will continue to grow both due to the impact of specific effects and also due to some structural drivers. However, this expected growth will always depend on the expectations and on the actual evolution of the Portuguese economy. Due to these macroeconomic effects, we foresee some positive evolution of the advertising market for 2007 thanks to the slightly more optimistic forecasts for the overall economic environment than in 2006. Even taking into account the relative underdevelopment of the Portuguese advertising market (when compared with other EU countries), a significant and sustained increase of the net adspend can only happen either as a result of a growing demand or of price increases (mainly in TV and Radio). The first effect, as mentioned, will depend directly from the overall economic growth while the second one is somehow prevented by the fierce competition existing in most media segments and by the small scale of the Portuguese advertising market.

MAIN FACTS IN 2006

- Media Capital's Net profit increased 18% year on year to €15.4 million.
- For the full year of 2006, consolidated revenues increased 4% to €229.5 million, with the TV segment up 8%.
- Advertising revenues increased 4% over the comparable period to €179.2 million, backed by the increase of 5% in the TV segment.
- Consolidated EBITDA was up 11% year on year to €44.9 million.
- EBITDA margin reached 19.6% in 2006, up 1.3 p.p. year on year.
- Operating Income improved by 16% to €33.4 million, following the improvement in operational performance.
- For the second year running, TVI led both all day and prime time audiences, with audience shares of 34.8% and 39.2% respectively, with all day in line with the previous year (down 0.1 pp) and prime time up 0.8 pp.
- TV contents producer NBP, again increased its operational activity, producing nearly 900 hours of series and soap operas, which were broadcasted mainly in prime time.
- Jornal Nacional was the leading daily news program in Portuguese television, reaching an average audience share of 32.1% and an average daily reach of over one million viewers.
- Farol Música led the Portuguese music record market reaching a combined market share of 25% in its partnership with Warner Music Portugal.

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2006

Conforme já foi referido, e não obstante alguns eventos mediáticos ocorridos em 2006, o crescimento do mercado publicitário em 2006 foi meramente residual, limitado pela conjuntura macroeconómica estagnada e por factores de mercado que afectaram o investimento de anunciantes-chave.

Neste cenário, as empresas do Grupo Media Capital apresentaram uma performance operacional muito positiva durante o ano de 2006, tendo quase todas crescido as receitas publicitárias superiores aos dos seus segmentos de mercado e ganhando assim quota de mercado aos seus concorrentes. O caso da TVI é de evidenciar particularmente, uma vez que não só enfrentou uma concorrência mais agressiva no ano passado (recordemos que a SIC transmitiu o mundial de futebol em exclusivo) logrando também manter a liderança absoluta das audiências de televisão em Portugal e vendo as suas receitas aumentar em valor mais do que o conjunto de todas as outras empresas do sector dos media.

Em 26 de Outubro de 2006, o Grupo Prisa publicou um anúncio preliminar de Oferta Pública de Aquisição sobre a totalidade das acções da sociedade Grupo Média Capital, SGPS, SA. ("Grupo Média Capital", "Grupo", "Media Capital", "Sociedade"). O período de aceitação da oferta terminou no dia 5 de Fevereiro de 2007, tendo sido transaccionadas um total de 34 398 555 acções, correspondentes a 40,7% do capital e dos direitos de voto do Grupo Media Capital. Após esta operação, o Grupo Prisa passou a deter, indirectamente e por via da sociedade Vertex SGPS, SA. (detida a 100% pelo Grupo Prisa), um total de 73,7% do capital social e dos direitos de voto do Grupo Media Capital.

Em 6 de Fevereiro de 2007, a Vertex SGPS, SA, publicou um anúncio preliminar de Oferta Pública Geral e Obrigatória de Aquisição sobre as acções não adquiridas na anterior operação. A esta data, esta operação não foi ainda objecto de registo prévio na Comissão do Mercado de Valores Mobiliários.

No decorrer de 2006, o Conselho de Administração da empresa Grupo Média Capital, SGPS, SA. viu o número dos seus membros aumentar de sete para nove elementos de forma a incluir mais Administradores independentes e assim dotar o Conselho de Administração de um número suficiente de membros independentes com vista a assegurar, a todo o tempo, a maioria de membros independentes necessária para constituir a Comissão de Auditoria.

Para o período findo em 31 de Dezembro de 2006, o Grupo Media Capital apresentou proveitos consolidados de €229,5 milhões, um crescimento de 4% face ao ano de 2005 e um EBITDA (líquido de todas as provisões) de €44,9 milhões, o que corresponde a um aumento de 11% face ao ano anterior.

O Resultado Operacional (EBIT) registou um crescimento de 16% face a 2005, atingindo os €33,4 milhões. O Resultado Líquido atingiu os €15,4 milhões, um acréscimo de 18% face ao exercício anterior.

A evolução registada nos proveitos consolidados resulta na sua maior parte do aumento de 4% nas receitas publicitárias do Grupo, em que o segmento de Televisão cresceu 5%, a Publicidade Exterior aumentou 2%, o segmento Outros subiu 39%, tendo o segmento de Rádio retrocedido 11%.

O desempenho das receitas publicitárias obtido pela Media Capital no ano de 2006, teve como principal dinamizador o crescimento conseguido nas receitas publicitárias do segmento de Televisão. Tal como no ano anterior, a TVI voltou a liderar as audiências tanto no *prime time*, onde conseguiu melhorar face ao resultado do ano anterior, como em *all day*, em que as suas audiências mantiveram-se praticamente ao mesmo nível que em 2005.

As vendas de revistas decresceram 7%, seguindo uma tendência de queda generalizada das vendas no mercado das

publicações, ainda que o segmento das revistas, tal como a Media Capital, tenha ainda assim conseguido atenuar esse impacto através do lançamento de novos títulos.

Os outros proveitos operacionais registaram um aumento de 2% face ao ano anterior, tendo o crescimento verificado nos segmentos de Televisão, Rádio e Publicidade exterior compensado o já aguardado decréscimo nos proveitos provenientes do fornecimento de acesso em banda estreita à Internet e a quebra significativa na venda de produtos associados às publicações do grupo.

Os custos operacionais tiveram um aumento de cerca de 2%, em função do:

- aumento de custos de programação em Televisão (€7,6 milhões), essencialmente devido aos programas de produção interna e, em menor escala, aos custos associados à transmissão ou cobertura de diversos eventos,

sendo estes aumentos em parte compensados por reduções de custos:

- variáveis na área de Internet;
- associados à venda de produtos complementares e eventos associados à área de imprensa, e
- da Holding, face aos custos de reorganização que afectaram as contas do Grupo no último trimestre do ano anterior.

Os custos e perdas financeiros aumentaram em 4% para os €9,4 milhões. Apesar de se verificar uma redução acentuada nos encargos com juros líquidos (em função da redução da dívida média no período), o incremento verificado nos custos registados com empresas associadas foi suficiente para que se verificasse o referido aumento.

O aumento no imposto sobre o rendimento do exercício, que continua a não representar, na sua maioria, um fluxo de saída de numerário, resulta do aumento nos resultados antes de impostos.

ACTIVITY EVOLUTION IN 2006

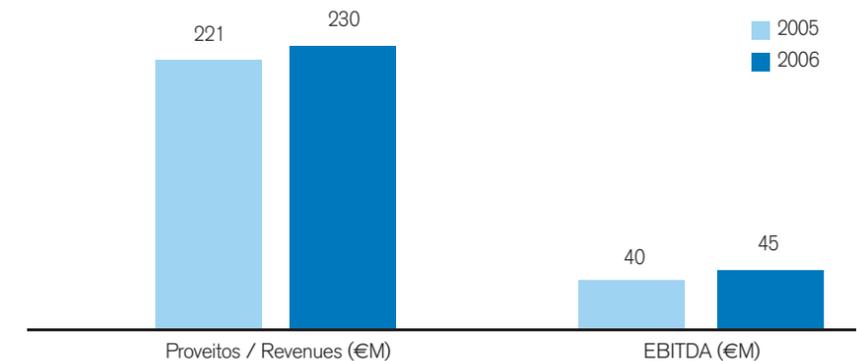
As already mentioned, and regardless of some high impact events that occurred in 2006, the advertising market's growth was marginal, limited by the stagnation of the macroeconomic framework and by market factors that affected the investment of some main advertisers.

In this context, the Group's business units delivered a very positive operational performance during 2006, almost all of them delivering an above market growth rate in their segments and thus increasing market share. We would like to highlight TVI's performance, which not only faced an increasingly aggressive competition (SIC had exclusive broadcasting rights on the Soccer World Cup games), keeping an absolute leadership in Portuguese TV's audience shares but also saw its revenues rise more than all other Portuguese media company's revenues put together.

On 26 October 2006, Grupo Prisa published a preliminary announcement for a voluntary Take Over bid over the shares of Grupo Média Capital SGPS, SA ("Grupo Média Capital", "Grupo", "Media Capital", "Sociedade"). The offer acceptance period ended on 5 February 2007, with a total of 34.398.555 shares transacted, corresponding to 40.7% of the share capital and voting rights of Grupo Media Capital. Following this operation, Grupo Prisa currently holds 73.7% of Media Capital's share capital and voting rights, with the stake being held by Vertex, SGPS, SA, a company owned at 100% by Grupo Prisa.

Following the aforementioned offer, on 6 February 2007, Vertex SGPS, SA, published a preliminary announcement for a mandatory Take Over bid over the shares that were not acquired in the previous offer. To this date, this offer has not been registered with the Portuguese Securities Commission (CMVM).

During 2006, the Board of Directors of Grupo Media Capital, SGPS, SA saw the number of its members increase from seven to nine people in order to include more independent directors thus ensuring a better representation of the company's minority shareholders.



For the period ended 31 December, 2006, Grupo Media Capital reported consolidated revenues of €229.5 million, a 4% YoY increase, and EBITDA (net of all provisions) of €44.5 million, up 11% over the previous year.

Operating income (EBIT) increased by 18% to €33.4 million in 2006, while Net profit increased to €15.4 million up 18% over last year.

The increase in consolidated revenues was mostly based on the 4% increase in advertising revenues with TV up 5%, Outdoors up 2%, the segment Others up 39%, and Radios down 11%.

The performance obtained by the Group in advertising revenues remains firmly supported by the performance in the TV segment, with TVI leading average audience shares both in prime time and in all day for the second year running, remaining nearly flat in all day and improving in prime time YoY.

Newsstand sales had a 7% decline, following a generalized slump in the print market. Still, the magazine segment, managed to rather soften the drop with the positive impact of newly launched titles.

Other revenues were up 2% year on year, with improvements in TV, Radio and Outdoor offsetting the anticipated decrease in the narrow-band internet service provider activity and the drop in add-on product sales from magazine operations.

Operating expenses were up by 2%, mostly due to:

- higher TV programming costs (€7.6 million), mostly due to higher costs with in-house productions, and to a lesser extent to cost associated with the broadcast and coverage of a number of events

being partially offset by:

- the reduction of costs in the Internet Service Provider activity,
- the reduction in costs associated with add-ons sales in the Group's magazines operations, and
- lower operating costs at the Holding company, following the restructuring costs incurred in the final quarter of last year.

Net Financial expenses were up 4% to €9.4 million, with the reduction in interest expenses (on lower average debt in the period), being offset by an increase with costs with related companies.

Income tax (mostly non cash) was up following the increase in pre-tax gains.

ESTRUTURA DO GRUPO MEDIA CAPITAL

O Grupo Media Capital é actualmente o principal e mais completo grupo de comunicação social em Portugal, com uma forte presença em praticamente todos os segmentos dos media e conteúdos (de informação e entretenimento). A sua estrutura operacional reflecte esta abrangência e é por isso bastante horizontal, estando a sua actividade estruturada em sete áreas de negócio distintas.

Em 2006 foi também lançada uma unidade de serviços partilhados interna (a "ONE") com o objectivo de centralizar funções comuns (sobretudo administrativas, como os recursos humanos, contabilidade, área financeira e compras) às várias empresas do Grupo e assim capturar sinergias e originar poupanças significativas nos custos totais destas actividades para o Grupo como um todo. Para dar suporte a estas novas práticas, foi introduzida uma plataforma SAP

em algumas destas áreas, estando este processo já na fase final da sua implementação conforme planeado.

No entanto, dadas as diferentes dimensões relativas de cada negócio e as relações existentes entre algumas destas unidades de negócio, a estrutura financeira adoptada pelo Grupo Media Capital é reportada de forma mais simples como a seguir se indica:

PRINCIPAIS NEGÓCIOS DO GRUPO MEDIA CAPITAL

MAIN BUSINESS UNITS OF GRUPO MEDIA CAPITAL

Posição no segmento
Rank in segment



Durante o ano 2006 efectuou-se a liquidação das sociedades Oficina Actores, CAMARINS e Móveis de Novela. Estas liquidações e as fusões ocorridas nos exercícios de 2004 e 2005, tiveram como objectivo principal a simplificação da estrutura e a optimização da actividade operacional.

Adicionalmente, em 2006 procedeu-se à constituição da sociedade LÚDICO-DROME – EDITORA, Unipessoal, Lda, com vista à reorganização do conjunto de marcas e domínios ligados à actividade de Internet. Ainda em 2006 foi adquirido o restante capital da AGEFINAN, fazendo parte de uma aposta na dinamização da actividade de conteúdos de Internet.

GRUPO MEDIA CAPITAL'S STRUCTURE

Media Capital Group is currently the main and the most complete media player in Portugal, with a strong presence in all the market segments of the media and communication sector (including both news and entertainment activities). Its operational structure reflects this broad business scope and has an horizontal structure with its activity organized in seven different business units.

In 2006, the Group launched a shared services company (named "ONE") with the purpose of centralizing the main common internal services (such as administrative, human resources, accounting, finance and purchasing) from the various business units, and therefore capturing potential synergies and creating significant savings in the Group consolidated cost base. To support the new workflow and

procedures of this business unit, the Group decided to implement a SAP platform, a process that is already in its final stages of implementation and going according to the schedule.

However, due to the different scale of each business unit and to the existing relations between some of them, the financial accounts of Grupo Media Capital are reported as follows:

ESTRUTURA DE REPORTE FINANCEIRO

FINANCIAL REPORTING STRUCTURE



In 2006 the Group closed some companies ("Oficina Actores", "CAMARINS" and "Móveis de Novela"). Both these closures and some other company mergers done in 2004 and 2005, all were intended to simplify the company structure and to optimize its operational activity.

Additionally, the Group created in 2006 the company "LÚDICODROME – EDITORA, Unipessoal, Lda." to restructure all the Group Internet brand and domains. Also during 2006, the Group acquired the remaining capital of AGEFINAN following a strategy to invest more on internet contents and business.

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2007

De acordo com as estimativas do Banco de Portugal, a economia portuguesa deverá crescer em 2007 cerca de 1,8% (um valor superior aos 1,2% estimados para 2006), sendo este crescimento sobretudo derivado do aumento significativo esperado para as exportações, mas também por um crescimento também maior em 2007 do consumo privado do que em 2006 (respectivamente 1,5% e 1,2%). Este cenário base deixa antever um crescimento do mercado publicitário em 2007 um pouco mais expressivo que em 2006, também porque, como o crescimento em 2006 foi inferior ao inicialmente previsto, o mesmo valor absoluto de investimento previsto para 2007 representa, só por si, uma maior taxa de crescimento nominal esperada sobre o ano passado. Este facto repercutiu-se nas estimativas das principais agências

de compra de espaço publicitário em meios, que à medida que iam baixando as suas estimativas de crescimento para o total de 2006, iam revendo em alta as suas previsões para 2007, chegando a atingir os 4% de crescimento nominal esperado em alguns casos. Com base neste cenário, o Grupo Media Capital estima que o mercado publicitário cresça em 2007 a um ritmo superior a 2006, mas possivelmente ainda inferior à taxa de inflação.

Após a clarificação da base accionista do Grupo e com base na boa performance de 2006 (que consolidou a sua liderança do sector), o próximo ano marcará o início de uma nova fase na evolução do Grupo Media Capital, de maior enfoque nas áreas de conteúdos para fazer face às previsíveis mudanças no enquadra-

mento regulatório e tecnológico do sector e procurando aumentar a sua quota de mercado nos segmentos onde isso for possível, sobretudo na rádio com a exploração do novo formato do RCP. Na televisão, o maior desafio será manter a liderança e os níveis de audiências e receitas, ao mesmo tempo que se antevê um acréscimo de concorrência (sobretudo por parte do operador concessionário do serviço público) e provavelmente se dará início ao processo para o lançamento da Televisão Digital Terrestre em Portugal. O Grupo Media Capital continuará a procurar a diversificação das fontes de receitas e a manutenção da sua base de custos em níveis compatíveis com a evolução do mercado, explorando sinergias potenciais entre empresas e estreitando a relação e actividade operacional entre elas sempre que se justifique.

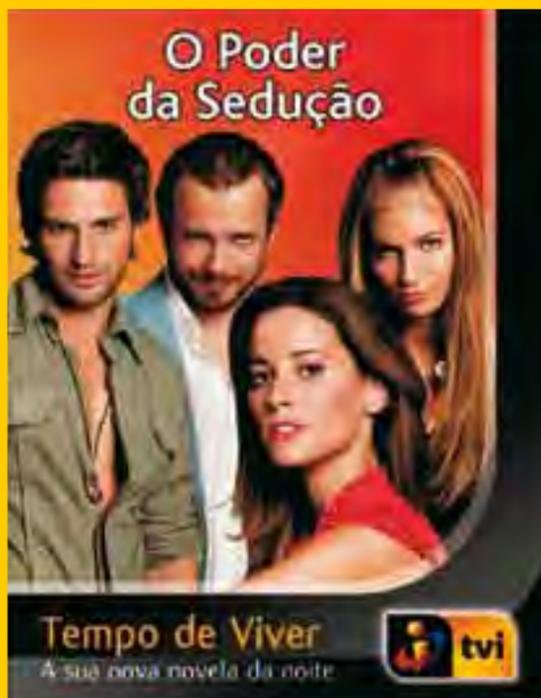
EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2007

According to the Bank of Portugal, the Portuguese economy (GDP) is expected to grow around 1.8% in 2007 (this is above the 1.2% estimate for 2006), mainly driven by an increase in exports, but also due to a 1.5% increase in the private consumption (above last year's 1.2% growth). This scenario enables a more optimistic anticipation for the advertising market growth than in 2006. This is also true because 2006 actual market figures came lower than expected, and thus, the same market value expected for 2007 translates into a higher growth rate for 2007 given this lower base. Following this rationale, the main media buyers and agencies have constantly revised upwards its forecasts for 2007 (in some cases, as high as 4% growth) at the same rate of the lower estimated market increase for 2006. Based on this, Grupo Media Capital expects that the market in

2007 will grow more than in has done in 2006, but most likely still below the inflation rate.

After the clarification of the shareholder structure, and based on 2006's overall good performance of the Group (which consolidated its leadership in the media sector), 2007 will be the beginning of a new stage in the evolution of Grupo Media Capital. A new stage more focused on the content areas, in order to face the foreseen changes in the technological and regulatory landscapes of the media sector, and seeking to enlarge its market share in the segments where there are still potential to grow – mainly in the radio with the relaunch of RCP behind a new format. In television, the biggest challenge will be to maintain the leadership position and the overall audience and advertising

share levels in a year where we can expect a strong increase in competition (mainly driven by the public service broadcaster) and preparing for likely start of the upcoming launch process for DTT (Digital Terrestrial Television) in Portugal. Grupo Media Capital will continue to look for a diversification of its revenues streams and will strive to maintain its cost base in line with the market evolution, seeking to explore potential synergies among its businesses and creating closer, more collaborative ties among them whenever relevant.



TELEVISÃO TELEVISION

A TVI voltou a liderar as audiências de televisão em Portugal com um share médio de 34,8%

TVI was once again the most seen TV channel in Portugal with a 34.8% average share

TELEVISÃO - DIFUSÃO E PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS E ENTRETENIMENTO

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2006

O conjunto da actividade de televisão e entretenimento do Grupo Media Capital – que engloba, para além da TVI e suas participadas, o Grupo NBP e as empresas da área de música e entretenimento (Farol Música, MC Entertainment e Central Discos) – voltou a apresentar em 2006 um forte crescimento dos proveitos consolidados em quase 8%, passando de €159 milhões para cerca de €172 milhões. Da mesma forma, o EBITDA cresceu mais de 5%, de €48 milhões em 2005 para mais de €51 milhões, o que fez com que a margem global deste conjunto de negócios se mantivesse perto dos 30%.

Estes resultados que, recorde-se, foram obtidos no seguimento de um também bom ano de actividade em 2005, traduzem a muito boa performance dos negócios de televisão do Grupo e surgem em contra-ciclo com o mercado. A TVI repetiu o feito de 2005, mantendo

a liderança global das audiências de televisão em Portugal apesar da maior agressividade da sua concorrência em 2006. A NBP, com as suas produções de ficção nacional, continuou a garantir uma base sustentada de programação de sucesso para o horário nobre da TVI e a própria área de música e entretenimento viu a Farol Música consolidar a sua posição de líder entre as editoras discográficas em Portugal.

O ano de 2006 voltou a ser o melhor de sempre para a TVI, mantendo uma tendência positiva na evolução dos seus resultados globais pelo quarto ano consecutivo. Mesmo num ano em que o mundial de futebol foi transmitido pelo seu principal concorrente, a TVI manteve a liderança das audiências em termos globais e no *prime-time*, pelo que as receitas publicitárias de televisão ascenderam em 2006 a mais de €143

milhões – um crescimento de cerca de 5% face a 2005, e em franco contraste com a evolução global do mercado publicitário e do investimento publicitário em televisão, que cresceram ambos menos de 1% em 2006. Naturalmente, a posição de liderança da TVI enquanto principal veículo publicitário em Portugal (captura quase um quinto do total da publicidade em Portugal) voltou a acentuar-se em 2006, com a sua quota de mercado a aumentar e a quase atingir os 47% na televisão em aberto.

Do mesmo modo, as receitas não publicitárias deste conjunto de negócios (onde se incluem as receitas multimédia, *licensing* e *merchandising* da TVI, mas sobretudo as vendas de discos e os eventos da Farol Música) cresceram quase 25% em 2006, aumentando o seu peso no total dos proveitos de 15% em 2005 para 17% no ano passado.

TELEVISION - BROADCASTING, CONTENT PRODUCTION AND ENTERTAINMENT

ACTIVITY EVOLUTION IN 2006

The total activity of the television business from Grupo Media Capital, which includes not only TVI and its affiliated companies but also the NBP group and all the Group companies in the music and entertainment area (Farol Música, MC Entertainment and Central Discos), posted again in 2006 a significant growth of its total revenues – almost 8%, up from €159 million to €172 million. EBITDA also grew by more than 5%, from €48 million in 2005 to over €51 million in 2006, enabling to maintain the EBITDA margin of the total television business around 30%.

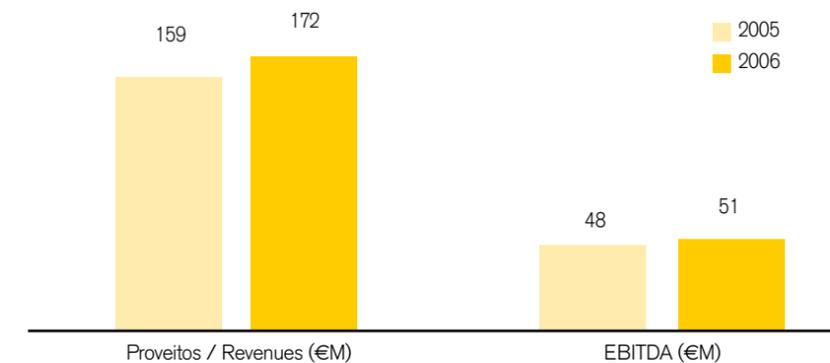
These results, which were achieved on top of an already very good performance in 2005, reflect the very good performance of this business unit in 2006, and contrast with the overall poor market evolution. TVI was again the audience leader in 2005 despite a stronger competitive

environment. NBP, with its national fiction productions, continued to ensure a sustained and successful programming basis for TVI's prime time and the music and entertainment area also saw Farol Música consolidate its leadership position among the music labels in Portugal. The year of 2006 was again the best ever for TVI as it followed the positive trend from the last four years and improved its overall results once again. In a year where its main competitor (SIC) broadcasted the key matches of the Soccer World Cup, TVI was able to maintain its leadership position in both all day and prime time audiences, driving its advertising revenues to over €143 million in 2006 – a 5% growth vs. 2005. This performance was achieved despite a weak advertising market performance, as both the total adspend and the television advertising revenues grew less than 1%. Naturally, as a result, TVI consolidated

and improved its leadership position as the main advertising media provider in Portugal (capturing alone almost a fifth of the total Portuguese adspend) with a market share of nearly 47% of open TV adspend.

By the same token, the non advertising revenues of the total Television business (that includes multimedia, licensing, merchandising, and particularly music record sales from Farol Música) grew almost 25% in 2006 and grew its weight in total television business revenues to nearly 17% (vs. 15% in the previous period).

VALORES DA UNIDADE DE NEGÓCIO DE TELEVISÃO
VALUES FOR TELEVISION BUSINESS UNIT



EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2007

À semelhança do que sucedeu em 2006, prevê-se um agravamento do ambiente competitivo no sector da televisão com os dois principais concorrentes da TVI a darem particular importância a 2007 – a SIC afirmando que pretende ser líder em audiências e com a RTP a comemorar os seus 50 anos, para os quais preparou um conjunto de iniciativas e programas adicionais beneficiando do mais alto orçamento disponível de sempre para cobrir os seus custos operacionais. Por outro lado, o mercado publicitário, e em particular na televisão, embora apresente melhores expectativas para 2007 do que o que se verificou em 2006, continuará provavelmente a crescer abaixo (ou, quando muito, ligeiramente acima) da inflação, e mesmo esse crescimento estará fortemente dependente da evolução do comportamento da economia (sobretudo da componente de consumo privado) e das expectativas dos agentes económicos.

Neste contexto, as prioridades estratégicas da TVI serão continuar a defender a sua rentabilidade e audiências nos horários e públicos mais relevantes (em particular no *prime time*), mantendo dessa forma a liderança na captação de investimento publicitário em Portugal, procurando também manter sob rigoroso controlo os seus custos de programação e de estrutura. A continuação da estratégia de diversificação das receitas também será prioritária, mantendo-se o enfoque na capitalização das principais marcas da estação para gerar receitas de eventos e de vendas de discos e *licensing*.

2007 será também o ano em que, finalmente, se prevê o arranque do processo de definição do modelo de migração para a Televisão Digital Terrestre em Portugal. O Grupo Media Capital está fortemente interessado em participar muito activamente neste processo, até porque entre as suas empresas conta com o principal canal de televisão em Portugal (a TVI), o

detentor de uma das duas únicas redes passíveis de serem utilizadas para a distribuição do sinal digital (a RETI) e com a maior produtora de conteúdos audiovisuais em Portugal (o grupo NBP) – factores críticos para haver uma oferta diferenciada em relação às plataformas e operadores já existentes. Será um passo inevitável e decisivo para todo o panorama audiovisual Português no médio e longo prazo, mas que terá de ser devidamente ponderado pelas entidades decisoras, uma vez que a primeira tentativa nesta área em Portugal não envolveu devidamente todos os operadores de televisão nacionais, e por isso não correu da melhor forma e teve como consequência o atraso com que o país vai abordar esta questão. Da mesma forma, a resolução da OPA da Sonaecom sobre a PT (e a PTM) poderá também trazer novos desenvolvimentos ao mercado nacional de pay TV (e respectivas compras de conteúdos e canais), mas o seu resultado final e as suas consequências são de mais difícil antecipação.

EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2007

As it happened in 2006, we foresee an increase of the competitive activity in the television sector in the upcoming year with TVI's two main competitors regarding 2007 as a particularly important year for them. SIC claimed that it wants to become leader in audiences in this year and RTP is celebrating its 50th anniversary and prepared a complete set of initiatives and additional programming – benefiting from the highest ever budget available for the Public Broadcaster to cover part of its operational costs. On the other hand the advertising market, and particularly in television, while presenting a better outlook for 2007 than what happened in 2006, will still probably grow below (at most, slightly above) the inflation rate, and even that potential growth will be strongly related to the evolution of the economy (mainly from the private consumption) and the expectations of the economic agents.

In this context, the strategic priorities for TVI will be to continue to defend its profitability and audiences in the key time slots and target audience segments (particularly in prime time) – thus keeping its leadership position in the Portuguese advertising market – while maintaining a rigorous control on its programming and structure costs. TVI will also continue to keep as a priority to diversify its revenue streams, keeping the focus on capitalizing its main brands to generate revenues from specific events, record sales and licensing.

2007 will also be the year in which it is finally foreseen the kickoff of the process to define the model for the migration for Digital Terrestrial Television in Portugal. GrupoMediaCapital is strongly committed to actively participate in this process, as it owns both the leading FTA TV channel (TVI), one of the only two networks with

digital broadcasting capabilities (RETI) and the largest audiovisual content producer in Portugal (NBP). These will be critical factors to enable DTT to differentiate its offer against the existing platforms and players. The migration to digital is both inevitable and a decisive step for the Portuguese audiovisual sector as a whole in the medium and long term, which will require a deep and thorough by all the deciding entities, given the fact that the first attempt of DTT in Portugal did not involve all television players and, therefore, the whole process did not end well and the country lost this opportunity to evolve. In addition, the resolution on the tender offer of Sonaecom over PT (and PTM) may also bring new developments to the pay TV market (and bring acquisitions of new contents and launch of new channels), but the final outcome of this tender offer (and its full impact) are still far from clear.

TELEVISÃO – DIFUSÃO DE CONTEÚDOS (TVI)

No final de 2006 foi confirmada a renovação da licença de emissão televisiva atribuída à TVI por mais 15 anos, assegurando desta forma a continuação da sua emissão enquanto estação generalista, de acesso gratuito e cobertura nacional até Fevereiro de 2022.

O SHARE DE 39,2% DA TVI NO HORÁRIO NOBRE PERMITIU-LHE CAPTAR CERCA DE 47% DE TODA A PUBLICIDADE EM TELEVISÃO

EVOLUÇÃO DAS AUDIÊNCIAS – 2006 Manutenção da Liderança

Em 2006, e pelo segundo ano consecutivo, a TVI voltou a assegurar o primeiro lugar entre os canais mais vistos da televisão portuguesa, com um *share* de audiência acumulado ao longo do dia de 34,8%, em linha com o obtido em 2005. A SIC ficou em segundo lugar, com 30,4% e a RTP1 em terceiro lugar com 28,5%. No total dos doze meses do ano, a TVI só não liderou em Julho, mês em que a SIC transmitiu a fase decisiva do Campeonato do Mundo de Futebol e onde a Selecção Nacional obteve um bom desempenho.

No ano em análise, a TVI chegou em média a mais de 6,3 milhões de pessoas por dia (num universo medido com um máximo de 9,5 milhões) e, no horário nobre, a programação da TVI atraiu, em média, 4,7 milhões de indivíduos por dia.

No horário nobre (das 20 às 24 horas), e pelo sexto ano consecutivo, a TVI foi também o canal preferido dos portugueses, obtendo uma quota de audiência de 39,2%, ou seja, aumentando a sua vantagem no chamado *prime time* para mais de nove pontos percentuais em relação ao seu concorrente mais próximo.

Se analisarmos a totalidade de mercados de televisão (canais em sinal aberto e canais pagos), a TVI manteve uma posição de clara vantagem, com uma

quota de audiência de 30%, seguida da SIC com 26,2% e da RTP1 com 24,5%. O conjunto de todos os canais apenas transmitidos por cabo ou satélite manteve o seu nível de consumo em relação a 2005, com apenas 14% do total das audiências a nível nacional. É de destacar ainda que a TVI obteve sozinha em 2006 um *share* de audiência pouco inferior ao do total dos canais pagos nos lares que têm acesso a esses canais.

Em termos de segmentos populacionais, verifica-se que a TVI é uma estação com uma audiência predominantemente jovem, feminina, com forte implantação no litoral e preferida pelas classes médias, um perfil que lhe garante uma posição de liderança nos alvos publicitários mais relevantes. Junto do público feminino, a TVI obteve em 2006 um *share* médio de 35,8% (40,5% em *prime time*) e, nas Donas de Casa, esse valor foi de 33% (39,4% em *prime time*). Nos indivíduos com idades entre os 4 e os 44 anos (ou seja, nas famílias “jovens”, com crianças em casa), o valor de quota de audiência média da TVI no total do dia foi de 40,6%, subindo no horário nobre para 43,6%. No chamado “target comercial” (os indivíduos pertencentes às classes sociais alta e média alta – ABC1 – com idades entre os 25 e os 54 anos), a estação obteve um *share* médio anual de 33,9% (37,4% em *prime time*).

No top dos 100 programas – com mais de 5 minutos – com maior audiência relativos a 2006, são dignos de nota os seguintes factos:

- A TVI é a única estação que aí coloca programas de ficção;
- Os primeiros 15 postos da tabela são ocupados por jogos de futebol;
- A telenovela “Dei-te Quase Tudo” preenche, com os seus episódios, 53 lugares desta lista;
- O primeiro programa a figurar no top logo após os jogos é exactamente um episódio de “Dei-te Quase Tudo”, emitido no dia 13 de Janeiro com 21,1% de *rating* para um *share* de 53%;
- As telenovelas “Mundo meu”, “Fala-me de Amor”, “Tempo de Viver” e “Doce Fugitiva” assim como a série juvenil “Morangos com Açúcar” – III Série, viram igualmente episódios seus figurarem nesse top.

TELEVISION – BROADCASTING (TVI)

WITH A 39.2% AUDIENCE SHARE, TVI MANAGED TO ATTRACT ALMOST 47% OF THE TOTAL TV ADVERTISING

At the end of 2006 the broadcasting license granted to TVI was renewed for a further 15 year period, thus ensuring the continuity of its emission as a generalist, free-to-air broadcaster with a national coverage until February 2022.

AUDIENCE EVOLUTION – 2006 Keeping TVI leadership

In 2006, and for the second consecutive year, TVI was the preferred TV channel in the Portuguese television with a 34.8% all day audience share, in line with the 2005 result. SIC came in second place with a 30.4% share and RTP1 was the third player with a 28.5% share. Of the total twelve months of the year, TVI lead in 11 of them with the exception of July – when SIC broadcasted most of the Soccer World Cup matches it acquired and the Portuguese national team had a good performance.

HORÁRIO NOBRE 2006/2005

PRIME TIME 2006/2005

Share Total dia	2005	2006	Var%	Var p.p.
RTP1	27.5	28.5	3.6	1.0
a2	5.9	6.2	6.7	0.4
SIC	31.7	30.4	-4.0	-1.3
TVI	34.9	34.8	-0.3	-0.1

TOTAL DIA 2006/2005

ALL DAY 2006/2005

Share prime time	2005	2006	Var%	Var p.p.
RTP1	25.1	25.2	0.4	0.1
a2	5.1	5.5	7.5	0.4
SIC	31.4	30.1	-4.1	-1.3
TVI	38.4	39.2	2.1	0.8

Fonte / Source: Marktest

During this year, TVI reached an average of over 6.3 million people per day (out of a universe of no more than 9.5 million) and, during the prime time, TVI programs alone attracted an average audience of 4.7 million people per day.

In the prime time (between 8pm and midnight), for the sixth year in a row, TVI was also the most seen television channel with an average audience share of 39.2%, increasing its advantage in this important period to over 9 percentage points towards its main competitor.

Looking at the total television market (comprising all open TV and pay-TV channels), TVI also kept a clear leadership, with a 30% audience share, followed by SIC with 26.2% and RTP1 with 24.5%. It is worthwhile to note that all the pay-TV and thematic channels combined saw a residual consumption increase vs. 2005, representing only 14% of the total national TV audiences. TVI alone had almost the same audience share as all those channels combined even within the households that have access to cable/satellite TV.

In terms of population segments, TVI has a predominantly young and feminine audience profile, is stronger on the littoral (most populated) areas and is preferred by the middle classes – a viewer profile that guarantees a strong leadership position

in the key commercial targets. Among women TVI average audience share was 35.8% (40.5% in prime time) and, among Housewives, it had a 33% audience share (29.4% in the prime time). In the “young families” target (families with children at home) of people aged 4 to 44 years old, TVI audience share was 40.6% (and as high as 43.6% in the prime time). In the so-called “commercial target” (individuals of the upper and middle classes, aged 25 to 54 years old), the station got an average share of 33.9% (37.4% in prime time).

On the top 2006 broadcasted programs (considering only those longer than 5 minutes) there are some worth mentioning facts:

- TVI is the only channel able to include fiction programs in this list;
- The top 15 places were all soccer matches;
- TVI soap opera “Dei-te Quase Tudo” alone represents 53 entries in the whole list;
- The top non-soccer program in the list is an episode of the soap opera “Dei-te Quase Tudo”, aired on January 13th with a 21.1% rating (around 2 million viewers) and an audience share of 53%;
- TVI soap operas “Mundo Meu”, “Fala-me de Amor”, “Tempo de Viver” and “Doce Fugitiva” as well as the youth series “Morangos com Açúcar” – III Series also placed some of its broadcasts among that list.

CONSUMO DE TELEVISÃO

Em 2006, o meio Televisão (considerando toda a oferta paga e gratuita) manteve a sua penetração dentro dos valores habituais. Uma cobertura total de 81,4% (vista por 7,7 milhões de espectadores em média por dia) e um tempo médio de permanência de cada português frente ao televisor de 210 minutos. Estes indicadores de consumo apresentam ainda assim uma ligeira quebra de 2,2% no consumo da televisão em relação a 2005.

PROGRAMAÇÃO

No período considerado, a TVI manteve a sua linha estratégica de programação dos últimos anos, assente numa forte base de oferta de produtos de ficção em língua portuguesa e de programas informativos, complementada por programas de grande entretenimento (normalmente formatos de sucesso internacional adaptados ao mercado português), numa amplitude de géneros televisivos, característica de um canal generalista.

A prioridade dada à língua portuguesa (e à ficção produzida em Portugal) tem sido sustentada numa grelha que apresenta uma grande diversidade, contanto originais de ficção de longa duração, transmissões e rubricas de desporto – com natural ênfase no desporto televisado favorito dos portugueses, o futebol – e com a informação assente em três blocos diários de emissão. Adicionalmente, e para complementar a sua oferta junto de alguns públicos-alvo, a estação tem apostado também em alguns géneros específicos, como a programação internacional (sobretudo séries e filmes de grande audiência) e a ficção infanto-juvenil. A combinação destes géneros de programas reflecte um equilíbrio entre as tendências de consumo dominantes e a procura publicitária mais relevante no nosso mercado, procurando-se de forma clara, quotas de penetração significativa nos targets Donas de Casa e indivíduos ABC1, e, no que respeita a horários, um parti-

cular enfoque no chamado horário nobre (das 20 às 24 horas) e no período que o antecede (entre as 18 e as 20 horas), que no seu conjunto, representam mais de dois terços do total da publicidade em televisão.

Excluída a emissão de publicidade, o género dominante na grelha da TVI em 2006 foi a ficção, representando 48,5% do tempo de emissão do canal. Em segundo lugar surge a informação, que ocupou 19%, seguida do entretenimento com cerca de 18% da emissão. Os programas desportivos ocuparam apenas cerca de 3% do espaço de grelha, mas diversificaram e reforçaram as audiências em períodos-chave ao longo do ano. Neste ano, a língua portuguesa voltou a ser preponderante na emissão da TVI, ocupando mais de 72% do tempo de emissão diário e representando frequentemente a quase totalidade dos programas emitidos nos dias de semana durante o dia (entre as 7 horas da manhã e a meia noite).

FICÇÃO NACIONAL

Em 2006, o investimento continuado da TVI na sua oferta de ficção nacional voltou a ter uma elevada aceitação por parte dos espectadores portugueses, de



tal forma que em 2006 os outros dois canais generalistas concorrentes (RTP1 e SIC) decidiram também seguir uma linha semelhante e investir neste tipo de programação.

Com base numa estrutura base de emissão regular com três produtos de ficção nacionais, o primeiro semestre televisivo foi marcado pelo final da novela “Dei-te Quase Tudo”. Com início em Dezembro de 2005 e final em Julho de 2006, esta novela obteve uma audiência média de 1,6 milhões de espectadores e uma quota média diária de 48%, sempre com forte transversalidade em todos os públicos, que a tornaram no programa regular mais visto da televisão portuguesa neste ano. Também durante o primeiro semestre esteve em emissão a novela “Mundo Meu”, que liderou claramente o seu horário típico de emissão (23 horas) com um *share* médio de 53,5% e mais de um milhão de espectadores em média por episódio.

Logo a seguir ao principal serviço noticioso, estreou em Junho a novela “Tempo de Viver”, escrita por Rui Vilhena (autor de “Ninguém como Tu”, a novela de referência da televisão portuguesa em 2005) e que assegurou ao longo de 2006 uma liderança confortável no seu horário, com 42% de *share* no *slot* médio do *prime time*. Também durante este ano, e na linha de oferta para o período final do *prime time*, estrearam as novelas “Fala-me de Amor” e “Tu e Eu”. A primeira liderou, confortavelmente, esse horário, com um *share* de 47,4% e a segunda, ainda em exibição, continua a garantir essa liderança com um *share* médio de 42,7%. No horário de máxima concorrência (logo após o bloco noticioso da noite, entre as 21 e 22 horas), começou, no último trimestre de 2006, a novela “Doce Fugitiva” que gradualmente tem vindo a conquistar cada vez mais espectadores, tendo garantido, durante os três primeiros meses de emissão, um milhão e cem mil espectadores em média por episódio.

TELEVISION CONSUMPTION

During 2006, the consumption of television (considering all free-to-air and pay-tv channels) remained in line with the previous years – with a daily overall reach of 81.4% (7.7 million viewers per day) and an average total television viewing time of 210 minutes. These values reflect a small decrease of 2.2% versus the previous year.

PROGRAMMING

TVI kept in 2006 the main strategic building blocks of its programming strategy followed in the last years, based on an a strong offer of Portuguese fiction and news programs, complemented by entertainment programs (usually successful international formats adapted to the Portuguese preferences), resulting in a focused, yet wide, range of programs which is characteristic of a generalist TV channel.

The Portuguese spoken programs (and the fiction produced in Portugal) plays a strategic role within TVI strategy and was sustained by a programming grid that cover several, diverse product genres, ranging from original long duration fiction to several daily news blocks and sports live broadcasts and special programs – where soccer deserves a special place as the preferred sport for the Portuguese. In addition, and to complement its offer in specific target audiences, TVI has aired some other genres such as international programming (mainly series and blockbuster movies) and fiction for youths and children. The combination of all these genres is a reflex of the delicate balance between the dominant viewership preferences and the most relevant targets for advertising demand in the Portuguese market. The main goal is to capture leadership audiences among targets such as Housewives and Individuals ABC1, focusing on the prime time (8pm to midnight) and on the access to prime time (6pm to 8pm), which combined represent over two thirds of the total television advertising market.

Apart from advertising, the dominant genre of TVI's programming grid in 2006



was fiction which represented 48.5% of its total broadcasting time, followed by news (19%) and entertainment programs (18%). Sports represented only 3% of the airing time but contributed to enlarge and diversify its audience profile and to reinforce TVI audiences during key periods in the year. The Portuguese spoken programming was again predominant, representing over 72% of the total daily broadcasting time of TVI (and nearly all its broadcasted time from 7 AM to midnight in weekdays).

PORTUGUESE FICTION

The ongoing investment by TVI on its national fiction offer paid once again strong dividends as it delivered once more strong acceptance from the Portuguese viewers, to a point where TVI main competitors (SIC and RTP1) decided to follow the same strategy and invest in Portuguese fiction.

Based on a daily structure with three regular exhibitions of national fiction programs, the main fact in the first Semester was the end of the soap “Dei-te Quase Tudo” that begun in December 2005 and ended in July 2006, delivering an average audience of 1.6 million viewers per episode and an average audience share of 48%. This was viewed by all targets alike

and was the most regularly seen television program in the year. Also in the first semester, another soap opera (“Mundo Meu”) on air managed to clearly lead its time slot (11pm) with an average audience share of 53.5% and over a million viewers per episode.

Another soap opera (“Tempo de Viver”) debuted in June in the time slot immediately after the main news block at 8pm. Its argument was written by Rui Vilhena (the author that delivered the huge 2005 success “Ninguém Como Tu”) and kept a comfortable leadership during the second half of 2006 with a 42% share in the second prime time slot (from 10pm to 11pm). Also in 2006, and for the last time slot in the prime time period (11pm to midnight) were also aired two new soap operas (“Fala-me de Amor” and “Tu e Eu”). The former led its time slot with an average share of 47.4% and the latter, still on air, continues to deliver leadership audience share levels of 42.7%. In the most competitive time slot (immediately after the evening news block, between 9pm and 10pm), the soap opera “Doce Fugitiva” debuted on air in the last quarter of 2006, and has gradually been increasing its audiences grabbing an average 1.1 million viewers per episode in its first three months on air.

Com a emissão da terceira série na primeira metade do ano, que se prolongou com a série especial de Verão, a série juvenil “Morangos com Açúcar”, actualmente no seu quarto ano de exibição, continua a revelar-se um programa de grande sucesso junto dos seus públicos-alvo, com quotas de audiência a variar entre 72% e 66% (para as faixas etárias entre os 4-14 anos e os 15-24 anos). Nos últimos três meses do ano, a TVI ainda maximizou o contacto regular que tem junto destes targets com a emissão do “Clube Morangos”, um magazine diário dirigido a este público e que também revelou um impacto positivo com um *share* médio diário de 47,3% nas crianças e jovens dos 4 aos 14 anos.

Aos fins-de-semana, a TVI continuou a emitir a série “Inspector Max” (iniciada em 2004), com um *share* médio de 38,9% para o total de indivíduos (e superior a 50% nos mais novos). Ainda nos produtos dirigidos aos mais jovens, a TVI estreou em Julho a série infanto-juvenil “O Bando dos 4”, resultante de uma adaptação televisiva da colecção de livros homónima. Emitida de forma regular no final da manhã de sábado, a sua quota média foi de 39,4%, com 50,7% junto dos indivíduos dos 4 aos 14 anos.

INFORMAÇÃO E DESPORTO

Na informação e notícias, um dos pilares base da estratégia global da estação, o “Jornal Nacional” manteve uma posição



PROGRAMAS LÍDERES DE INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO DA TVI COMPLEMENTARAM A FORTE FICÇÃO NACIONAL NA GRELHA DA ESTAÇÃO

de vantagem relativamente aos blocos noticiosos semelhantes das outras estações de televisão, ao garantir um *share* anual médio de 32,1%, com base em mais de um milhão de espectadores diários. No âmbito dos seus três serviços noticiosos de referência, é de salientar a aposta no “Diário da Manhã” (das 7 às 10 horas) e no “Jornal da Uma” (emitido às 13 horas) com *shares* médios de 24% e 25,7%, respectivamente).

Durante este ano, o destaque na área de Informação vai para a emissão especial de mais de três horas dedicada à eleição do novo Presidente da República: este programa, emitido em 22 de Janeiro de 2006, obteve um *share* médio de 32,3%, atraindo e mantendo mais de um milhão de espectadores ao longo da emissão.

No desporto, o realce foi para a transmissão do Campeonato da Europa de Sub-

21, tendo a TVI transmitido um total de sete encontros, cada qual visto em média por mais de 1,2 milhões de espectadores e garantindo um *share* médio de 50,4%. É de sublinhar igualmente que, neste evento, a TVI assumiu o papel de *Host Broadcaster*, assegurando a retransmissão televisiva da competição a nível mundial, tendo a organização manifestado em termos públicos um elevado reconhecimento acerca da qualidade e do profissionalismo do trabalho realizado pela TVI. O bom trabalho realizado pela TVI nesta competição não foi alheio, certamente, ao facto de a TVI ter sido escolhida como a estação generalista que garantiu os direitos de transmissão em sinal aberto do Campeonato da Europa em 2008.

2006 foi o segundo ano completo em que a TVI exerceu os direitos de exibição em canal aberto dos jogos do principal campeonato de futebol nacional, a Liga Portuguesa de Futebol, tendo a TVI transmitido 32 jogos que obtiveram valores de audiência líderes: um milhão e quatrocentos mil espectadores em média por emissão, correspondendo a um *share* de 44,5% (subindo este valor para 53% no seu principal público – os indivíduos do sexo masculino).

ENTRETENIMENTO

A TVI manteve uma forte aposta no entretenimento para o consumidor português como um dos três vértices da sua estratégia de programação. No primeiro semestre de 2006, esteve em antena a segunda edição do “Circo da Celebidades”, um *reality show* dentro da melhor tradição de inovação da estação. Emitido em blocos de “compactos” diários e com uma grande emissão ao domingo à noite, o programa revelou elevados índices de participação, com a gala semanal a garantir um *share* médio de 45,2%. Ainda neste semestre, a TVI estreou também o formato internacional “O Meu Odioso e Inacreditável Noivo”, surpreendendo tudo e todos e obtendo um *share* médio de 47%, com 1,1 milhões de espectadores por emissão.

The youth long series “Morangos com Açúcar”, that broadcasted its third series in the first half of the year and was followed by a special Summer edition, is now running for the fourth consecutive year and continues to be a major hit among its target group, delivering audience shares between 66% and 72% (for people aged 4 to 14 and 15 to 24 years old, respectively). In the last Quarter, TVI expanded the daily reach in those targets with the daily magazine “Clube Morangos”, which has also had positive results with an average audience share of 47.3% in the age group of those aged 4 to 14 years old.

During weekends, TVI continued to air “Inspector Max” (first aired in 2004) with an average share of 38.9% among total individuals (and over 50% among youngsters). Still among the products for the younger audiences, TVI first aired the youth series “O Bando dos 4” in July 2006, an adaptation for TV of a well know book series with the same name and its episodes broadcasted in Saturday mornings provided an average audience share of 39.4% (50.7% among the 4 to 14 year olds age group).

NEWS AND SPORTS

Regarding news which is one of the key building blocks of the TVI strategy, “Jornal Nacional” continued to be the leader among similar news services from other TV channels, with an average annual share of 32.1% and over one million viewers per day. Within its three main daily news services, “Diário da Manhã” (from 7am to 10am) and “Jornal da Uma” (at 1pm) showed audience shares of 24% and 25.7%, respectively.

In 2006, the highlight in the news area went to the special program (over three hours) following the election of the new President of the Portuguese Republic. It was aired in January 22, and had an average audience share of 32.3%, attracting and maintaining over one million viewers along the show.



LEADING TVI PROGRAMS IN NEWS AND ENTERTAINMENT COMBINED WITH STRONG PORTUGUESE FICTION INTO A WINNING OFFER

In sports, the broadcasting of seven matches from the Under-21 European Cup, held in Portugal, provided TVI with an average audience share of 50.4% and had over 1.2 million viewers per match. TVI was the Host Broadcaster of the event, responsible for the worldwide re-broadcasting of this competition, for which UEFA publicly recognized the quality and professionalism of the work done by the TVI team. This good work was certainly taken into account when TVI was chosen as be the generalist TV channel that was granted with the broadcasting rights in open TV for the 2008 European Soccer Cup.

2006 was also the second complete year during which TVI benefited from the acquisition of the broadcasting rights for the Portuguese soccer championship (“Liga Portuguesa de Futebol”) matches. The 32 matches aired had a leadership audience of around 1.4 million average

viewers and an average audience share of 44.5% (as high as 53% among its core target group – men).

ENTERTAINMENT

As one of the main building blocks of its programming strategy, TVI maintained a strong effort on delivering top entertainment shows for the Portuguese viewers. During the first half of 2006, TVI aired the second edition of “Circo das Celebidades” (“celebrity circus”) – a reality show that follows the steps of other innovative and successful examples in the years before. This was aired in compact daily blocks combined with a long Sunday night emission with strong results, particularly the weekly show, which had an average share of 45.2%. Still in the first half of 2006, TVI also aired “O Meu Odioso e Inacreditável Noivo”, a surprising format that got an average audience share of 47% (and 1.1 million viewers per episode).

No segundo semestre, a estação apresentou três novos formatos de entretenimento, com uma distribuição mais concentrada em emissões semanais únicas. Em Outubro, iniciou-se “Pedro, O Milionário”, que liderou os seus horários de exibição com 40% de quota média. E ainda em Outubro, estreou também “Canta Por Mim”, um espectáculo musical e de entretenimento associado à defesa de boas causas. Os 13 programas emitidos asseguraram um *share* médio de 41,3% aos domingos à noite.

No mês de Novembro, as sextas-feiras à noite passaram a ter em antena um novo programa de *reality show*, “Doutor, Preciso de Ajuda”. Com a condução de Júlia Pinheiro, este programa tem-se proposto contribuir para a melhoria de problemas estéticos com base num tratamento médico sério e empenhado e tem gerado um apreciável envolvimento dos espectadores, com 40,2% de *share* médio e continuando a sua emissão em 2007.

Ainda neste período do ano, a TVI aproveitou a oportunidade para relembrar a passagem de seis anos sobre a primeira edição do “Big Brother”, numa emissão especial única de 70 minutos sobre as memórias dos concorrentes que foi para o ar no dia 9 de Setembro, atraindo uma média de 900 mil espectadores a partir das 23 horas e obtendo um *share* de 44,5%.

Diariamente, as manhãs da TVI continuaram a ser animadas pelo “Você na TV”, um *talk-show* conduzido por Cristina Ferreira e Manuel Luís Goucha, que gradualmente têm vindo a conquistar o seu espaço junto dos espectadores portugueses. No seu terceiro ano de emissão, em 2006, o valor médio de audiência foi de 29,4%, uma subida significativa desde as primeiras emissões.

INTERNACIONAL

Numa estratégia focada na programação e produção de programas em português, o número de horas dedicadas



à emissão de programas internacionais (sobretudo filmes e séries norte-americanas) tem vindo a ser reduzido progressivamente, apesar de continuar hoje a ocupar períodos horários significativos, sobretudo no final do horário nobre e nas tardes de fim-de-semana. Em 2006, foram emitidas mais de 1000 horas de cinema, correspondendo a cerca de 600 títulos diferentes, com uma elevada qualidade dos filmes exibidos, incluindo várias estreias em absoluto na televisão.

DESENVOLVIMENTO DE CONTEÚDOS E DE RECEITAS NÃO PUBLICITÁRIAS

Com base no trabalho desenvolvido nos últimos anos de construção e estabilidade das suas marcas, as receitas provenientes dos projectos de *licensing* e *merchandising* voltaram a constituir em 2006 um importante contributo para o negócio global da TVI. Num conjunto de cerca de 15 marcas licenciadas, destacaram-se em 2006 as que estão ligadas à principal série infanto-juvenil da estação (“Morangos com Açúcar”), nomeadamente a marca “Morangos com Açúcar” e os artistas e bandas “D’ZRT”, “FF” e “4Taste” que movimentam, no seu conjunto, aproximadamente 150 produtos e 300 referências comercializadas por cerca de 30 licenciados. Entre produtos

licenciados e o licenciamento de imagem para *endorsement* de grandes marcas nacionais e multinacionais, foram vendidas mais de 750 mil unidades, gerando um total de cerca de 52 milhões de contactos das marcas com os seus públicos-alvo.

Também a receita proveniente de projectos multimédia voltou a ter um contributo relevante para o negócio da estação. Tanto através de IVR (*Interactive Voice Response*), o principal produto multimédia utilizado em programas e passatempos, como de SMS, com desenvolvimento de produtos *mobile* e reactivação do *chat* no Teletexto da TVI, a TVI procurou reforçar em 2006 a sua interactividade com os telespectadores.

PROJECTOS DE ÂMBITO SECTORIAL

Em 2006, a TVI voltou a cumprir e ultrapassar as obrigações previstas no Protocolo de Serviço Público, designadamente na disponibilização de espaço de comunicação ao Instituto do Cinema e Audiovisual, na programação com suporte em linguagem gestual e na programação em língua portuguesa com legendagem adicional através de teletexto. Continuou ainda em antena o programa “Todos Iguais”, um magazine semanal com conteúdo dirigido a pequenos segmentos populacionais, e a programação cultural com a emissão regular de peças de teatro e do magazine das artes e espectáculos, “Cartaz das Artes”.

O projecto de auto-regulação da TVI que iniciou em 2005 um sistema próprio de classificação dos seus programas foi reforçado através da assinatura, em Setembro de 2006, de um acordo entre as três televisões generalistas (RTP, SIC e TVI) que proporcionou um sistema comum e único de classificação de programas de televisão para os três operadores, facilitando-se a comunicação dos limites de programação para a grande maioria dos espectadores.

In the second half of 2006, were also aired three new entertainment formats based only on weekly (Sunday night) shows. In October started “Pedro, O Millionário” and led its time slot with an average audience share of 40%. Still during October, “Canta Por Mim”, a musical show with celebrities that were supporting social and charity causes, was also aired and its 13 Sunday night shows had an average share of 41.3%.

During November at Friday nights, TVI aired a new reality show – “Doutor, Preciso de Ajuda” – presented by a leading TVI host, that tries to contribute to solve some aesthetic problems of the candidates through a professional medical treatment done in an educative way, and that has attracted strong viewership with an average audience share of 40.2%.

TVI also took the opportunity to remind the 6th anniversary of the its first “Big Brother” series broadcasting, through a 70 minutes special edition based on the participants’ memoirs. It was aired at 11pm on September 9 and attracted 900 thousand viewers with an audience share of 44.5%.



Daily mornings at TVI continue to be in charge of “Você na TV”, a talk-show hosted by Cristina Ferreira and Manuel Luís Goucha, that has gradually been conquering its space among Portuguese viewers. In its third consecutive year on air, the average audience share increased significantly to 29.4%.

INTERNATIONAL

Given the strategic focus in Portuguese fiction (and in Portuguese speaking programs) international programming has been losing airing space in TVI’s grid. However, it continues to fill a significant number of hours and is key for some important time slots, particularly in late night and on weekend afternoons. In 2006, TVI broadcasted over 1000 hours of movies, comprising 600 different titles and maintaining the high quality of the pictures aired, including several first runs on television.

CONTENT DEVELOPMENT AND NON ADVERTISING REVENUES

Building upon the work done in developing and managing its own content brands, the revenues generated by licensing and merchandising were again a strong contribute

for the global television revenues. In a portfolio of 15 main licensed brands, including the ones related to the “Morangos com Açúcar” youth series (both the “Morangos com Açúcar” brand itself and those of its artists and bands such “D’ZRT”, “FF” and “4Taste”), were responsible for around 150 products and 300 sku’s distributed by 30 brand licensees. That set of brands, both through licensed products and image licensing for promotions with other major national and international brands, sold over 750 thousand units and generated around 53 million additional media contacts with their target audiences.

The revenues from multimedia projects also contributed positively for TV business in 2006, including through IVR (*Interactive Voice Response*), the main multimedia product used in talk-shows and contests, and SMS. TVI also used this area to reinforce the interactivity with its viewers through the development of mobile content and the improvement of the chat capabilities in its own teletext.

INSTITUTIONAL PROJECTS

In 2006 TVI not only not only adhered to but even went beyond its obligations arising from the “Protocolo de Serviço Público” (public service protocol with the Portuguese State and the other generalist channels). This was done by allotting commercial air time for the “Instituto do Cinema e Audiovisual” (Portuguese Cinema and Audiovisual Institute), by including visual language in some programs for the hearing impaired, and by providing subtitles in the Teletext. It also aired “Todos Iguais”, a weekly magazine meant for minorities and maintained “Cartaz das Artes”, a weekly cultural magazine.

TVI also reinforced its self regulatory project (started in 2005) through an agreement done in September with SIC and RTP leading to a common program classification system for the three generalist networks, enabling an easier communication of parental and content guidance for most of the programs.

Enquanto Presidente da Confederação Portuguesa de Meios de Comunicação Social (CPMCS), cargo para o qual foi eleita em 2005, a TVI acompanhou de perto as diversas iniciativas legislativas protagonizadas pelo Governo na área dos *Media*, com particular destaque para o Estatuto dos Jornalistas, a criação de uma nova taxa de regulação e todas as questões relacionadas com o funcionamento da Entidade Reguladora da Comunicação (ERC), a proposta de revisão da Lei da Televisão e os diferentes processos que envolveram a proposta de criação de um novo Código do Consumidor. A TVI acompanhou igualmente de perto todo o processo de revisão da Directiva de Televisão Sem Fronteiras, não só no contexto da CPMCS, mas também de forma muito activa enquanto membro da ACT (Associação das Televisões Comerciais Europeias).

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E PROJECTOS MULTIMÉDIA

A TVI manteve no ano de 2006 a sua aposta na inovação para manter uma elevada competitividade e eficiência. Para além da consolidação e modernização de alguns dos seus meios de produção e emissão, a TVI deu início a um projecto de integração de todos os *workflows* em ambientes baseados nas infra-estruturas de redes de dados, com o objectivo de eliminar, a médio prazo, a utilização de *cassetes* (enquanto suporte físico a conteúdos) nos processos de arquivo, produção e de emissão da TVI e de futuros canais de televisão que possam vir a ser produzidos pelo GMC. Também a área de segurança a nível de redes de dados mereceu particular atenção, bem como a renovação do seu principal estúdio de produção, que foi modernizado com câmaras e sistemas de emissão de alta definição (HD) que substituíram equipamentos já com 13 anos de utilização.

Da mesma forma, esteve em destaque no último trimestre de 2006 a emissão de conteúdos destinados a equipamen-



tos móveis (telemóveis, PDA's, etc.). A TVI, através da sua participada RETI, e em parceria com a Vodafone, colocou em emissão na região de Lisboa um serviço de difusão digital terrestre com recurso à tecnologia DVB-H, colocando Portugal no grupo restrito de países em que a verdadeira televisão digital móvel se pode tornar uma realidade. Na área Multimédia, a TVI deu início a um projecto-piloto de Serviço de Alertas WAP, permitindo aos seus utilizadores ter acesso às notícias em destaque no *“Jornal da Tarde”* e no *“Jornal Nacional”*, 30 minutos antes da sua emissão em

antena, ao resumo do episódio do dia da série infanto-juvenil *“Morangos com Açúcar”* e a diversos conteúdos Multimédia para telemóveis.

No âmbito de inovação, exploração das suas marcas e desenvolvimento de serviços que permitam uma maior interactividade com o seu público, é de destacar ainda o desenvolvimento do site *“Morangos com Açúcar”*, que foi inclusive premiado pelo seu design e que constitui também uma forma privilegiada de interagir com os jovens, de uma forma directa, atractiva e actual.



Since it was elected back in 2005, TVI was also the President of the “Confederação Portuguesa de Meios de Comunicação Social” (“CPMCS” or the Portuguese Media Owner Association) and its main focus was to closely monitor and discuss the several legal initiatives taken by the Government affecting the media sector. Among these was the new statute for the journalists, the creation of a new Regulatory Entity for Communication (ERC – “Entidade Reguladora da Comunicação”), the proposed revision of the Television Law and concessions and the different efforts to create a new Consumer Code. TVI was also closely involved in the discussion of the TSF (“Televisão Sem Fronteiras”) Directive not only in the context of the CPMCS but also very actively while member of the ACT (“Associação das Televisões Comerciais Europeias”).

TECHNOLOGY INNOVATION AND MULTIMEDIA PROJECTS

TVI continue investing in innovation and technology to maintain a high level of competitiveness and efficiency. In addition of the consolidation and modernization of some production and broadcasting equipment, TVI started a new integrated workflow process,



based on data networks, to eliminate all physical video tapes, both in its archive, production and broadcasting areas. This is key not only to prepare TVI for the digitalization of its existing activity but also for any future TV channels that might be produced by the Group. The security of the data networks was also upgraded as was the technology of its main production

studio – now with new digital cameras and broadcasting systems that replaced the 13 year old previous equipment.

The testing and broadcasting of content for mobile devices (mobile phones, PDAs, etc) was also carried out during the last Quarter of 2006. TVI, through its subsidiary RETI, and in a partnership with Vodafone Portugal, broadcasted a digital terrestrial distribution service behind the DVB-H technology in the Lisbon region. This places Portugal in the small group of countries in which true digital mobile television might become a reality very soon. In the multimedia area, TVI also began a pilot project for a WAP alert system, enabling its users to receive, among other, a daily summary of the *“Morangos com Açúcar”* youth series or the breaking news of *“Jornal da Tarde”* and *“Jornal Nacional”* in its mobile devices.

Within the multimedia area, the website of the youth series *“Morangos com Açúcar”* was also improved in order to leveraging the brands and to allow for greater interactivity with its target audience. This project received several design and internet development awards and is critical to interact and complement TVI relation with youngsters in a direct, attractive and *‘cool’* way.





TELEVISÃO PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS TELEVISION CONTENT PRODUCTION

A NBP produziu em 2006 mais de 900 horas de novelas e séries que contribuíram para a liderança do horário nobre

NBP produced in 2006 over 900 hours of soap operas and series that were key for the leadership in the prime time

EVOLUÇÃO DO MERCADO

Com a opção estratégica da SIC de também passar a emitir ficção nacional no horário nobre da sua grelha, em 2006 verificou-se o agravamento de uma tendência para uma maior concentração dos investimentos das televisões generalistas nos programas mais atractivos e de maior relevância para a globalidade dos espectadores em Portugal. Neste contexto, a SIC estreitou relações com uma das principais produtoras independentes, tal como a TVI havia feito há vários anos com a NBP. A produtora participada pelo Grupo Media Capital continua, porém, a

ser claramente a principal empresa do sector em Portugal, tendo mesmo, em minutos produzidos, uma escala já apreciável a nível europeu.

A produção de telenovelas e séries continua a ser o *core business* da NBP, dado o bom momento deste tipo de conteúdos a nível mundial, com mais de dois mil milhões de pessoas a assistir diariamente aos seus episódios em mais de 350 canais de televisão que exibem este formato por todo o mundo. Neste contexto, a NBP conseguiu não só manter

como até aumentar a sua posição de mercado como a principal produtora televisiva portuguesa, embora totalmente dependente das compras da TVI, sendo a produção de novelas e séries portuguesas para este canal praticamente a única fonte de receitas das empresas do Grupo NBP (NBP, Fealmar e Multicena). As restantes empresas do grupo NBP utilizam os seus conhecimentos específicos, infra-estruturas ou equipamentos ímpares para oferecerem serviços especializados a outras casas de produção e canais televisivos.

PRODUÇÃO DE FICÇÃO PARA TELEVISÃO

A NBP, prosseguindo a sua estratégia de diversificação e valorização da oferta de conteúdos de ficção falados em português, reforçou em 2006, um ano de forte concorrência, o número de minutos produzidos, que aumentaram significativamente e ultrapassaram os 53 000, consolidando o seu estatuto de produtora de referência da ficção nacional.

Os resultados alcançados, que atestam a sua vitalidade e capacidade competitiva, confirmam a justeza da opção tomada em

A NOVELA “DEI-TE QUASE TUDO” TEVE 53 DOS SEUS EPISÓDIOS ENTRE OS 100 PROGRAMAS DE TELEVISÃO MAIS VISTOS EM 2006



2001, quando decidiu criar a montante um conjunto de empresas que assegurassem uma completa autonomia da cadeia de produção, de modo a que pudesse responder com maior eficácia e rapidez em todo o ciclo da criação de conteúdos audiovisuais, mantendo, porém, uma política de rigor na gestão dos custos.

A Casa da Criação confirmou-se como o “cérebro criativo” do grupo, sendo responsável pela criação e adaptação de novos formatos audiovisuais, desenvolvendo guiões de grande qualidade para os vários projectos contratados – originais ou adaptações – que são um factor importante do sucesso das produções do grupo NBP.

A EPC, empresa que actua na área da concepção, construção e montagem cenográfica, e a EMVA, empresa vocacionada para o aluguer de material de iluminação e maquinaria, além de garantirem o apoio logístico para as produções internas, impuseram-se definitivamente no mercado, assegurando em tempo útil a resposta às mais diversas solicitações de diferentes clientes em Portugal e no estrangeiro.

MARKET EVOLUTION

With the strategic decision from SIC to also air national fiction in its prime time, generalist TV broadcasters increased the trend to concentrate its programming budgets in the genre that is by far the most attractive and relevant for the Portuguese viewers. Following this strategy SIC established a closer relationship with a top independent television production company, similar to what TVI and Grupo Media Capital did some years ago with NBP. However, NBP continues to be the clear leader of this sector in Portugal, with a significant

scale, even when compared with other European producers, in terms of minutes of fiction produced.

The production of soap operas and long running series continue to be the core business of NBP, following the strong momentum that this kind of content is going through worldwide. Everyday, there are over two billion people watching daily broadcasts of “novelas” (soap operas) across 350 TV channels that run this format all over the world. In 2006 NBP not only maintained but

even managed to increase its position as the main producer of television series in Portugal. However, NBP is totally dependent on TVI content acquisitions, as the sale of series and soaps for this channel is almost the only revenue source for all the companies that make up NBP group (NBP, Fealmar and Multicena). Nevertheless, the remaining companies of NBP group use their specific and unique know-how, infrastructure and equipment to offer specialized services to other production houses and TV channels.

PRODUCTION OF FICTION PROGRAMS FOR TELEVISION

Following its strategy of diversifying and increasing the value of its fiction content offer spoken in Portuguese, NBP significantly reinforced the total number of minutes produced in 2006 to over 53.000, reinforcing its status as the prime national fiction production company.

The results achieved so far, which show NBP’s vitality and competitive strength, are the result of a decision taken in 2001, when it created an integrated group of companies to ensure a complete autonomy of its production value chain which enabled a quicker and more effective response, along with a more rigorous cost control, to any issues arising across any stage of the audiovisual content production business cycle.

“Casa da Criação” established itself as the “creative laboratory” of the NBP group and does all the development – both adaptation from other markets and the creation of original scripts – and its know-how and flexibility has a decisive contribution for the success of NBP’s productions.

EPC is the company that is in charge of all the work of designing and construction



THE SOAP OPERA “DEI-TE QUASE TUDO” HAD 53 EPISODES AMONG THE TOP 100 TV PROGRAMS IN PORTUGAL IN 2006

of the production sets, while EMVA owns and rents all the lighting and other film making equipment, while also taking care of the logistical support for internal productions. Both companies are firmly established in the market and are able to respond quickly and effectively to all sorts of requests from different customers in Portugal and abroad.



A NBP INVESTIU EM NOVOS EQUIPAMENTOS E RENOVOU AS SUAS INSTALAÇÕES PARA MELHORAR A EFICIÊNCIA E REFORÇAR OS SEUS PADRÕES DE QUALIDADE

Paralelamente, em 2006 foi iniciada uma reestruturação empresarial com a racionalização dos processos internos de pós-produção vídeo e áudio, e a aquisição de diversos equipamentos que não só permitirão simplificar atividades e fluxos de trabalho, como também obter poupanças consideráveis nos tempos de execução típicos das tarefas. Estes investimentos permitem também reforçar os padrões de qualidade das produções da NBP e antecipar as previsíveis exigências do mercado em termos de utilização de equipamentos de última geração. Adicionalmente, procurou-se dar um novo impulso na estratégia de expansão das vendas internacionais dos produtos da NBP.

Nas telenovelas e séries, a NBP continuou a desenvolver um esforço significativo para dar uma resposta de qualidade ímpar para consolidar um dos mais importantes eixos da programação da TVI, para quem trabalhou praticamente em exclusivo em 2006, tendo terminado duas telenovelas, “Dei-te Quase Tudo” e “Mundo Meu”, iniciadas no ano anterior bem como “Fala-me de Amor” que foi totalmente exibida durante esse ano. Todas estas novelas alcançaram *shares* médios de audiência acima dos 40% em 2006.

“Tempo de Viver”, “Doce Fugitiva” e “Tu e Eu” foram as novelas estreadas em 2006 que vieram substituir as anteriores e que obtiveram também valores suficientes para liderarem os seus espaços de transmissão de forma regular e cujos valores se podem observar no quadro abaixo.

Quanto às séries, quer o “Inspector Max” (II Série) quer “Os Serranos”, ambas exibidas em horário nobre na TVI ao fim-de-semana, lograram obter *shares* de audiência sempre na casa dos 30%. Nos dias úteis, e sendo transmitida no acesso ao *prime time*, a série “Morangos Com Açúcar” continua a ser um exemplo ímpar de longevidade em programas deste género, tendo acabado a sua terceira série, exibido mais uma “Série de Verão” e estreado em Setembro, com o início das aulas, a sua quarta série.

NOVELAS QUE TERMINARAM EM 2006 PRODUCTIONS THAT FINISHED AIRING IN 2006

Título Title	Episódios entregues em 2006 Episodes delivered in 2006	Horário Time slot	Share médio de audiência Average audience share
“Dei-te Quase Tudo”	164	22H	42%
“Mundo Meu”	70	23H	54%
“Fala-me de Amor”	200	23H	47%

Fonte: análise TVI com base nos dados da Markttest / Source: TVI analysis on Markttest data

NBP INVESTED IN 2006 ON EQUIPMENT AND FACILITIES TO REINFORCE ITS QUALITY PRODUCTION AND EFFICIENCY STANDARDS EVEN FURTHER



There was also some effort to give a further push on the expansion of the sale of NBP contents abroad along with a restructuring of the organization done in 2006, to streamline internal processes (i.e. audio and video post production) and was acquired a wide range of equipment, that not only will simplify some activities and work flows, but also will provide significant savings on the time it takes to execute several tasks. This investment also enables to reinforce the quality patterns of NBP's productions and leaves it prepared for the upcoming market requirements with last generation technology. NBP also sought to give a further push on the expansion of the international sale of its products.

On its key products – soaps and series – NBP continued to strive to provide top unmatched quality and results to

enable TVI one of the strategic building blocks of TVI programming, for whom it worked almost exclusively. “Dei-te Quase Tudo” and “Mundo Meu”, the soap operas started in 2005, finished its production cycle as well as “Fala-me de Amor” that was aired entirely during 2006. All these shows delivered average audience shares above 40% in TVI prime time.

“Tempo de Viver”, “Doce Fugitiva” and “Tu e Eu” soap operas, first aired during 2006 to replace previous programs, also reached leadership audience share levels in a regular way, as can be seen below.

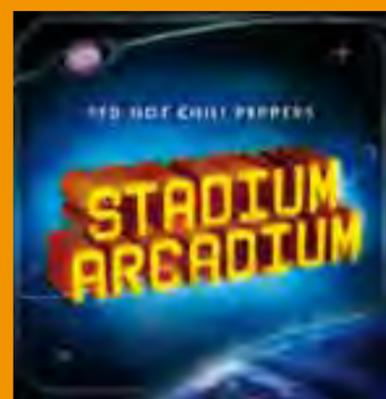
Regarding series, both “Inspector Max” (in its 2nd series) and “Os Serranos” were aired in weekend prime time slots and secured average audience shares in the 30% threshold. On weekdays, “Morangos com Açúcar”, which is broadcasted in

access to prime time, continues to be a case study of longstanding success for this format and of a close relation with its target audience, after completing its third yearly season followed by a special Summer edition series, and is now in its fourth season that started in last September when students come back to school. On top of its particularly strong audiences among younger targets, this series has remarkable affinity indexes (program's audience share on target / program's total audience share) – almost always above 150% – for those target audiences. This series also shows unusually high loyalty ratings (% time spent viewing by each person) with values typically above 60% for the younger audiences mentioned before – which clearly shows the series' capacity to maintain viewers' attention during the episodes, to follow the daily adventures of its idols.

NOVELAS QUE INICIARAM EM 2006 PRODUCTIONS THAT STARTED AIRING IN 2006

Título Title	Episódios entregues em 2006 Episodes delivered in 2006	Horário Time slot	Share médio de audiência Average audience share
“Tempo de Viver”	149	22H	46%
“Doce Fugitiva”	56	21H30	37%
“Tu e Eu”	41	23H	43%

Fonte: análise TVI com base nos dados da Markttest / Source: TVI analysis on Markttest data



MÚSICA E ENTRETENIMENTO MUSIC AND ENTERTAINMENT

A Farol Música
ascendeu em
2006 ao segundo
lugar no ranking
das editoras
discográficas em
Portugal com
quase 18% do
mercado e 58
galardões para 34
dos seus discos

Farol Música
became in 2006
the second
largest record
label in Portugal
with almost 18%
of market share
and collecting
58 sales awards
for 34 of its hits

Nesta área de negócios engloba-se toda a actividade de gestão de conteúdos musicais, incluindo a edição, gravação e venda de CD's e DVD's musicais, bem como a produção e organização de eventos e a gestão e agenciamento de artistas. Em termos operacionais, a actividade desta área de negócios é desempenhada por três empresas: a Farol Música, Lda., responsável pela edição, gravação e venda de CD's e DVD's; a Central Discos, SA, empresa que promove discos de outras editoras; e a Media Capital Entertainment, Lda., cuja actividade é a promoção e produção de eventos e a gestão e agenciamento de artistas.

Em termos gerais, o ano de 2006 foi caracterizado por uma redução substancial do valor do mercado discográfico a nível mundial, tendo o mercado áudio português acompanhado esta

tendência e sofrendo uma quebra de cerca de 17% face a 2005 – para valores de vendas de discos na ordem dos €52 a 55 milhões. Segundo os dados fornecidos pela Associação Fonográfica Portuguesa (AFP), a Farol Música ascendeu em 2006 ao segundo lugar no *ranking* das principais editoras discográficas em Portugal, logo atrás da multinacional Universal Music, tendo sido também a editora que registou o maior aumento da sua quota de mercado, com um crescimento de 12% para cerca de 17,6% em 2006.

A Farol Música registou no ano de 2006 um volume de vendas de mais de €4 milhões, tornando-se líder de mercado no conjunto dos catálogos Farol e Warner Music, como resultado do acordo firmado no final de 2004 com esta editora discográfica multinacional, que tornou a Farol Música, desde essa

altura, distribuidora exclusiva para Portugal de todo o seu catálogo que inclui artistas como Madonna, Red Hot Chili Peppers, James Blunt, Phil Collins ou Michael Bubl . Este acordo / parceria não se limita   distribui o pura do catálogo, mas abrange também todo o trabalho de *marketing*, promo o e gestão comercial dos produtos da Warner Music, dando assim também credibilidade   Farol em termos internacionais, como parceiro local relevante no nosso mercado.

Este resultado francamente positivo deve-se a algumas características diferenciadoras em rela o às outras editoras discográficas (multinacionais e independentes) que operam no mercado nacional, designadamente uma gestão orientada por projecto e um forte investimento em *marketing* e na promo o dos seus produtos, levados a cabo por uma estrutura bem dimensionada, dinâmica e qualificada. A estratégia editorial da Farol Música continuou a pautar-se por um número criteriosamente calculado de lançamentos explorando as fontes de sinergia com os conteúdos e as outras empresas do Grupo Media Capital.

Esse facto   evidente quando analisada a reparti o do repertório editado pelo conjunto das duas editoras em 2006, onde os artistas nacionais e as compila es representam, sensivelmente, metade das vendas (sobretudo com as bandas sonoras das novelas da TVI e com os álbuns dos seus artistas, bem como as colectâneas de música ligadas às rádios da MCR), apesar do forte catálogo da Warner tanto em termos internacionais como de música clássica. O segmento que mais cresceu em importância e em vendas no ano de 2006 foi mesmo o dos artistas nacionais –  rea que tem um lugar de destaque no plano editorial da Farol Música – contando com



This business division covers the whole activity related to the management of musical contents, including editing, recording and selling music CD's and DVD's, as well as the production and organization of events and artist management. In operational terms, these activities are carried out by three different companies: Farol Música does the editing, recording, promotion and sale of CD's and DVD's; Central Discos promotes records from other companies' artists; and Media Capital Entertainment produces large scale events and manages the rights, image and career of some artists.

Overall, 2006 saw a substantial reduction of the record label editing market value worldwide, with the Portuguese market following this trend and declining 17% vs. 2005 – to a value estimated between €52 and 55 million. According to the data

Editora Company/Label	Quota 2005 Share in 2005	Quota 2006 Share in 2006
Universal	18,72	17,83
Farol Música	12,21	17,55
EMI	20,20	16,35
Sony BMG	13,78	15,78
Som Livre	7,66	9,11
Warner Music	8,52	7,84
Vidisco	8,39	5,97
Espacial	4,35	5,29
EDLP	1,49	1,54
Zona Música	1,26	1,38

Fonte / Source: AFP 2006

from "AFP – Associa o Fonogr fica Portuguesa" (the record label Portuguese association), Farol Música alone rose to the second place in the ranking, closely behind Universal Music and was the editing company that posted a higher growth in 2006, increasing from 12% to almost 17.6% in that year.



Farol Música sales in 2006 were over €14 million, becoming the market leader in Portugal if we consider also the sales of Warner Music Portugal combined, as the result of an local agreement done in 2004 with this international label, which established Farol Música as its exclusive distributor for Portugal for all its catalogue, which includes artists such as Madonna, Red Hot Chili Peppers, James Blunt, Phil Collins or Michael Bubl . This partnership is not limited to the distribution of the artist catalogue but also covers all the marketing, promotion and sales activities for all Warner Music's products, providing some visibility and credibility for Farol abroad as a relevant local player.

This very positive result is due to some specific characteristics of Farol when compared to the other recording labels (both multinational and local independent ones) which operate in the Portuguese market. Farol has a project oriented management approach, invests heavily in marketing and product promotion, and is supported by a well sized, dynamic and qualified team. The editorial strategy of Farol continues to focus on a carefully selected number of launches per year, exploring synergies with all other content sources and media companies of Grupo Media Capital.

This fact is more clear when we look at the combined repertoire edited by Farol and Warner in 2006, where, despite the very strong artist catalogue from Warner Music (including classic music), national artists and compilations represent roughly 50% of the total sales (headed by TVI soap's soundtracks and the albums of its main artists, but also including the own label original soundtracks from MCR main radio stations). The segment that grew most both in total sales and in its weight were the national artists – an area which is strategic for Farol's editorial plan – including several of 2006 top hits such as the CD's of "André Sardet", "4Taste", "José Cid", "Paco Bandeira" and "Paulo de Carvalho".

alguns dos principais sucessos do ano como os CD's de André Sardet, 4Taste, José Cid, Paco Bandeira ou Paulo de Carvalho.

O êxito da actividade da Farol pode também ser medido em termos de resultados alcançados pelos seus discos: teve 7 dos 10 CD's mais vendidos em 2006, viu discos seus liderar as tabelas de artistas e a de compilações em mais de metade das semanas do ano e obteve um total de 58 galardões diversos para 34 dos seus discos, correspondendo a 48 discos de platina e 10 de ouro em apenas um ano.

Em termos de produção e realização de eventos, a actividade ainda com dimensão reduzida registou, ainda assim, um crescimento das vendas acima de 100% em relação ao ano de 2005 como resultado da consolidação da

produção e exploração de peças de teatro numa sala de espectáculos para uso próprio (antigo Cinema Mundial), que não só permite continuar a produzir este tipo de projectos com total autonomia, mas também servir como potencial fonte de conteúdos televisivos para a TVI. Também na produção de eventos musicais, apesar de não se ter realizado nenhum de grande dimensão em 2006, a Media Capital Entertainment mantém-se como um dos parceiros mais reconhecidos junto dos principais patrocinadores de entretenimento, pelo que espera vir a desenvolver significativamente esta actividade no futuro.

Assinale-se também no ano de 2006 a assinatura dos primeiros contratos em regime de "Full Contract Rights" que prevêem não só a edição discográfica,

mas também a produção e venda de espectáculos do mesmo artista, e também o arranque da unidade de *Publishing e New Media* (Gestão de direitos de autor e venda de conteúdos em formato digital, toques de telemóvel, etc), estando assim reunidas as condições para fazer em 2007 uma real gestão a 360° dos artistas e conteúdos musicais contratados.

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2007

Apesar da manutenção do volume de vendas de CD's e DVD's esperada para 2007, a que deverá corresponder um acréscimo de quota de mercado, prevê-se um crescimento de vendas em todas as restantes áreas (como resultado dos mencionados contratos em regime de "Full Contract Rights"). Prevê-se ainda a progressiva redução de custos de royalties, pelo maior peso de edições discográficas de artistas nacionais (de acordo com a tendência de consumo verificada em 2006) e pela implementação de uma sólida estrutura de agenciamento de artistas que permita não só assegurar os compromissos com os artistas já contratados, mas também cativar outros com potencial.



The success of Farol Música's activity can also be measured by the results achieved by its records: 7 out of the 10 most sold CD's in 2006; its records led both the weekly top charts for artists and for compilations during more than half of the year and attained a total of 48 "platinum" awards and 10 "gold records" for 34 of its record editions in just an year.

The production and management of events, an area still with a small size, more than doubled vs. 2005 as a result of the consolidation of production and management of theatre plays in a fully owned theatre room (an old cinema theater multiplex). This not only enables the production of this type of projects with full autonomy but is also useful as a potential television content provider for TVI. Also on the production of musical events, despite not having organized any

major event in 2006, Media Capital Entertainment is one of the most recognized partners among the major advertisers and sponsors, which provides room allows for future developments in this activity.

A special mention should be given also to the signature of the first contracts under the Full Contract Rights mode, which include not only record edition but also the production and sale of tickets for the music concerts of the artist. Also important to mention is the launch of a new Publishing and New Media unit which will manage the authors rights, the sale of contents in digital formats and as mobile content, etc. In 2007 Farol has all the requirements to provide a truly 360° management approach for its artists and their musical content.

EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2007

Despite the expected stability of its volume CD and DVD sales, that should increase Farol market share in 2007, we expect an increase in the revenues coming from all other areas (as a result of the aforementioned contracts under the Full Contract Rights mode). We also expect to benefit from a progressive cost reduction on royalties, driven by the greater weight of the national own artists in the company's portfolio (following the same trend as in 2006) and also by the implementation of a solid artist agent service structure that will not only ensure the commitments towards our current artists but also to capture new ones that show potential.





RÁDIO RADIO

A MCR manteve a sua posição de segundo operador de rádio em Portugal e iniciou o processo de renovação dos seus formatos

MCR remained as the second radio player in Portugal and started a complete revision of its format portfolio

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2006

Tendo 2006 sido um ano marcado por um crescimento praticamente residual do mercado publicitário em Portugal, o segmento da rádio foi, uma vez mais, o que registou a pior performance, vendo os seus investimentos líquidos baixar entre 6 e 8% em termos nominais, após um decréscimo de quase 5% já verificado em 2005. Ou seja, apesar de ter o custo por contacto mais baixo dos media em Portugal, o total do investimento publicitário líquido no segmento não terá chegado aos €45 milhões e com isso o peso da rádio no total do mercado terá baixado para 6% em 2006.

A rádio continua a ser, essencialmente um meio táctico complementar, e sendo por isso particularmente dependente das campanhas institucionais dos grandes anunciantes e consequentemente, mais vulnerável à desaceleração verificada em 2006 em sectores tão importantes para a publicidade como os bancos e as telecomunicações devido às OPA's em curso em alguns dos seus mais importantes *players*. A MCR, que tipicamente tem quotas de mercado mais elevadas nestes grandes anunciantes, sofreu por isso mais do que os outros operadores do segmento, registando receitas em 2006 de quase €14 milhões, sensivelmente 7% abaixo das do ano anterior.

Em termos de audiências, a MCR desceu ligeiramente a chamada Audiência Acumulada de Véspera (AAV) média de 15,9% em 2005 para 15,3% em 2006. Significa este valor que o conjunto das rádios da MCR é ouvido diariamente por quase 1,3 milhões de portugueses com mais de 15 anos. Esta ligeira quebra no universo de ouvintes (e comum à maior parte das rádios dos principais concorrentes em 2006) não trouxe uma queda do *share* de audiências da MCR – que se

mantve perto de 23% – uma vez que conseguiu fidelizar os seus ouvintes e com isso aumentar o seu tempo médio de escuta.

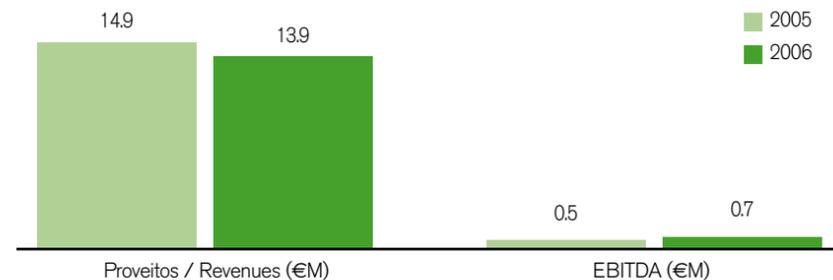
Os principais destaques da actividade em 2006 dos seus formatos mais importantes foram os seguintes:



Rádio Comercial: a principal estação do grupo MCR, com emissão nacional em FM e um formato adulto contemporâneo (AC), vocacionada para ouvintes entre os 25 e os 44 anos e com uma cobertura praticamente total do poder de compra em Portugal Continental. Em 2006, a Rádio Comercial aumentou o seu *share* médio de audiências de 9,4% para 11,4% em 2006, como resultado de alterações bem sucedidas realizadas no final de 2005 no seu programa da manhã, com um novo e conhecido apresentador e director de programação. Se comparados os últimos trimestres de 2005 e de 2006, a Rádio Comercial registou também uma aproximação do seu perfil de audiências ao público-alvo da estação (ouvintes com 25-44

anos), o que reforça a sua capacidade de transformar essas audiências em receitas publicitárias no futuro.

Rádio Clube Português: em 2006 esteve a emitir ainda com um formato de clássicos de sucesso para famílias e adultos (dos 35 aos 55 anos), competindo com outras conhecidas estações existentes (detidas pela Igreja Católica e pelo Estado). No entanto, uma vez que tem uma cobertura geográfica concentrada nas regiões urbanas de Lisboa e Porto e um formato musical atractivo mas limitado, o RCP tem visto o seu *share* médio de audiência baixar nos últimos dois anos (3,9% em 2006 face a 4,7% em 2005), explicada, essencialmente, pela redução do tempo de audição. No entanto, com uma melhoria da cobertura em 2006 e sobretudo com a conclusão em Janeiro de 2007 do processo (iniciado com a celebração do 75º aniversário do RCP) de evolução para um formato mais generalista, com mais notícias e conteúdos de informação e entretenimento, com novos apresentadores e maior participação de convidados e de celebridades, o RCP espera vir revolucionar o panorama radiofónico Português e assim aumentar as suas audiências gradualmente.



Fonte / Source: Marktest; Media Capital

ACTIVITY EVOLUTION IN 2006

In 2006 the total advertising market just showed a residual growth and, once again, the radio segment was the worst performing with a decrease in current prices between 6% and 8%, on top of another 5% decrease posted in 2005. Despite having the lowest cost per contact in the main media in Portugal, the advertising expenditure in the radio in 2006 probably did not even reach €45 million, and thus the share of the radios segment in the total advertising market has probably dropped to 6% in this year.

Radio continues to be used mainly as a tactical and complementary media, and therefore is particularly dependent upon the institutional campaigns from large advertisers, and thus suffered more in 2006 from the slow down in several key advertising sectors such as retail banking and telecom – both with its main players affected by tender offers in the stock exchange. MCR, which typically has larger adspend shares among these advertisers, was hit worst than its competitors, posting revenues of €14 million in 2006, 7% below 2005.

Regarding its radio audiences, MCR had a slight decrease in the average daily reach for its combined portfolio of radios, from 15.9% in 2005 to 15.3% in 2006. This means that the combination of MCR radio stations reach on a daily basis almost

1.3 million listeners aged 15 years old or older. The slight decrease in its listener base (that also happened to most competitors of MCR) however did not affect its audience shares – which stood at around 23% – thanks to an increase in the loyalty of its listeners translating into higher “TSL” (time spent listening).

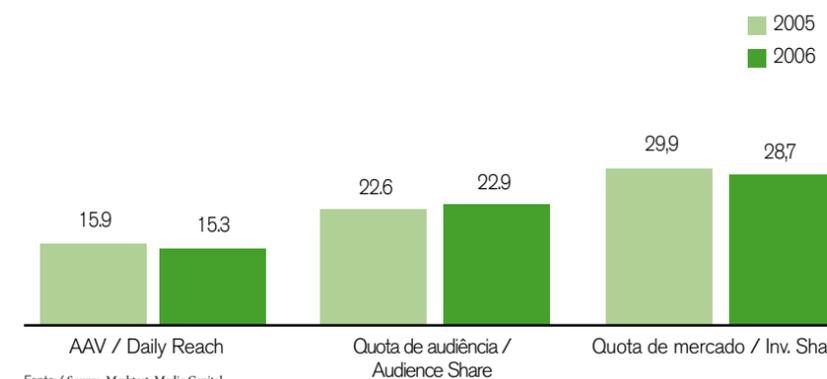
The main highlights from MCR activity in its main radio stations in 2006 were as follows:

Rádio Comercial: it is the main station of MCR, broadcasting through a national FM frequency and with an Adult Contemporary music format (AC), targets listeners aged 25 to 44 years old and covers basically the whole country. In 2006 “Rádio Comercial” increased its average audience share from 9.4% in 2005 to 11.4% in 2006, mainly due to the successful changes done to its morning show in the end of 2005, with a new and well known host and programming director. Comparing the fourth quarters of 2005 and 2006, Rádio Comercial also increased its audiences among the station's core target (people aged 25-44 years old) paving the way for future growth of its advertising revenues.

Rádio Clube Português: in 2006 this station still had in antenna basically a music format with classic hits (oldies) targeted



for and families and adults (from 35 to 55 years old), somehow competing with most of the radio stations that (apart from MCR's Rádio Comercial) have a national broadcasting frequency (and owned by the Catholic Church and the Portuguese State). However, due to the geographical coverage limitation to basically the Lisbon and Oporto regions and to its attractive but narrow musical format, RCP saw its average audience share decrease during the last two years (from 4.7% in 2005 to 3.9% in 2006), mostly driven by a reduction on its time spent listening. With an increased coverage in 2006 and the conclusion (in January 2007) of the transition process initiated with its 75th anniversary towards a more generalist and broad radio station format, with news, information and entertainment, with well-known hosts and bringing more participation of guests and celebrities into the antenna, RCP hopes to revolutionize the Portuguese radio landscape and gradually reinforce its audiences.



Fonte / Source: Marktest; Media Capital



Cidade FM: é uma estação jovem e predominantemente musical, assente nos mais recentes êxitos e dirigida principalmente a *teenagers* e a estudantes universitários, com um *share* de audiência de mais de 40% no seu segmento-alvo dos 15-17 anos, sendo a terceira rádio no segmento mais competitivo dos 18 aos 24 anos. Com um público-alvo tão exigente e em mutação, a Cidade FM procurou em 2006 trazer novidades para a antena e introduziu, entre outras novidades, “as 40 da Cidade FM” – um novo programa em Portugal. No entanto, e conforme esperado, o primeiro impacto das alterações de frequências (que visavam aumentar a cobertura e fortalecer o sinal da estação) realizadas em finais do ano nas importantes áreas de Lisboa e Porto, traduziu-se numa ligeira redução do seu *share* de audiência de

6,7% em 2005 para 6,2%. A Cidade FM tem estado também empenhada em capitalizar o seu importante público-alvo (os jovens) e a marca forte para fomentar as receitas não publicitárias e promover a organização de eventos e iniciativas.

Como parte da sua estratégia de inovação, o grupo MCR reavaliou os seus formatos complementares onde estão incluídos a Best Rock FM, um formato musical *urban rock*, e a Romântica FM, um formato de música romântica Portuguesa e Latina. No primeiro semestre de 2007 serão relançados estes dois formatos e também lançado um terceiro formato complementar chamado M80, focado na música dos anos ‘60, ‘70, ‘80 e ‘90. Esta estação pretende servir o público que anteriormente ouvia o Rádio Clube quando este era uma estação predominantemente musical.

Em termos globais, as alterações introduzidas à Lei da Rádio em 2006 incluíram regulação sobre níveis mínimos de difusão de nova música editada e de música portuguesa, que as rádios da MCR cumpriram escrupulosamente, aproveitando para aumentar a exposição de alguns artistas nacionais. Espera-se que a revisão em curso da

Lei das Rádios permita uma maior flexibilidade quer na propriedade de rádios e frequências quer nos seus formatos.

O grupo MCR explora ainda diversas estações com formatos de nicho, tanto em antena como online, com base no seu portal de rádio Cotonete, que celebrou recentemente o seu quinto aniversário, atraindo cerca de 800 000 ouvintes únicos (*unique users*) por mês, o que coloca a MCR na vanguarda do negócio multimédia na rádio e lhe permitiu atingir vendas de mais de um milhão de euros em 2006.

OS CONCERTOS, EVENTOS E PROMOÇÕES APROXIMAM AINDA MAIS AS RÁDIOS DA MCR DOS SEUS OUVINTES

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2007

Em 2007, e tal como em outros sectores, o crescimento esperado da economia pode reflectir-se no mercado publicitário mas dificilmente se traduzirá numa retoma acentuada do segmento da rádio. Para reverter a tendência negativa que a rádio tem mostrado em Portugal nos últimos anos e fomentar o investimento publicitário neste segmento, a MCR acredita que é necessário continuar a inovar os seus formatos e sobretudo a trazer novas formas de fazer rádio. O facto de, em Portugal, a quota de rádio do mercado do total

publicitário (cerca de 6%) ser bastante inferior à de outros países Europeus (com 7 a 8% do mercado) indicia que existe algum potencial de crescimento por explorar e a flexibilização da Lei da rádio quanto à propriedade de estações e frequências pode vir a contribuir para um arranjar do panorama radiofónico em Portugal, com uma mais eficaz exploração da publicidade de anunciantes locais e pela exploração de sinergias de escala com estruturas operacionais mais simples e com maior qualidade e cobertura das emissões.

Para fazer face a este panorama pouco animador, a MCR assume-se como agente de introdução da mudança no segmento da rádio, de que o relançamento do Rádio Clube Português em Janeiro de 2007 será o primeiro e mais decisivo passo, contando com isso, por um lado, alargar a oferta de espaços publicitários individualizáveis e com audiências de perfil qualificado, e, por outro lado, capturar quota de investimento publicitário a alguns dos seus concorrentes. Da combinação destes dois elementos, a MCR espera superar a performance do mercado em 2007.

CONCERTS, EVENTS AND SPECIAL OFFERS ARE KEY TO INCREASE THE BONDS OF MCR RADIOS WITH ITS TARGET AUDIENCES

Cidade FM: is mostly a musical radio station, with a format based on the most recent top hits, targeted to teenagers and university students, and has a national audience share of over 40% in the core target segments of people aged 15-17 years old. It is also third most listened to station among the key, and very competitive age target of 18 to 24 years old. With such a very demanding and highly volatile target, Cidade FM introduced in 2006 some changes in its programming, including, among others, the program “As 40 da Cidade FM” (“Top 40 from Cidade FM”). Meanwhile, and as expected, the first impact of the changes in some of its local frequencies undertaken in late 2005 in the key Lisbon and Oporto regions (done with the purpose of reaching a wider geographic area with improved quality of its signal) translated into a slight decrease in its audience share, down from 6.7% in 2005 to 6.2% in 2006. Cidade FM has also

been committed in capitalizing on its important core listener target (youngsters) and on its strong brand to increase its non-advertising revenues and to organize events and other initiatives.

As a part of its renovation strategy, MCR also revised all its smaller formats, including Best Rock FM, an “urban rock” format, and also “Romântica FM”, a music format featuring Portuguese and Latin “romantic” music. In the first half of 2007 both these formats along with another complementary format called “M80” (focused on music from the ‘60, ‘70, ‘80 and ‘90) will be relaunched and have their coverage improved. M80 is designed to provide a relevant music offer for those listeners that no longer have their preferred music in the “new RCP”.



Overall, the changes introduced so far to the Radio Law in 2006 only included regulation regarding minimum levels of Portuguese music broadcasted by the main radio stations – that were carefully followed by MCR’s radio stations, which in fact, leveraged on this obligation to increase the exposure of some Portuguese artists preferred by its listeners. We hope that the revision of other aspects of this law currently undergoing may enable more flexibility in the ownership of the radio stations, as well as in the restrictions to its frequencies and formats.

MCR also explores several other niche radio formats, both on air and online, based on its music portal “Cotonete”, which recently celebrated its 5th anniversary and attracts over 800.000 unique listeners per month. This places MCR as the reference radio group in the multimedia business and provided MCR with net revenues of over €1 million in 2006.

EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2007

In 2007, as in other sectors, the expected economic growth may have a positive impact on the advertising market but it is not likely to benefit the radio segment in particular. To revert the negative trend seen in the radio segment in the last years, and in order to attract further advertising expenditure to this segment, MCR believes that it is necessary to continue to innovate its radio formats, and, above all, to develop new ways to produce and deliver radio as a communication media. The fact that the share of the radio segment in the total advertising

market in Portugal (around 6%) is below that of other European countries (7% to 8% market share) indicates that there is growth potential to exploit. The possible flexibility that may arise from potential changes in new Radio Law, in terms of ownership of the radio stations and of its frequencies, may also lead to a reorganization of the Portuguese radio landscape, with more effective sale of local radio advertising and a better exploitation of larger scale synergies with fewer, simpler operational structures and better broadcasting quality.

To face this uninspiring foreseen future, MCR takes on the role as the catalyst for the change in the radio segment, of which the relaunch of Rádio Clube Português is just the first yet decisive step, enabling MCR to broaden its offer with specific and specialized advertising formats (with loyal and qualified target audiences) and also to capture adspend share from some of its competitors. The combination of these two effects gives hope to MCR to believe it can overtake the market’s performance in 2007.



IMPRESSA PRESS

Em 2006 a MCE lançou a MC Factory, uma operação de “customer publishing”, para diversificar e completar o seu modelo de negócio tradicional de imprensa

In 2006, MCE launched MC Factory, a customer publishing operation in order to diversify and complement its traditional press business model

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2006

O ano de 2006 viu as receitas publicitárias consolidadas de imprensa do Grupo registarem um desempenho positivo, apesar do mercado publicitário da imprensa não diária ter sofrido novamente uma forte retracção. Este resultado foi sobretudo consequência do lançamento da revista Grazia em Janeiro de 2006 (entretanto descontinuada ainda em 2006). Por outro lado, a receita total proveniente da venda em banca sofreu uma queda considerável. Acompanhando uma tendência de mercado, uma vez que em termos globais, e apesar da entrada de mais títulos no mercado, tanto a venda de exemplares como a venda de produtos associados das revistas apresentaram quebras significativas e generalizadas.

2006 foi, por isso, um ano de reorientação estratégica para a MCE. Para fazer face à diminuição do mercado publicitário bem como das vendas em banca, a MCE optou pela implementação de dois tipos de medidas: por um lado, levando a cabo uma reestruturação do seu portfolio de publicações, com destaque para o fecho da revista Grazia (que não apresentou os resultados esperados), e, por outro lado, com a diversificação do modelo de negócios através do lançamento de uma operação de "custom publishing" – a MC Factory. Esta nova área de negócio irá permitir captar novas receitas, rentabilizando a estrutura fixa da empresa e diminuindo a dependência do negócio das receitas de publicidade.



O controlo de custos continua também a ser objecto de atenção por parte da equipa de gestão da MCE. Entre outras medidas, são de sublinhar os sucessivos ajustes nas tiragens, tal como a constante atenção à definição do número de páginas dos diversos títulos. Também os orçamentos editoriais de quase todas as publicações foram alvo de revisão para melhorar a rentabilidade de cada produto e da empresa como um todo.

Alguns factos da actividade da empresa em 2006 merecem particular destaque:

- A Lux manteve a sua posição no segmento das revistas semanais femininas, ganhando terreno à sua concorrente mais directa. A sua audiência média mais recente é de 3%, correspondente

a um crescimento em relação à vaga anterior do Bareme e à mesma audiência registada no final de 2005;

- A revista Lux Woman, apesar de uma descida em 2006, reforçou a sua posição no target comercial ABC1 e manteve a segunda posição entre as revistas mensais femininas;

- A revista mensal masculina Maxmen manteve a posição de líder num ano de intensa concorrência neste segmento, pautada por diversas iniciativas e pelo lançamento agressivo de um novo título concorrente. Apesar da queda de audiências, a Maxmen não perdeu a liderança do segmento, mantendo, no total do ano, uma significativa vantagem para o seu concorrente mais directo;

- A revista Casas de Portugal recuperou no último trimestre de 2006 o valor de audiência média que havia perdido a meio do ano, mantendo-se nos 1,2%;

- Apesar de ter contribuído positivamente para o crescimento das receitas anuais da MCE, a revista Grazia foi encerrada uma vez que não atingiu os patamares mínimos definidos pela empresa como necessários para o seu desenvolvimento e rentabilização.

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2007

Para 2007, a actividade da empresa irá centrar-se na rentabilização das publicações existentes, na procura de uma cada vez melhor racionalização e rentabilização da estrutura, e na alavancagem nas capacidades da equipa da MCE para lançar novos títulos que se venham a

mostrar oportunos, relevantes e potencialmente rentáveis.

Adicionalmente, também se irá desenvolver um esforço na angariação de clientes para a recém-criada MC Factory (MCF), tendo como clientes-alvo as

organizações e empresas que editam regularmente revistas (tanto para clientes como colaboradores) de grande tiragem, à semelhança de algumas publicações já editadas como as revistas "Saberes e Sabores" (da Vaqueiro), "T Notícias" (da TMN) ou "PT Empresas".

ACTIVITY EVOLUTION IN 2006

In 2006, the consolidated press revenues of the Group grew by 3%, despite in spite of the strong retraction suffered once again by the non-daily advertising segment. This result was mainly driven by the launch of the "Grazia" magazine in January 2006 (it has been discontinued in the meantime, still during 2006). On the other hand, the total revenues coming from newsstand publication and product sales fell by over 20%. This followed a clear trend in the Portuguese market, where, despite the growing number of publications for sale, the total sales values of all the titles and their related products and promotions showed significant decreases across most of the players and sub-segments.

2006 was therefore a year of strategic reorientation for MCE. Both to face a diminishing advertising market as well as the decreases in its newsstand sales, MCE decided to implement two different measures: on one side, to undertake a rationalization of its magazine portfolio, in which we highlight the closing of "Grazia" that did not deliver the expected results; on the other side, to diversify its business model through the launch of a "custom publishing" operation ("MC Factory"). This new business will bring in additional revenues, and thus help to dilute the fixed cost structure while also decreasing the dependence of MCE from the advertising revenues.

Cost control continues a top priority for MCE's management team. Among other measures taken in 2006, the continuous adjustments to the circulation of its magazines, to improve the ratio of leftovers, as well as the constant monitoring of the number of pages required for each edition of its main titles deserve some mention-

Circulação Média ('000) * Average circulation ('000) *	2005	2006
Lux	66	68
Lux Woman	49	45
Maxmen	58	52
Casas de Portugal	13	14

Audiências (média do ano) Average year audiences	2005	2006
Lux	3.7%	3.0%
Lux Woman	2.7%	2.3%
Maxmen	4.8%	4.0%
Casas de Portugal	1.6%	1.1%

Fonte: APCT e Markttest / Source: APCT e Markttest
* Média dos 3 primeiros trimestres (último trimestre ainda não disponível) / * Average of the first 3 quarters of 2005 (last quarter not yet available)

In addition, the editorial budgets of almost all its publications were revised and optimized to improve the profitability of each product and of the company as a whole.

Some facts are worthwhile a special mention:

- "Lux" magazine maintained its position in the weekly women segment, closing the gap towards its main competitor. "Lux" last available audience was 3%, which is a slight improvement vs. the previous Bareme wave, and is also higher than audience level one year ago, by the end of 2005;
- "LuxWoman" reinforced its position in the commercial target (ABC1) holding the second position among the monthly women magazines, despite a decrease in its 2006's audiences;
- "Maxmen", the local edition of Dennis Publishing "Maxim" monthly men magazine, remained as the category leader in audiences

overcoming an exceptionally competitive year in its segment, driven by many initiatives and the aggressive launch of a competitor title. Despite the decrease in its audience level, "Maxmen" secured its number one position and maintained during all 2006 a clear advantage vs. its main competitor;

- "Casas de Portugal", a tourism / real estate monthly magazine, recovered the audience level in the last quarter of 2006, recovering from a temporary decrease of its audiences during the year and now stands at a 1.2% average audience;
- Notwithstanding its positive contribution to the growth of the advertising revenues of MCE, "Grazia" magazine was discontinued within its first year of publication as it did not reach the minimum profitability threshold required by the company for its development.

EXPECTED ACTIVITY EVOLUTION FOR 2007

In 2007, MCE activity will be focused on the development of the existing magazine portfolio aiming to improve its profitability levels, and on the continued rationalization of its fixed structure, leveraging it to consider launching additional publications that may arise

as relevant and potentially profitable opportunities.

Additionally, MCE will also do a special effort on capturing new potential customers that regularly edit large circulation magazines or publications for its

newly launched "MC Factory" unit, as it did successfully in 2006 with the titles "Saberes e Sabores" (from the Unilever brand "Vaqueiro"), "T Notícias" (from mobile phone company TMN) or "PT Empresas" (from PT, the main local wireline phone company).

Fale para a rede fixa e diga tudo e mais alguma coisa. Apenas € 4.⁹⁰/mês.

• Entre Talkis é sempre grátis!



iol talki

500 minutos incluídos/mês

www.ioltalki.pt

INTERNET



A rede de "sites" do IOL registou um crescimento de 27% do seu tráfego em 2006 graças ao lançamento de doze novos projectos e à renovação da página de entrada do portal

In 2006, the network of IOL sites increased its traffic by 27% due to a dozen of new projects and a full renovation of the home page of the portal

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2006

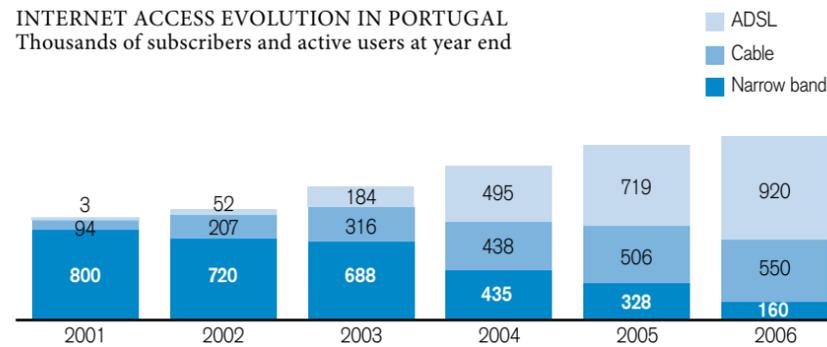
Em 2006, a actividade da MCM e das suas participadas manteve-se totalmente focada no sector da Internet em Portugal. A evolução deste sector em 2006 deu continuidade às duas principais tendências registadas em 2005, nomeadamente o aumento gradual da penetração da Internet e a migração dos utilizadores de serviços de acesso de banda estreita, como o IOL, para serviços de acesso de banda larga. Adicionalmente, confirmou-se a tendência de crescimento do peso do investimento publicitário da Internet, aumentando o peso do segmento no total do mercado em Portugal tal como tem acontecido nos mercados publicitários mais desenvolvidos.

A actividade da MCM em 2006 continuou a estruturar-se em três áreas de negócio



EVOLUÇÃO DO ACESSO À INTERNET EM PORTUGAL Milhares de assinantes e utilizadores activos no final do ano

INTERNET ACCESS EVOLUTION IN PORTUGAL
Thousands of subscribers and active users at year end



Fonte: Anacom, PT, estimativas MCM / Source: Anacom, PT, MC estimates

principais, que partilharam um conjunto de recursos centrais comuns a todas as empresas: (1) a de “edição online”, dentro da qual as empresas MCM e Agefinan

disputaram o mercado de publicidade na Internet com os principais portais nacionais – o Sapo e o Clix – e, adicionalmente, prestaram serviços editoriais aos operadores de comunicações móveis e ao jornal Metro;

- (2) a de “serviços ao consumidor”, que esteve concentrada na MC Telecom, mantendo esta empresa a sua posição como terceiro maior prestador de serviços de acesso de banda estreita em Portugal e como pioneiro da prestação de serviços de VoIP para o mercado residencial;
- (3) a de “directório”, concentrada na empresa Directório IOL (ex-AB Motor), que no final de 2006, promovia a presença na Internet de cerca de 1850 empresas para as quais gerava oportunidades de negócio – de venda de carros, de imóveis ou de serviços – a partir do tráfego atraído recorrentemente pela rede de sites do IOL.

Para além destas três áreas de negócio, a MCM manteve uma presença residual em outras áreas de negócio tais como a venda pela Internet de bilhetes para espectáculos. Estas áreas de negócio de menor dimensão continuaram a ser geridas no contexto da área de “edição online”, para que beneficiem do inventário de publicidade por esta gerado.

ACTIVITY EVOLUTION IN 2006

INCORPORAÇÃO DE NOVOS PROJECTOS NA REDE IOL DURANTE O ANO DE 2006 NEW PROJECT LAUNCHES ON IOL DURING 2006

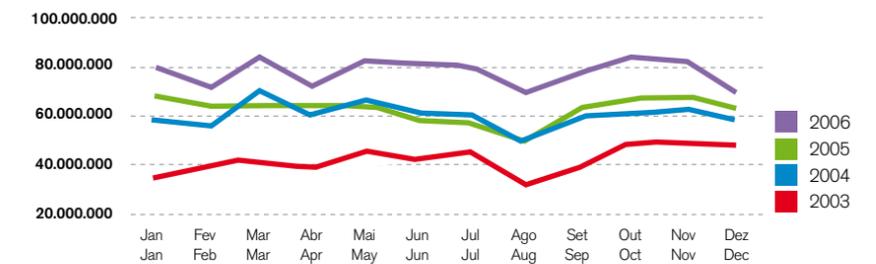


The activity of MCM and its affiliated companies in 2006 remained focused on the domestic Internet sector. The evolution of this sector in 2006 continued to follow the two main trends identified in 2005: the continuous and gradual increase of the internet household penetration and the migration of the narrow band internet accesses, such as IOL, to broadband providers – and particularly, to ADSL based services. There was also a confirmation of the growing market evolution of the advertising investment done in internet, which pushed up the Internet market share in the total advertising market in Portugal, similarly to what happened in the more developed advertising markets worldwide.

In this context, MCM activity in 2006 continued to structure its organization around three main business lines that shared a central resources pool, common to all of them:

1. “Online editing” – the main activity of the business unit, where MCM and Agefin (“Agência Financeira”) sell their online advertising competing with the other national content portals (Sapo and Clix) and also providing editorial services (to mobile operators, to Metro newspaper, etc);
2. “Consumer Services” – carried out by MC Telecom, which remained as the third largest narrowband Internet Access Service Provider and one of the pioneers of residential VoIP services in Portugal;
3. “Directory” – focused on “Directório IOL” (previously “ABMotor”), which by the end of 2006, hosted sites of around 1.850 small businesses, providing them with business leads – sale of cars, houses or services – from the traffic generated by IOL’s network of Internet sites.

TRÁFEGO DOS SITES IOL EM BANNER (VIEWS POR MÊS) IOL SITES TRAFFIC IN BANNER (VIEWS PER MONTH)



Fonte / Source: MCM

**IN 2007 MCM SHOULD COORDINATE
THE WHOLE INTERNET ACTIVITY
OF GRUPO MEDIA CAPITAL BUSINESSES**

Besides these three business lines, MCM also kept a small scale presence in other online segments, such as the online ticket sales. These smaller products and services are managed within the online media, so that they can benefit from the advertising inventory available.

ACTIVIDADE DE “EDIÇÃO ONLINE” EM 2006

Em 2006, entraram em força no mercado Português dois novos concorrentes multinacionais – a MSN e o Google – que vieram disputar a quota dos principais concorrentes nacionais Sapo, Clix e IOL. Se por um lado esta disputa pôs pressão sobre a quota de mercado do IOL, por outro lado a credibilidade destes novos concorrentes permitiu um alargamento da base de clientes e, conseqüentemente, do volume de investimento publicitário captado pela Internet.

Neste contexto, a actividade de “Edição online” da MCM lutou para manter a sua quota no crescente mercado de publicidade na Internet, através de uma maior dinâmica comercial e de esforços orientados para aumentar o tráfego e melhorar a qualidade das audiências da sua rede de *sites*. Apesar do já referido forte crescimento do mercado, e não obstante a informação existente ser limitada e nem sempre fidedigna, a MCM acredita que conseguiu atingir o objectivo de manter a sua quota inicial acima dos 20%, com as receitas de publicidade totais, um crescimento muito forte em 2006.

Os esforços para aumentar o tráfego e melhorar a qualidade das audiências foram concretizados pelo lançamento de 12 novos projectos ao longo de 2006 e

EM 2007 A MCM DEVERÁ COORDENAR AS ACTIVIDADES NA INTERNET DE TODAS AS EMPRESAS DO GRUPO MEDIA CAPITAL

pela renovação da página de entrada do portal IOL.

A combinação destas acções e o dinamismo da equipa editorial permitiram à rede de *sites* do IOL registar um crescimento de 27% do tráfego face a 2005, um valor que é substancialmente superior ao aumento de 4% registado no ano anterior, e que demonstra o interesse crescente dos clientes da rede de *sites* IOL.

ACTIVIDADE DE “SERVIÇOS AO CONSUMIDOR” EM 2006

Em 2006, o negócio de acesso de banda estreita continuou a ser vítima

da migração dos clientes para os serviços de banda larga, registando uma redução total de receitas de 47% face a 2005. Esta queda – em linha com a descida de 44% do ano anterior – foi ainda assim inferior à registada no número de minutos graças à introdução de um aumento de preço a meio do ano.

O negócio de Voz-Sobre-IP (VoIP) ficou abaixo das expectativas iniciais da equipa de gestão da MCM, principalmente a nível do número de utilizadores do “IOL Talki”. Este resultado deveu-se em parte à superioridade tecnológica do principal concorrente Skype – líder mundial com uma boa penetração do mercado Português – e também à rápida reacção e forte promoção por parte do Sapo, o principal operador em Portugal.

ACTIVIDADE DE “DIRECTÓRIO” EM 2006

Em 2006, a actividade de directório viu crescer a sua base de clientes dos 843 aderentes em 2005 para 1852 aderentes em 2006. Cerca de metade destes clientes são do directório geral, sendo esta a área que mais se desenvolveu neste ano, tendo a área de casamentos registado uma duplicação do número de clientes.

“EDITING” ACTIVITY HIGHLIGHTS IN 2006

2006 brought the imposing entry from two major multinational competitors in the Portuguese market – MSN and Google – who came to challenge the market share of the main local players Sapo, Clix and IOL. On the one hand this entry put some pressure on IOL’s market share, but, on the other hand, the credibility of these players helped to increase the number of advertisers willing to invest in Internet as a media, and, thus, helped to increase the total volume of advertising revenues captured by the internet segment.

In this context, MCM “online Editing” activity fought to maintain its share of the growing internet advertising market, through an more dynamic commercial approach and focusing its efforts on increasing traffic and the quality of the audiences provided by IOL’s site network. Despite this internet market increase, and despite the lack of reliable information for the total Internet adspend, MCM believes it has maintained a market share above 20%, in line with its goal, and with total advertising revenues showing an impressive growth in 2006.

MCM efforts to increase its traffic and to improve the audience quality were materialized through the launch of twelve new

content projects during 2006, and also with the redesign of IOL homepage.

The combination of these launches and the drive of the editorial team enabled the network of sites from IOL to show a 27% traffic increase over 2005. This value is well above the 4% increase posted in 2005, which shows the growing interest generated by IOL among its user base.



“CONSUMER SERVICES” ACTIVITY IN 2006

The narrowband Internet Access continued to lose customers due to their migration to broadband service providers, translating into a 47% loss of revenues vs. 2005. This decrease – in line with the 44% decrease in the previous period was nevertheless lower than the decline in minutes thanks to a price increase done at mid 2006.

The Voice-over-IP (VoIP) business was clearly below the initial expectations of the MCM management team, particularly in terms of registered users. This result is partly due to technology superiority of the international and main competitor Skype – the world leader in this type of services, already with an important share in Portugal – and also to the rapid and heavily promoted launch of a similar service by Sapo, the main Portuguese player.

“DIRECTORY” ACTIVITY IN 2006

In 2006 the activity of this business line generated an increase of its customer base from 843 companies in 2005 to 1.852 during 2006. Roughly half of these customers came from the general directory, as this was the area that showed the highest increase in 2006 while the wedding area doubled its number of clients.

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2007

Em 2007 a MCM deverá coordenar as actividades na Internet de todas as empresas do grupo, tal como aconteceu no início do projecto IOL no ano 2000. Com esse fim em vista, no final de 2006 foram redistribuídas as actividades da MCM e das suas participadas por quatro empresas existentes e foi criada uma empresa de raiz.

Assim, em 2007 a MCM resumirá as suas funções ao controlo financeiro e ao desenvolvimento do negócio de Internet. A Agefinan (futuramente Media Capital

Internet) será responsável pela venda de publicidade tanto dos *sites* do IOL e da TVI como também da MC Rádios. Também irá gerir de forma integrada os recursos do Grupo Media Capital dedicados à produção de páginas na Internet e deverá tornar a redacção do IOL na fonte única de produção de informação para todos os *sites* do Grupo. A nova empresa Lúdicodrome (futuramente Editora IOL), terá como missão gerir as marcas IOL, “Maisfutebol”, “PortugalDiário” e “AgênciaFinanceira”, bem como os serviços de

venda de publicidade e a produção de *sites*. A MC Telecom (futuramente IOL Telecom) vai gerir a actividade do IOL relacionada com as telecomunicações (acesso banda estreita, “IOL Talki” e “correio IOL”). A Unidivisa (futuramente Serviços IOL) concentrará a actividade de “Serviços ao consumidor” do IOL fora do sector das telecomunicações (comércio electrónico e “Cartão Valor”). O Directório IOL (futuramente IOL Negócios) será responsável pela actividade de “Serviços a empresas” do IOL.

EXPECTED ACTIVITY EVOLUTION FOR 2007

In 2007 MCM will most likely coordinate all the Internet activities from all business units of Grupo Media Capital, as was the initial vision when the Internet business was launched in 2000. With this in mind, MCM activities were redistributed among its four existing companies and an additional company was created in 2006.

In this context, MCM will focus its activity in 2007 on the financial control and on the overall development of the whole Internet business unit. “Agefinan” (soon to be called

“Media Capital Internet”) will be responsible not only for the sale of advertising space for all IOL sites but also from those of TVI and MCR. It will also manage in an integrated way all the resources from Grupo media Capital that manage its web pages and sites, transforming IOL’s editorial staff into the only source of information for all the sites of the Group. The new “Lúdicodrome” (soon to be named “Editora IOL”) will be in charge of managing the IOL, “Maisfutebol”, “PortugalDiário” and “AgênciaFinanceira” brands and domains. “MC Telecom” (soon

to be renamed “IOL Telecom”) will run all telecom related activities within IOL (i.e. narrow band access; “IOL Talki” and “IOL Mail”). “Unidivisa” (soon to be called “Serviços IOL”) will aggregate all consumer services outside the telecom area within IOL (currently e-commerce and “Cartão Valor”). “Directório IOL” (soon to be renamed as “IOL Negócios”) will be responsible for the area of providing B2B services to clients.



OUTDOOR

A MCO cresceu
claramente
acima do mercado
e ganhou quota
também no
seu segmento
do outdoor

MCO grew
its revenues above
the market growth
and increased
its market share
in the outdoor
segment



EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2006

2006 foi um ano positivo para o mercado de publicidade outdoor, pois os principais indicadores apontam para um crescimento na ordem de três a cinco por cento, face a um crescimento total do mercado publicitário praticamente residual (claramente inferior a 1%), o mais baixo crescimento nos últimos quatro anos.

A Media Capital Outdoor, com um crescimento anual das receitas de cinco por cento, apresentou em 2006 uma *performance* superior ao total do segmento Outdoor. Este crescimento verificou-se essencialmente no primeiro semestre, enquanto no segundo semestre se verificou uma desaceleração de investimentos, principalmente do sector de telecomunicações, em parte devida ao envolvimento dos principais anunciantes deste sector em operações de bolsa ainda em curso.

Em termos de margens operacionais, verificou-se um aumento de EBITDA dos €1,5 milhões para os €1,8 milhões, o que representa um crescimento de 17%. Ainda assim, este crescimento ficou abaixo das expectativas iniciais devido à necessidade de incorrer em certos custos pontuais que têm principalmente a ver com as indemnizações associadas a uma reestruturação da empresa implementada no final do ano.

Apesar do crescimento do mercado de publicidade exterior em 2006, a Media Capital Outdoor conseguiu consolidar a sua posição de segundo operador no



segmento, reforçando a qualidade e credibilidade dos seus produtos, otimizando a relação com os seus clientes e proporcionando um nível de serviço cada vez mais elevado – factor que se revela cada vez mais importante num segmento tão competitivo.

Os principais pontos que caracterizaram a actividade da MCO em 2006 foram os seguintes:

A nível dos produtos e da oferta da empresa:

- Entrada em funcionamento dos novos suportes de autocarros – um sistema com um nível de qualidade incomparável com o anterior, tendo como principal vantagem a possibilidade de reutilização de materiais por parte dos clientes;
- Continuação do alargamento do parque de mupis no Grande Porto, com a entrada em funcionamento de novas estações do Metro do Porto;

- Constante melhoria das redes de 8x3 tanto em termos de suporte, como da distribuição geográfica;
- Início do estudo de audiências, com a Marktest, para a MCO TV.

A nível da organização e forma de funcionamento da empresa:

- Reorganização operacional da empresa, no final do ano, para a chamada “estrutura básica necessária”, garantindo sempre o melhor funcionamento da mesma;
- Aproveitamento de equipas internas para afixação e controlo de mupis e autocarros, reduzindo substancialmente custos e, paralelamente, garantindo um nível de qualidade superior;
- Renegociação com praticamente todos os fornecedores da MCO, cujo resultado final foi uma descida substancial dos seus custos.

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2007

Para o ano de 2007, as estimativas das diferentes centrais de compras apontam para um crescimento do mercado publicitário total que poderá chegar aos quatro por cento em termos nominais – um valor significativamente superior a 2006. No segmento Outdoor, este valor pode mesmo ser superior, o que permite encarar o ano de 2007 com algum optimismo. Este

será também o ano em que se sentirá, ao nível das receitas, o efeito total das alterações dos suportes da publicidade nos autocarros, à medida que o mercado reagir às suas novas potencialidades e também um ano em que a equipa comercial terá um especial enfoque na comercialização da decoração de veículos de transportes públicos.

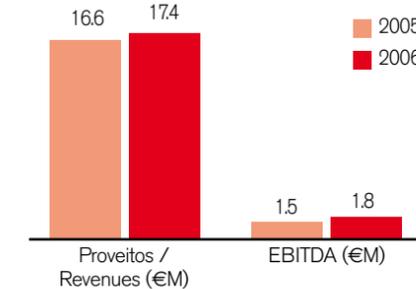
Em termos de resultados, a reestruturação de pessoal da MCO, a renegociação com fornecedores, a utilização de equipas internas de afixação, a constante melhoria dos seus suportes e o profissionalismo e motivação da equipa comercial são todas razões para que em 2007 se atinjam níveis de EBITDA significativamente superiores aos de 2006.

ACTIVITY EVOLUTION IN 2006

2006 was a positive year for outdoor advertising as the numbers known to date point towards an increase of 3% to 5% vs. 2005, which compares to a total estimated advertising market growth of less than 1% – the lowest growth rate in the last four years.

Media Capital Outdoor (MCO) showed a 5% revenue growth in 2006, probably above the performance of the outdoor segment. This growth was primarily achieved in the first half of the year, while the second half saw a slower pace of the advertising levels, mainly in the telecom sector, where some of the main players are still involved in a mergers and acquisitions.

In terms of operational margin, MCO had an increase of its EBITDA from €1.5 million to €1.8 million, a 17% improvement but this growth was below the initial expectations of the company as it was affected by some one-shot costs – mainly related to a organiza-



tion restructuring done in the last quarter of 2006.

Despite the market growth of the outdoor segment, MCO was able to consolidate its place as the second player in the segment, reinforcing the quality and credibility of its products, optimizing the relations with its customers and delivering an higher service level – a critical factor in such a competitive environment.



EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2007

The forecasts from the main media buyers and agencies point towards a total market growth as high as 4% for 2007 – a much higher value than that posted in 2006. In the outdoor segment this value may even be higher, which provides some degree of optimism to MCO goals. In 2007 some of the changes done in the buses supports will start to show its im-

act, as the market becomes more aware of them and the advantages they provide. This will also be a year where the focus of the sales team will focus particularly in the sales of this renewed product as well as in a push to increase the sales of the fully decorated public transportation vehicles – a format with a high impact but still underdeveloped.

The main aspects of MCO activity in 2006 were as follows:

Regarding its products and offer:

- Roll-out of the new bus supports – a system that clearly delivers higher quality than the previous format and has the advantage of enabling to reusing the materials produced for the clients;
- Further development of the “Mupis” network in the greater Oporto region, mostly due to the new metro stations that were open in the “Metro do Porto” subway lines;
- A constant improvement of the billboard networks, both in terms of support quality and also of the overall geographical distribution and coverage;
- The start of an audience measurement program, in cooperation with Marktest, for MCO TV.

Regarding the organizational and its internal processes:

- MCO did an operational reorganization of its structure late in 2006 evolving to the new “basic required structure”, now in place, that will be easier to operate while ensuring continuous improvement of service levels;
- A more accurate management of the teams assigned to the placing and monitoring of the campaigns in the “Mupi” and bus networks, bringing down significantly those costs while delivering an higher service quality level;
- Renegotiations with nearly all MCO suppliers, which resulted in a significant decrease of its costs.

In terms of its overall results, MCO's expects that the combination of the restructure done in 2006, the renegotiation with its suppliers, the use of external affixation teams, the constant improvement of its products and the professional and committed approach of its Sales team will provide MCO with strong reasons to believe in a significantly higher EBITDA level in 2007 than in the previous year.



RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Os projectos apoiados pelas empresas do Grupo Media Capital angariaram em 2006 mais de um milhão de euros

The projects supported by the companies from Grupo Media Capital raised over a million euros in 2006

PRINCÍPIOS E VALORES

O Grupo Media Capital, com uma forte presença na maioria dos segmentos de media em Portugal, está fortemente empenhado no desenvolvimento sustentado da comunidade que integra. Sabendo do seu impacto junto da socie-

dade portuguesa e beneficiando da vasta audiência dos seus meios de comunicação, o Grupo Media Capital pretende contribuir para a divulgação e tomada de consciência da população portuguesa em relação a causas sociais específicas.

Deste modo, o Grupo Media Capital tem um papel importante não apenas na angariação de fundos, mas também no aumento da credibilidade e visibilidade dos projectos seleccionados.

1. PROJECTOS SOCIAIS

O Grupo Media Capital tem desenvolvido, implementado e apoiado diversos projectos e iniciativas de interesse social, no âmbito da sua Política de Responsabilidade Social, como sejam:

- Solidariedade e projectos de apoio social;
- Promoção de cultura, arte, educação e valorização do património;
- Fomento de voluntariado para apoio a causas sociais entre os colaboradores do Grupo.

Em 2006, as iniciativas sociais apoiadas pelo Grupo Media Capital angariaram mais de €1 milhão e a sua contribuição directa para projectos na sociedade/comunidade atingiu mais de €5,1 milhões (valorizados a preços de tabela), feitos através da cedência de espaço publicitário.

a. SOLIDARIEDADE E PROJECTOS DE APOIO SOCIAL

A TVI e a MCR recorrem quer a iniciativas já existentes, quer ao desenvolvimento de novos formatos, bem como a campanhas de publicidade para atingirem os objectivos propostos em cada projecto, envolvendo geralmente as caras mais conhecidas do Grupo para aumentar a sua visibilidade e impacto.

- **“Missão Sorriso 2006”** – A TVI manteve em 2006 a parceria com a Modelo Continente na “Missão Sorriso”, uma iniciativa natalícia que pretende providenciar equipamento para hospitais pediátricos. A iniciativa angariou €760 mil

em 2006, a adicionar aos €1,3 milhões angariados nos últimos três anos e o número de hospitais abrangidos aumentou de 19 para 25. Em 2006, além da venda do pacote habitual que contém Livro e CD (doação de €1 por cada unidade vendida), foi vendido também um DVD (doação de €4 por cada unidade vendida).

- A campanha publicitária envolveu diversas caras conhecidas da TVI e a divulgação desta iniciativa foi feita em *talk-shows*, Noticiários e em três espectáculos especiais: dois deles foram transmitidos em directo de Hospitais Portugueses e foi também emitida uma gala em *prime time*.

- **“Canta por Mim”** – O maior programa de entretenimento do quarto trimestre na TVI foi um concurso musical em que 36 celebridades, apoiadas por músicos profissionais, participaram apoiando cada uma delas uma determinada causa. O objectivo, um prémio de €100 mil, foi oferecido à causa apoiada pela celebridade vencedora. Apesar de haver um vencedor, a maioria das outras 35 causas receberam apoios e viram alguns dos seus problemas resolvidos através do apoio de diversas instituições públicas e privadas.

- **“Heróis por uma Causa”** – No Verão, a TVI juntou-se ao Intermarché numa campanha social, apoiada pelo Ministério da Administração Interna, para obter fundos para doar 16 veículos de combate ao fogo a 16 Corporações de

Bombeiros por todo o país. Mais uma vez, a acção mobilizou os esforços dos colaboradores da estação, terminando com um grande programa de entretenimento.

- **“Uma Casa para o Fábio”** – No *talk-show* diário matinal “Você na TV” quase diariamente são abordados problemas sociais e pessoais específicos. Em 2006, o programa lançou ainda o desafio de reunir os materiais e serviços necessários para construir uma casa nova para o Fábio, uma criança de 6 anos com graves problemas de saúde. Este caso sensibilizou o público da TVI e o objectivo foi alcançado.

- **“Quem Quer Ganha”, edições especiais** – Em períodos de eventos especiais, este programa diário de *Call TV* convidou celebridades a participarem e os prémios pecuniários foram doados a sete instituições sociais escolhidas de antemão.

- **Media Capital Rádios** – Ao longo do ano, os formatos principais das rádios da Media Capital, assistidas por alguns portugueses famosos, coordenaram diversas campanhas de contribuição para várias organizações de caridade, como sejam a Fundação Gil (Rádio Comercial), Casa Sol, Casa Cedofeita (Rádio Clube), Banco Alimentar (Cidade FM). A Rádio Comercial tem organizado ainda, de um modo regular, sessões exclusivas de estreia de filmes para crianças de instituições de caridade.

PRINCIPLES AND VALUES

Grupo Media Capital, with a strong presence in most market segments of the media market in Portugal, is deeply committed to the sustained development of the community it integrates. Aware of its impact in the Portuguese

society and benefiting from its media companies’ vast audiences, Grupo Media Capital intends to contribute to an increasing consciousness of the Portuguese to specific social causes. Accordingly, Media Capital has an

important role not only in fundraising but also in lifting the credibility and visibility of the selected social projects.

1. SOCIAL PROJECTS

Grupo Media Capital has been developing, implementing and supporting different projects and initiatives of social interest, within the framework of its Social Responsibility Policies:

- Solidarity and social support projects
- Promotion of culture, art, education and valuation of patrimony
- Promotion of employee’s volunteer support to social causes

During 2006, the initiatives supported by the Group raised over €1 million and its direct contribution to projects in the society/community amounted to more than €5.1 million (at Gross Value) in advertising space.

a. SOLIDARITY AND SOCIAL SUPPORT PROJECTS

TVI and MCR leverage both on existing initiatives, as well as on the development of new formats, and advertising campaigns, in order to achieve the proposed goals of each project, usually involving the Group’s celebrities to maximize visibility and impact.

- **“Missão Sorriso 2006”** – in 2006 TVI continued the partnership with Modelo Continente on “Missão Sorriso”, a Christmas initiative that provides equipment for paediatric hospitals. This initiative raised €760 thousand in 2006, which add to the €1.3 million already raised in the last three years. The number of benefiting hospitals rose from 19 to

25. In 2006, beyond the sale of the usual book and CD (for each unit sold €1 was raised), also a DVD’s were sold (each unit contributing with €4).

- The advertising campaign involved some of TVI’s celebrities being the initiative also advertised in *talk-shows*, in the news and on three special shows: two of them broadcasted live from Portuguese hospitals and a prime time gala.

- **“Canta por Mim”** – The major Entertainment Program of TVI’s 4th Quarter was a Music contest where 36 celebrities, assisted by music professionals, competed for a specific cause. The objective, a prize of €100.000, was offered to the cause sponsored by the winner celebrity. Although there was only a winner, most of the other 35 causes received help and saw some of their problems solved by the public or civil institutions.

- **“Heróis por uma Causa”** – During Summer, TVI joined Intermarché in a social campaign, sponsored by the Internal Administration Ministry, to raise funds to offer 16 fire-combat vehicles to 16 different Firemen Corporations. The communication campaign used key “stars” of TVI programs and culminated with a special entertainment program during a week-end afternoon.

- **“A House for Fábio”** – In the daily morning talk-show “Você na TV”, specific social and people’s problems are almost daily part of its content. On top of this, in 2006, the program launched the challenge of gathering all necessary materials and services to construct a new house for Fábio, a 6 year old boy with health problems, and his family. This cause touched TVI’s audience’s heart and the objective was achieved.

- **“Quem Quer Ganha”, special editions** – In special event periods, this daily Call TV program invited celebrities to participate and the cash prizes were donated to seven pre-defined social institutions.

- **Media Capital Rádios** – Along the year the main formats of MCR, assisted by some Portuguese celebrities, coordinated various contributions to charities such as Fundação Gil (Rádio Comercial), Casa Sol, Casa Cedofeita (Rádio Clube) and Banco Alimentar (CidadeFM). Furthermore Rádio Comercial regularly organizes the premiere of films exclusively for children of charity institutions.

• **Media Capital Outdoor** – A MCO apoiou diversas campanhas de divulgação cultural, bem como campanhas de sensibilização para a utilização dos transportes públicos, prevenção rodoviária e protecção animal, com abertura total para a realização de parcerias em campanhas humanitárias como as de combate à sida ou ao cancro.

• **Media Capital Multimédia** – O IOL envolveu-se com o projecto “Céu aberto” para o qual criou a página na Internet e desenvolveu, durante o período de Natal, uma campanha de promoção e angariação de fundos para ajudar a concretizar este projecto de acolhimento de crianças em risco.

• **Media Capital Edições** – A MCE desenvolveu durante 2006 uma iniciativa na revista Grazia, chamada “Mala Solidária”, em que parte das receitas de um concurso que envolveu as leitoras foi entregue a sete instituições e projectos de solidariedade social.

b. PROMOÇÃO DA CULTURA, ARTE, EDUCAÇÃO E VALORIZAÇÃO DO PATRIMÓNIO

• A TVI tem-se constituído, por ventura, como um dos mais fortes patrocinadores da difusão da língua e cultura portuguesas, transmitindo programas nacionais falados em português das 7 da manhã até à meia-noite (horário de maior visibilidade), 5 dias por semana.

• A TVI é também o maior dinamizador do teatro português quer através da aquisição de direitos de transmissão televisiva quer como patrocinador publicitário.

• Nos últimos seis anos, a TVI teve também um papel fundamental no desenvolvimento da indústria audiovisual em Portugal. Em 2006, a TVI transmitiu cerca de 800 horas de ficção nacional produzida pela NBP (empresa detida em 60% pelo Grupo Media Capital). Todas as novelas transmitidas pela TVI abordam problemas de saúde, sociais e culturais específicos, com fins comunicacionais e educativos.

• Em 2006, a TVI voltou a cumprir e ultrapassar todas as obrigações previstas no Protocolo de Serviço Público (vide ponto 2.a abaixo), designadamente na disponibilização de espaço de comunicação ao Instituto do Cinema e Audiovisual (foram promovidas 15 obras cinematográficas), programação com suporte em linguagem gestual (215 horas de emissão) e programação em língua portuguesa com legendagem adicional através de teletexto (496 horas de emissão). Também no âmbito deste Protocolo, continuou em antena o programa “Todos Iguais”, um magazine semanal com conteúdo dirigido a pequenos segmentos populacionais, tendo também a programação cultural continuado com o seu espaço próprio, através da emissão regular de peças de teatro e do magazine das artes e espectáculos “Cartaz das Artes” que vai no seu terceiro ano de emissão.

• Para além da TVI, também a NBP tem mantido uma contribuição muito significativa para o desenvolvimento de centenas de novos profissionais no sector de audiovisual em Portugal. Esta contribuição passa pela formação de actores e guionistas, para além de gestão de guarda-roupa, produção de cenários e melhoria generalizada nas áreas técnicas de direcção, produção e edição de ficção, tencionando, inclusive, aumentar a actividade a nível internacional e assim divulgar a língua e ficção portuguesas.



• A Rádio Comercial e o Rádio Clube Português apresentam numa base regular (diária ou semanalmente) agendas culturais nas áreas de teatro, música e outras artes.

• Em 2006, o Rádio Clube Português organizou diversos fóruns de discussão regulares sobre assuntos sociais, nos quais um vasto painel de participantes, na sua maior parte personalidades de relevo, interagiu e informou o público. Nas eleições presidenciais, uma emissão diária foi na sua totalidade dedicada a este acto eleitoral.

• A Cidade FM promoveu junto da sua audiência alvo (15-24 anos) diversas actividades desportivas e musicais como, por exemplo, a “Expo Viva em Forma” (diversos desportos indoor), “Pro Junior 2006” (evento de surf), “Cidade FM Move Ya Body” (concerto destinado à promoção de novas bandas portuguesas).

• Durante o Campeonato Europeu de Futebol de Sub21 foi criada uma rádio online específica em AM, que contou com a colaboração de diversas personalidades, sobretudo do mundo do futebol, para apoiar a equipa nacional.

c. MEDIDAS DE VOLUNTARIADO DENTRO DO GRUPO

O Grupo Media Capital promove anualmente campanhas internas de doação de sangue e de medula óssea entre os seus colaboradores.

• **Media Capital Outdoor** – MCO has supported many cultural campaigns and promoted others to increase the public transports’ usage, to prevent car accidents, animal protection, and is totally receptive to participate on humanitarian campaigns as the fight against Aids or cancer.

• **Media Capital Multimédia** - IOL supported the “Céu aberto” project, for which it created a home page and developed, during the Christmas season, an online promotional and fundraising campaign to support this housing children project.

• **Media Capital Edições** – MCE developed through its magazine Grazia “Mala Solidária”, a social initiative where a part of the revenues generated by a contest was allocated to seven different social support projects.

b. PROMOTION OF CULTURE, ART, EDUCATION AND HERITAGE PRESERVATION

• TVI has become one of the strongest sponsors of the “Portuguese language and culture” diffusion, broadcasting Portuguese spoken and produced TV content from 7 a.m. until midnight (higher reaching slots), on weekdays.

• TVI is also the main sponsor of Portuguese Theatre, through the acquisition of broadcast rights for television and advertising support (as sponsor).

• During the last 6 years, TVI has been a key contributor to the development of audiovisual industry in Portugal. In 2006, TVI broadcasted circa of 800 hours of local fiction produced by NBP (60% owned by MC Group). All TVI soaps refer, for communicational and educational purposes, specific health, social and cultural problems.



• In 2006, TVI once again more than complied with the Public Service Protocol’s obligations (see point 2a below), namely granting airtime to the “Instituto do Cinema e Audiovisual” (15 cinematographic works were promoted), broadcasting programs with sign language support (215 hours of transmission) and in Portuguese language with additional teletext subtitles (496 hours of transmission). Also within the scope of this protocol, TVI continued to air “Todos Iguais”, a weekly magazine with specific content for small population segments, and cultural programs like regular emission of theatre plays and the art and show business magazine “Cartaz das Artes”, which is in its third year of emission.

• NBP has having a very important role on the development of hundreds of new professionals in the audiovisual sector in Portugal, through the training of actors and screenwriters and in areas like wardrobe management and set production: It also contributed to a generalized improvement in the technical areas of directing, producing and editing of fiction. NBP also wants to increase its activity at an international level, promoting Portuguese language and culture.

• Rádio Comercial and Rádio Clube both present on a regular (daily or

weekly) basis cultural agendas covering happenings in the area of theatre, music or arts.

• Rádio Clube regularly organizes discussion forums dealing with social issues in which a broad range of participants, mostly well-known and relevant personalities, interact and inform the public. At the time of the Presidential Elections a full day emission was dedicated to the event.

• Rádio Cidade promoted various sports and musical activities within its target (15-25yrs) such as “Expo Viva em Forma” (various inside sports), “Pro Junior 2006” (surf event), “CidadeFM Move Ya Body” (concert promoting new Portuguese bands).

• During the European football championship/Junior championship a special online and AM radio was created with the cooperation of several well-known Portuguese from football and other areas to support the Portuguese teams.

c. VOLUNTEER INITIATIVES WITHIN THE GROUP

Grupo Media Capital promotes internal Blood and bone marrow donation campaigns among its employees.

2. CONTEÚDOS RESPONSÁVEIS

Mais do que limitar-se apenas a cumprir a regulação aplicável às actividades de media em Portugal, o Grupo Media Capital tem promovido proactivamente a adopção das melhores práticas internacionais no sector. Nesse sentido, é de destacar a iniciativa da TVI no que concerne à adopção de uma política de auto-regulação na classificação de programas desde Outubro de 2005 (vide ponto b. abaixo), precedendo o sistema comum de classificação de programas de televisão adoptado em Setembro de 2006 pelos três canais de televisão generalistas.

TVI

a. Protocolo de Serviço Público

Em Setembro de 2003, o Governo português, o canal de televisão público RTP e os dois canais privados SIC e TVI assinaram um Protocolo de Serviço Público com o objectivo de garantir o cumprimento de determinadas obrigações de serviço público nos canais privados, como por exemplo:

- i) Apoio publicitário aos projectos do Instituto do Cinema e Audiovisual;
- ii) Investimentos mínimos em produção independente;
- iii) Transmissão de adaptações de ficção literária portuguesa;
- iv) Transmissão de programas culturais e dedicados a minorias;
- v) Utilização de linguagem gestual e legendagem para os deficientes auditivos.

Os 3 canais obrigaram-se a enviar relatórios bimensais aos participantes, os quais serão avaliados duas vezes por ano por pessoa independente e credível, nomeada pelo Governo.

b. Sistema de classificação de programas de televisão

Numa óptica de responsabilidade social e de protecção dos menores e outros públicos sensíveis, a TVI iniciou em Outubro de 2005 um sistema próprio de classificação dos seus programas com cinco limites de idade em conjunto com recomendação

parental. O *rating* dos programas é definido por uma comissão interna multidisciplinar, baseada na análise objectiva de oito critérios diferentes (tema geral, violência, nudez, sexo, linguagem, comportamentos perigosos, drogas/álcool ou indução de medo).

Todos os programas da TVI, à excepção dos serviços noticiosos, são classificados internamente e têm indicação no ecrã acerca dos limites de idade recomendados. Os noticiários são precedidos por um aviso destinado aos pais ou a outros adultos responsáveis pela educação de crianças acerca de eventuais conteúdos de natureza violenta.

Com base nesta experiência, reconhecida de forma positiva pelos principais agentes do mercado televisivo, este projecto de auto-regulação foi reforçado através da assinatura, em Setembro de 2006, de um acordo entre as três televisões generalistas (RTP, SIC e TVI) que proporcionou um sistema comum e unívoco de classificação de programas de televisão para os três operadores, facilitando-se a comunicação dos limites de programação à grande maioria dos espectadores. Esta política é muito semelhante à política previamente definida pela TVI e define quatro limites de idade, baseados na análise dos oito critérios acima referidos.

c. Estatuto Editorial

Este documento apresenta a missão da TVI, definindo-a como uma empresa de comunicação, independente, com o objectivo de informar e providenciar entretenimento para todas as pessoas de todas as idades, orientada por padrões de qualidade. Destaca ainda a forte ligação com a cultura e a língua portuguesas, sem descurar o seu objectivo de contribuir para um entendimento mútuo multicultural a nível global. Numa perspectiva humanista, orienta-se por valores como a liberdade, a solidariedade e a paz, valorizando, acima de tudo, a honestidade, a justiça e o respeito pelo espectador.

d. Lei da Televisão

De acordo com a Lei Portuguesa (respeitando as Directivas Comunitárias), a TVI está obrigada a transmitir tempos mínimos percentuais de produções europeias, produções independentes europeias, programas em língua portuguesa e em língua original portuguesa. Estas obrigações são controladas pelo regulador independente ERC (Entidade Reguladora da Comunicação Social). A TVI tem cumprido regularmente com todas as suas obrigações.

MCR

a. Estatuto Editorial

Reuniões abertas regulares e participativas entre o director de programas e a sua equipa estão na base da programação. A independência jornalística e estatutos editoriais estão definidos no Estatuto do Jornalista, regulado por lei. Adicionalmente, um regulamento interno define outros aspectos, como sejam a incompatibilidade com outras funções, conflitos de interesse, respeito, privacidade e dignidade da pessoa entrevistada e fontes de informação. Na MCR existe ainda um Conselho de Redacção que actua como uma salvaguarda para garantir o cumprimento dos aspectos acima referidos.

b. Lei da Rádio

O mercado português de rádio é regulado por Lei, que estabelece regras a nível da frequência dos serviços noticiosos, do tipo de conteúdo (conteúdo local em rádios locais), da percentagem de música portuguesa e das restrições do tempo máximo de publicidade. Estas obrigações são monitorizadas pela ERC (Entidade Reguladora da Comunicação Social) e integralmente cumpridas pela MCR.

2. RESPONSIBLE CONTENTS



More than strictly following the existing regulation applicable to the media activities in Portugal, Grupo Media Capital has been proactively promoting the adoption of the sector's international best practices. In that sense, it is worth mentioning the TVI's initiative of adopting a program age rating policy, since October 2005. This self-regulation policy preceded the common program age policy agreed in September 2006 by the three FTA channels.

TVI

a. Public Service Protocol

In September 2003, the Portuguese Government, the Public Television (RTP) and the two Private Televisions (SIC and TVI) signed a Public Service Protocol in order to guarantee the implementation of certain public service obligations in the private channels, such as:

- i) Advertising support to the projects from the "Instituto do Cinema e Audiovisual";
- ii) Minimum investments in independent production;
- iii) Transmission of adaptations of Portuguese literary fiction;
- iv) Transmission of cultural programs dedicated to minorities;
- v) Use of sign language and subtitles for the hearing impaired.

The three channels committed to send bi-monthly reports to the participants, which will be reviewed twice a year by an independent and credible person, appointed by the government.

b. Program Age Rating Policy

In light of Social Responsibility and minor and sensitive targets protection, TVI initiated in 2005 its Age Rating Policy Program via recommendation of 5 age limits together with parental advice. Program rating is defined by an internal multi-disciplinary Commission based on the objective analysis of eight different criteria (general subject, violence, nudity, sex, language, dangerous behaviour, drugs/alcohol or fear inducement).

All of TVI's programs, with the exception of news programs, are internally classified and have an on-screen indication about the recommended age groups. News programming is preceded by a warning directed at parents and other adults responsible for the education of children about the possibility of content of a violent nature.

Based in this experience, positively viewed by the main television players, this self regulatory project was reinforced through the signature, in September 2006, of an agreement between the three generalist Portuguese TV stations (TVI, RTP and SIC). It defines a Common Program Age Rating Policy which makes easier the perception of the programming limits for the majority of viewers. This policy is very similar to previous TVI's policy, and defines 4 age limits, based on the analysis of the above-referred 8 criteria.

c. Editorial Status

This document states the mission of TVI, defining it as an independent media company, with the purpose of informing, and providing entertainment for all genres and ages, always searching for the best possible quality. It also states the deep links with the Portuguese culture, notwithstanding its aim of contributing for a mutual multicultural understanding of the world. From a humanist perspective, it strives, for freedom, solidarity and peace, whilst valuing above all honesty, fairness and respect towards the viewer.

d. Television Law

According to the Portuguese Television Law (following EC Directives), TVI is obliged to broadcast minimum time percentages of European production, European independent production, Portuguese language and original Portuguese language programs. These obligations are now controlled by the independent regulator ERC- Entidade Reguladora da Comunicação Social. TVI has accomplished all its obligations.

MCR

a. Editorial Status

Programming is based in open, regular and participative meetings between the program director and its staff.

Journalistic independence/editorial statutes, is in first place set out in the Journalist Statute, regulated by law. Furthermore, an internal guide lays down further aspects such as incompatibility with other functions, conflict of interest, respect, privacy and dignity towards the persons interviewed and information sources. A Journalist Council (Concelho de Redacção) also functions as a safeguard for ensuring compliance with the aforementioned issues.

b. Radio Law

The Portuguese radio market is regulated by law, which imposes the news frequency and content (local content for local radios), amount of Portuguese music and restricts the amount of minutes of publicity. The obligations are followed by MCR and controlled by the Media Regulator (ERC).

3. PROMOÇÃO DE PRINCÍPIOS HUMANITÁRIOS

- Existe no Grupo Media Capital uma política de não discriminação e garantia de condições sociais e de trabalho igualitárias na admissão de recursos humanos, sendo o mérito pessoal o critério exclusivo para selecção.
- As promoções orientam-se por normas e políticas internas, baseadas na participação e no mérito, mediante um processo de avaliação de desempenho devidamente estruturado e comunicado.
- As empresas do Grupo cumprem escrupulosamente as leis e regulações em matéria de privacidade e confidencialidade, nomeadamente no que se refere a questões de segurança como sejam as áreas de acesso controlado.
- A MCR solicitou a uma empresa de advogados especializada a elaboração de uma auditoria na área de Recursos Humanos, visando a certificação do cumprimento das normas e regulamentos e a sugestão de potenciais melhorias.
- Na TVI existem normas detalhadas no que respeita à Dignidade Humana e privacidade nos programas noticiosos, de acordo com os princípios estabelecidos nos Estatutos Editoriais e nas Bases Programáticas da Plataforma Comum dos conteúdos informativos nos meios de comunicação.
- As normas internas neste domínio são igualmente aplicadas pelo Grupo na selecção de entidades subcontratadas ou fornecedoras.
- Assumindo a sua responsabilidade na formação de futuros profissionais numa empresa de Comunicação Social, a TVI acolheu, em 2006, 70 estagiários para trabalhar nas direcções de Informação, Programas, Marketing, Multimédia e Produção e Emissão, abrangendo estudantes de cursos de Comunicação Social e de Marketing, provenientes da Universidade Católica Portuguesa, da Universidade Fernando Pessoa (Porto), da Escola Superior de Coimbra, do ISCEM, do CENJOR, e das Escolas Profissionais ETIC, EPCI e MAGESTIL, entre outras.
- A par deste acolhimento de estagiários, a TVI concede anualmente um Prémio ao aluno melhor classificado do 4º ano de Comunicação Social da Universidade Católica Portuguesa, que consiste num estágio remunerado, com a duração de seis meses.
- Também a MCE promove a integração de estudantes do ensino superior no mercado de trabalho através da facilitação de visitas de estudo e da oferta de oportunidades de estágio a alunos de diversas universidades, dentro das quais este ano se contou com participação da Universidade Independente e do Instituto Politécnico de Setúbal (Escola Superior de Educação).

4. DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS

- As empresas do Grupo têm reuniões regulares, comunicando e promovendo a carreira profissional e planos de desenvolvimento dos seus empregados.
- É enviada regularmente para os accionistas informação regular acerca do desempenho das empresas do Grupo e das suas actividades. Em 2006, além da informação incluída no Relatório e Contas do Grupo Media Capital e de outros 23 comunicados oficiais, foi enviada também mensalmente para os accionistas informação sobre a performance das audiências de televisão em Portugal.
- O acompanhamento diário das campanhas de publicidade e o *feedback* para os clientes são um procedimento normal das empresas do Grupo.
- A TVI tem um serviço de chamadas integrado no seu Departamento de Relações Externas, disponível das 7.30 até às 00.00 para receber comentários públicos, reclamações e sugestões. Em 2006, as mais de 30 000 chamadas telefónicas atendidas e as cerca de 7000 cartas recebidas dos seus espectadores, tiveram todas o devido acompanhamento.
- A satisfação dos stakeholders da MCR é medida pelos objectivos definidos no seu Balanced Score Card, através do controlo regular dos seus resultados.

3. PROMOTION OF HUMANITARIAN PRINCIPLES

- In Grupo Media Capital there is a strict non discrimination policy in human resources admissions. Selection criteria are based exclusively on personal merit.
- Promotions follow internal norms and policies and are based in participation and merit, taking into consideration a structured and transparent evaluation process
- Grupo Media Capital's companies strictly follow the laws and regulations on the matter of privacy and confidentiality, namely concerning security issues such as monitored areas.
- MCR, at its request, invited a specialized lawyers' firm to perform an audit in the human resource area to certify compliance with rules and regulations and suggest improvements.
- In TVI there are detailed guidelines concerning respect for Human Dignity and privacy on the news programs, according, namely, to the principles established by the Editorial Statute and Programmatic Bases of the Common Platform of News Contents of the Media.
- The internal rules in this field are equally applied throughout the group to the selection of subcontractors and suppliers.
- Assuming its responsibility in the training of future media professionals, in 2006 TVI took in 70 interns to work in various departments (i.e. Information, Programming, Marketing, Multimedia, Production and Emission). These came from Social Communication and Marketing courses from many universities (i.e. Universidade Católica Portuguesa, Universidade Fernando Pessoa (Oporto), Escola Superior de Coimbra, ISCEM, CENJOR, Escolas Profissionais ETIC, EPCI e MAGESTIL).
- Furthermore, TVI annually grants a six months paid internship, to the best student of the 4th year of the Social Communication course of Universidade Católica Portuguesa.
- MCE also promotes the professional integration of university students, offering local visits and internships to students of different universities; both "Universidade Independente" and "Instituto Politécnico de Setúbal (Escola Superior de Educação)" were included in this year's program.

4. STAKEHOLDER DIALOGUE

- Grupo Media Capital's companies conduct regular meetings and promote professional career and development together with their employees.
- Information on the group companies' performance and activities are regularly sent to shareholders. In 2006, besides the information included in MC's 2005 Annual Report and 23 public official reports, monthly television audience's performance were attended, and circa 7.000 letters were received from its viewers all of which had specific follow-up.
- Daily follow-up of campaigns and its regular feed-back to clients are part of formal procedures of the Group.
- As part of External Relations Department, TVI has a call service available from 7.30 am until 00.00 for public comments, complaints and suggestions. In 2006, 30.000 phone calls were attended, and circa 7.000 letters were received from its viewers all of which had specific follow-up.
- At MCR stakeholder satisfaction is measured by the objectives contained in its Balanced Scorecard, and through the regular control of its results.

5. EMPREGADOS

a. Formação profissional

O ano de 2006 traduziu-se num aumento do investimento na formação dada aos colaboradores do Grupo Media Capital, ascendendo a cerca de €240 mil. Este investimento centrou-se sobretudo em formação técnica com o objectivo de constantemente actualizar e reciclar os conhecimentos técnicos dos seus recursos humanos, orientado para a melhoria de desempenho e de preparação para possíveis oportunidades de valorização da carreira.

- Todo o Grupo Media Capital participou no Plano Global de Formação Interno iniciado em 2006 e que tem já acções de formação previstas até 2008.

- No 2º semestre de 2006 foram ministradas 2500 horas de formação abrangendo 170 formandos.

O Grupo Media Capital tem em vigor um plano de seguros de saúde para os seus colaboradores e respectivas famílias, para além de todos os empregados beneficiarem igualmente de programas de vacinação antigripe gratuitos, bem como de *checkups* e análises numa base preventiva e regular.

b. Avaliação de desempenho

O Modelo de avaliação de desempenho em vigor é transversal a todas as Empresas do Grupo Media Capital e contempla

três grandes áreas de avaliação de competências: competências-chave, competências técnicas gerais e, exclusivamente para chefias, avaliação de competências de Gestão e Liderança.

Existe ainda uma quarta área de avaliação (de competências técnicas específicas) através das quais se fará uma estreita ligação da avaliação às necessidades específicas de cada função, área profissional ou unidade de negócio.

A avaliação de competências técnicas específicas não deverá assim ser entendida como área de avaliação comum a todos os negócios do Grupo, mas sim, específica para cada negócio.

6. AMBIENTE

As actividades desenvolvidas pelo Grupo Media Capital têm por definição um reduzido impacto a nível ambiental. No entanto, o Grupo tem vindo a implementar um conjunto de medidas abrangendo a reciclagem de papel e a redução dos consumos de energia, tendo em vista minorar ainda mais o seu impacto.

A nível da MCO, foi também introduzido um conjunto de medidas que passam por:

- Uniformização dos seus suportes (painéis 8x3) para proporcionar uma harmonia cromática do seu parque, para além de garantir a sua constante manutenção

de modo a dignificar o ambiente urbano envolvente.

- Desenvolvimento de suportes reutilizáveis na grande maioria do seu parque – mupis, flashes e agora também nos autocarros, sem agravar os custos para os seus clientes.

5. EMPLOYEES

a. Professional training

In 2006 the investment in group employees' training rose to €240 thousand. This investment focused mainly on technical programs with the purpose of constantly keeping up-to-date and of recycling the technical knowledge of its human resources, focusing on improving performance and possible career-valuing opportunities.

- All Grupo Media Capital's employees participated in the Global Internal Training Plan, started in 2006 and with sessions scheduled well into 2008.

- In the second half of 2006 2.500 hours of training were undertaken, reaching 170 employees.

Grupo Media Capital has an insurance plan policy set in place for its employees and respective families. All employees likewise benefit from a free anti-flu vaccination program, as well as regular and preventive check-ups and analyses.

b. Performance Evaluation

The current Performance Evaluation model is common to all companies within the group and considers three major areas: key competences; general

technical competences and, for directors, management and leadership competences.

There is also a fourth evaluation area (of specific technical competencies), by which the appraisal results are compared to the specific needs of each function, professional area or business unit.

Thus, this technical competences evaluation must not be understood as a common but rather a specific evaluation tool for each business units.

By definition, the activities of Grupo Media Capital have a reduced ecological impact. However, the Group has been implementing a number of measures ranging from paper recycling to power consumption reduction, aiming to further reduce its environmental impact.

At MCO, some further measures were implemented, which are:

- The uniformization of its supports (8x3 panels) to allow chromatic harmony of its billboard park, and also to guarantee the constant maintenance, dignifying the urbanity surroundings.

- The development of reusable supports in the majority of its products – mupis, flashes and also in buses, not adding any costs for the customer.

6. ENVIRONMENT

DISPOSIÇÕES LEGAIS
LEGAL PROVISIONS

ACÇÕES PRÓPRIAS

Nos termos do art. 66º do Código das Sociedades Comerciais, informamos que durante o ano de 2006 não foram adquiridas acções próprias, pelo que em 31 de Dezembro de 2006 não eram detidas quaisquer acções próprias.

Anexo a que se refere o art. 448º do Código das Sociedades Comerciais

Nos termos do artigo supracitado, comunicamos o número de acções detidas, a 31 de Dezembro de 2006, pelos accionistas que informaram ser titulares de, pelo menos, um décimo, um terço ou metade do capital:

- Vertex SGPS, S.A. (27.889.349 acções, 33,00% do capital social)
- UFA Film und Fernseh GmbH (27.889.350 acções, 33,00% do capital social)

Lista de Participações Qualificadas (conhecidas a 31 de Dezembro de 2006)

Nos termos e para os efeitos do disposto na alínea e) do N.º 1 do artigo 8º do Regulamento da CMVM N.º 4/2004 (com as alterações introduzidas pelo Regulamento da CMVM n.º 10/2005, Regulamento da CMVM n.º 3/2006 e Regulamento da CMVM n.º 5/2006), comunicamos a lista de participações qualificadas:

Accionista	Nº de acções detidas	Percentagem do capital social	Percentagem de direitos de voto
Vertex SGPS, SA	27 889 349	33,00%	33,00%
UFA Film – und Fernseh GmbH	27 889 350	33,00%	33,00%
Berggruen Holding Ltd.	5 112 520	6,05%	6,05%
Titularidade directa	289 000	0,34%	0,34%
Titularidade indirecta através da Courical Holding BV	4 424 120	5,23%	5,23%
Total Eng. Miguel Pais do Amaral	4 713 120	5,58%	5,58%
Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra	3 566 286	4,22%	4,22%
UBS AG	2 857 642	3,38%	3,38%
J.P. Morgan Securities Ltd.	1 746 161	2,07%	2,07%
J.P. Morgan Asset Management (UK) Ltd.	62 201	0,07%	0,07%
Total J.P. Morgan Chase & Co	1 808 362	2,14%	2,14%
Credit Suisse Securities (Europe) Limited	1 697 800	2,01%	2,01%

A Vertex SGPS, SA é detida a 100% pela sociedade Promotora de Informaciones, SA. A Promotora de Informaciones, SA é, por sua vez, controlada indirectamente pelo Senhor Jesús de Polanco Gutiérrez que detém o controlo directo de duas sociedades, a saber, a Promotora de Publicaciones, SL e a Timon, SA que detêm, respectivamente, 44,53% e 18,47% das acções representativas do capital social daquela sociedade.

A UFA Film – und Fernseh GmbH é detida em 100% pela sociedade RTL Group Deutschland GmbH, a qual é detida a 100% pela sociedade CLT-UFA SA, a qual é detida a 99,7% pela sociedade RTL Group SA. A sociedade RTL Group SA é detida em 90,4% pela sociedade Bertelsmann TV Beteiligungs GmbH a qual é detida a 100% pela sociedade Bertelsmann AG.

Nos termos do artigo 20º nº1 do Código dos Valores Mobiliários, a totalidade dos direitos de voto da Berggruen Holding Ltd. são imputáveis ao Senhor Nicolas Berggruen.

OWN SHARES

In accordance with Article 66 of the Portuguese Companies Code, please be informed that during 2006 there were no acquisitions of own shares, and hence on 31 December 2006 the Company held no own shares.

Supplement set forth in Article 448 of the Portuguese Companies Code

With regard to the abovementioned Article, please note that the number of shares held, on 31 December, by the shareholders who provided information in this regard, amounting to at least, a tenth, a third or half of the share capital are:

- Vertex SGPS, S.A. (27,889,349 shares, 33.00% of the share capital)
- UFA Film und Fernseh GmbH (27,889,350 shares, 33.00% of the share capital)

List of Qualified Holdings (on 31 December 2005)

For the terms and effects of paragraph e) of No. 1 of Article 8 of CMVM's Regulation 4/2004 (including the amendments by Regulation 10/2005, Regulation 3/2006 and Regulation 5/2006), please find below the list of qualified holdings which the Company had knowledge of on 31 December 2006:

Shareholder	Nº of owned shares	Percentage of share capital	Percentage of voting rights
Vertex SGPS, SA	27 889 349	33.00%	33.00%
UFA Film – und Fernseh GmbH	27 889 350	33.00%	33.00%
Berggruen Holding Ltd.	5 112 520	6.05%	6.05%
Direct ownership	289 000	0.34%	0.34%
Indirect ownership through Courical Holding BV	4 424 120	5.23%	5.23%
Total Eng. Miguel Pais do Amaral	4 713 120	5.58%	5.58%
Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra	3 566 286	4.22%	4.22%
UBS AG	2 857 642	3.38%	3.38%
J.P. Morgan Securities Ltd.	1 746 161	2.07%	2.07%
J.P. Morgan Asset Management (UK) Ltd.	62 201	0.07%	0.07%
Total J.P. Morgan Chase & Co	1 808 362	2.14%	2.14%
Credit Suisse Securities (Europe) Limited	1 697 800	2.01%	2.01%

Vertex SGPS, S.A. is 100% owned by the company Promotora de Informaciones, SA., which in turn is indirectly controlled by Mr. Jesús de Polanco Gutiérrez who has full control over two companies, Promotora de Publicaciones, SL and Timon, SA which own 44.53% and 18.47%, respectively, of the shares representing the share capital of the said company.

The UFA Film und Fernseh GmbH is 100% owned by RTL Group Deutschland GmbH, which is 100% owned by CFT-UFA SA, which in turn is 99.7% owned by RTL Group SA. The company RTL Group SA is 90.4% owned by Bertelsmann TV Beteiligungs GmbH, which in turn is 100% owned by the company Bertelsmann AG.

In accordance with Article 20 No. 1 of the Portuguese Securities Code, the whole voting rights held by Berggruen Holding Ltd. are attributed to Mr. Nicolas Berggruen.

Valores mobiliários emitidos pela sociedade e detidos pelos órgãos sociais

Nos termos e para os efeitos do disposto no art. 447º do Código das Sociedades Comerciais, comunicamos as acções detidas pelos membros dos órgãos de administração e fiscalização da sociedade, com referência a 31 de Dezembro de 2006.

Adicionalmente, o Eng.º Miguel Pais do Amaral realizou as seguintes transacções durante o exercício de 2006 através das sociedades por si dominadas: A sociedade Courical Holding BV, adquiriu no dia 3 de Fevereiro 63.300 acções ao preço médio de €5,40 e no dia 3 de Março alienou 1.478.397 acções ao preço médio de €8,01. A sociedade Partrouge SGPS, SA,

alienou no dia 3 de Março 241.446 acções ao preço médio de €8,01.

Em 31 de Dezembro era titular directo de 289.000 acções e titular indirecto, através da sociedade Courical Holdings BV, por si dominada, de 4.424.120 acções.

	Acções	Nº Títulos 31-12-06	Movimentos em 2006			Data
			Aquisições	Alienações	Preço Unitário €	
	Shares	No. of Shares 31-12-06	Acquisitions	Alienations	Unit Price €	Date
Miguel Maria de Sá Pais do Amaral	GMC	289.000				
Manuel Polanco Moreno		0				
Miguel Gil Peral		0				
Elmar Heggen		0				
Juan Luis Cebrián Echarri		0				
Eduardo Zulueta		0				
Annet Aris		0				
Jaime Roque de Pinho d' Almeida		0				
Tirso Olazábal		0				

Relatório sobre o Governo da Sociedade

O Relatório sobre o Governo da Sociedade é apresentado em documento anexo ao presente relatório.

Proposta de Aplicação de Resultados

O resultado do exercício nas contas individuais, preparadas de acordo com as Normas Internacionais de

Relato Financeiro, tal como adoptadas pela União Europeia foi positivo em 19.479.771 Euros (dezanove milhões, quatrocentos e setenta e nove mil, setecentos e setenta e um euros), o qual propomos que seja repartido da seguinte forma:

- 5% transferidos para Reserva Legal, ou seja, um valor de 973.989 euros (novecentos e setenta e três mil, novecentos e oitenta e nove euros);

Lisboa, 27 de Fevereiro de 2006

O Conselho de Administração:

Miguel Pais do Amaral (Presidente)
 Manuel Polanco Moreno (Vogal)
 Miguel Gil Peral (Vogal)
 Annet Aris (Vogal)
 Eduardo Zulueta (Vogal)
 Elmar Heggen (Vogal)
 Jaime Roque de Pinho D'Almeida (Vogal)
 Juan Luis Cebrián Echarri (Vogal)
 Tirso Olazábal (Vogal)

Securities issued by the company and held by members of the corporate bodies

In the terms and for the effects of Article 447 of the Portuguese Companies Code, we hereby inform you of the shares held by the members of the Corporate Bodies of the Company, on 31 December 2006.

Additionally, Miguel Pais do Amaral has entered into the following transactions through the companies which he controls: On 3 February, the company Courical Holding BV acquired 63,300 shares at the average price of € 5.40 and on 3 March sold 1,478,397 shares at the average price of € 8.01. On 3 March, the company Partrouge SGPS,

SA sold 241,446 shares at the average price of € 8.01.

On 31 December 2005, he directly held 289,000 shares and 4,424,120 shares through Courical Holdings BV a company under his control.

	Acções	Nº Títulos 31-12-06	Movimentos em 2006			Data
			Aquisições	Alienações	Preço Unitário €	
	Shares	No. of Shares 31-12-06	Acquisitions	Alienations	Unit Price €	Date
Deloitte & Associados, SROC		0				

Corporate Governance Report

Please find in the separate annex the Company's Corporate Governance Report.

Proposal of Application of Results

The individual consolidated net result for the year of 2006, were prepared according to IFRS accounting standards (as adopted by the European Union), registered a profit of 19,479,771 euros

(nineteen million, four hundred and seventy nine thousand, seven hundred and seventy one euros), which we propose to be split in the following manner:

- 5% transferred to Legal Reserves, meaning a total amount of 973,989 (nine hundred and seventy three thousand, nine hundred and eighty nine euros);

- The remaining 18,505,782 euros (eighteen million, five hundred and five thousand, seven hundred and eighty two euros) to be transferred to Free Reserves.

Acknowledgements

We would like to end this report by thanking all of those who have, be it direct or indirectly, given their contribution to the development of this Group.

Lisbon, 27 February 2006

The Board of Directors:

Miguel Pais do Amaral (Chairman)
 Manuel Polanco Moreno (Executive Director)
 Miguel Gil Peral (Executive Director)
 Annet Aris (Non Executive Director)
 Eduardo Zulueta (Non Executive Director)
 Elmar Heggen (Non Executive Director)
 Jaime Roque de Pinho D'Almeida (Non Executive Director)
 Juan Luis Cebrián Echarri (Non Executive Director)
 Tirso Olazábal (Non Executive Director)



RELATÓRIO SOBRE O GOVERNO DA SOCIEDADE
CORPORATE GOVERNANCE REPORT

Free translation for information purposes only.
In the event of discrepancies the Portuguese language version prevails.

INTRODUÇÃO

A sociedade Grupo Média Capital SGPS, S.A. (doravante designada igualmente por, "Media Capital" ou "Sociedade") optou por incluir, em separado, ao Relatório e Contas de 2006, um anexo inteiramente dedicado ao Governo da Sociedade, nos termos do disposto no artigo 245.º-A do Código dos Valores Mobiliários e no Regulamento da CMVM n.º 7/2001 (com as alterações introduzidas e republicado pelo Regulamento da CMVM n.º 11/2003, pelo Regulamento da CMVM

n.º 10/2005 e pelo Regulamento da CMVM n.º 3/2006), sobre o Governo das Sociedades Cotadas.

PRINCÍPIOS ORIENTADORES

A Media Capital reconhece a importância de um bom Governo da Sociedade no estabelecimento de uma relação aberta e frutífera entre os seus accionistas e a administração da Sociedade.

Os nossos princípios relativamente ao Governo da Sociedade guiam-se pela responsabilidade perante os accionistas,

pela ausência de limitações ao exercício do voto pelos accionistas, pelo fornecimento de informação clara e transparente a todos os accionistas, pelo papel dos membros não executivos e independentes do conselho de administração e pelo desejo da administração de cumprir as suas obrigações perante os accionistas. A nossa missão é a de aumentar o valor do investimento dos accionistas através de uma gestão cautelosa dos riscos inerentes aos negócios.

CAPITULO 0 – DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO

O Grupo Media Capital cumpre com as recomendações da CMVM relativas ao Governo das Sociedades Cotadas, com excepção das seguintes:

1. Recomendação IV – 8 – A CMVM recomenda que a divulgação da remuneração dos membros do Conselho de Administração seja efectuada em termos individuais. A não adopção da recomendação da CMVM resulta de uma profunda ponderação dos interesses envolvidos. Tendo em consideração que a Administração da Sociedade é uma responsabilidade assumida colectivamente e que os ganhos resultantes da divulgação da remuneração em termos individuais são inferiores ao interesse existente de proteger o direito de reserva e privacidade de cada administrador, foi decidido divulgar, de forma agregada, a remuneração dos membros do Conselho de Administração.

2. Recomendação IV – 8-A – A CMVM recomenda que seja submetida à Assembleia Geral de accionistas uma declaração sobre política de remunerações dos órgãos sociais. Entende a Media Capital que até a presente data, e relativamente às orientações observadas pela Comissão de Remuneração de Administradores / Comissão de Nomeação e Remuneração de Órgãos Sociais no exercício precedente

e a observar no ano subsequente, o propósito daquela Recomendação da CMVM (benefício da transparência e da legitimação da fixação de remunerações) está suficientemente assegurado na medida em que aquela Comissão de Remuneração é constituída por membros independentes em relação à administração.

3. Recomendação IV – 9 – A CMVM recomenda que os membros da comissão de remuneração ou equivalente devam ser independentes relativamente aos membros do órgão de administração. A actual Comissão de Nomeação e Remuneração de Órgãos Sociais, na qual foi reconduzida a Comissão de Remuneração de Administradores designada na Assembleia Geral Anual de 2005 da Sociedade, é composta pelos seguintes membros: Vertix, SGPS, S.A., Dr. Miguel Jorge Ferreira de Melo Azevedo e Dr. Jorge Maria Bleck.

Os Administradores da Vertix, SGPS, S.A. são também membros do Conselho de Administração da Media Capital. Deste modo, e com vista a assegurar a independência dos membros da Comissão de Remuneração relativamente aos membros do órgão de administração, tal como se encontra estabelecido no n.º 9 do Capítulo I do Anexo ao Regulamento da CMVM n.º 7/2001, a Vertix, SGPS,

S.A. comprometeu-se a não votar nem se pronunciar sobre os assuntos relativos à remuneração dos seus Administradores.

4. Recomendação IV – 10-A – Constitui recomendação da CMVM a adopção de uma política de comunicação de irregularidades alegadamente ocorridas no seio da sociedade, devendo ser divulgadas as respectivas linhas gerais no Relatório do Governo de Sociedades. Atendendo às exigências de índole organizativa que pressupõem o cumprimento da presente Recomendação, a Media Capital tem desenvolvido todos os esforços no sentido de implementar todos os procedimentos necessários para a adopção de uma política de comunicação de irregularidades, designadamente, em matéria de definição dos meios de comunicação de práticas irregulares, das pessoas com legitimidade para receber as comunicações em causa e do tratamento a dar às mesmas. Por enquanto, a Media Capital considera estar suficientemente assegurada a comunicação de irregularidades ao nível da gestão de recursos humanos, nos moldes actualmente vigentes. A Media Capital espera, em breve, estar em condições de adoptar uma política de comunicação de irregularidades consistente com a Recomendação da CMVM.

INTRODUCTION

The company Grupo Média Capital SGPS, S.A. (hereinafter referred as to "Media Capital" or "the Company") has chosen to enclose a separate annex to the 2006 Annual Report and Accounts dedicated entirely to the Corporate Governance in accordance with article 245.º-A of the Portuguese Securities Code and CMVM Regulation no. 07/2001 (as amended and re-published by CMVM Regulation no. 11/2003, CMVM Regulation no. 10/2005 and

CMVM Regulation no. 3/2006) on the Corporate Governance of listed companies.

GUIDING PRINCIPLES

Media Capital recognizes the importance of good governance in establishing an open and fruitful relationship between the Company's shareholders and its management.

Our principles of Corporate Governance are guided by accountability to shareholders, absence of limita-

tions on shareholders votes, clear and transparent information to all shareholders, the role of non executive independent board members and the management's desire to meet its obligations to shareholders.

Our mission as management is to enhance the value of the shareholders investment by carefully managing the risks inherent to the businesses.

CHAPTER 0 – DECLARATION OF COMPLIANCE

Media Capital complies with CMVM's guidelines of Corporate Governance for listed companies with the following exceptions:

1. Guideline IV – 8 – The CMVM recommends the individual breakdown of the members of the Board of Directors' remuneration. The non-adoption of this item of the guideline was decided after duly taking into account all the interests. Media Capital believes that the management of the company has a collective responsibility and that the results of disclosing of the individual breakdown of remuneration, besides potential negative effects, do not outweigh the interest of protecting the right to privacy of each member of the Board of Directors. Therefore it has decided to disclose the total remuneration of the members of the Board of Directors as a whole.

2. Guideline IV – 8-A – The CMVM recommends that a declaration on the corporate bodies' members' remuneration be submitted to the shareholders' general meeting. Media Capital believes that, currently and in with regard to the guidelines of the Board of Directors Remuneration Committee / Corporate Bodies Nomination and Remuneration Committee for this year and for next

year, the purpose of this CMVM's Guideline (the transparency and legitimacy of the approval of remunerations) is met, since said Committee is composed of independent members, which are unrelated to the board of directors.

3. Guideline IV – 9 – The CMVM recommends that the members of the remuneration committee or equivalent shall be independent in relation to the members of the Board of Directors. The Corporate Bodies Nomination and Compensation Committee in functions, which incorporated the Board of Directors Remuneration Committee as appointed on the 2005 Annual Shareholders General Meeting, is composed by the following members: Vertix SGPS, S.A., Mr. Miguel Jorge Ferreira de Melo Azevedo and Mr. Jorge Maria Bleck.

Some members of Vertix SGPS, S.A. Board of Directors are also members of Media Capital Board of Directors. In order to ensure the independence of the members of the Compensations Committee in relation to the members of the Board of Directors, as established on no. 9, Chapter I of the Annex of CMVM Regulation no. 7/2001, Vertix, SGPS, S.A. undertook not to vote or issue any opinion on any the matters concerning their members of the Board of Directors remuneration.

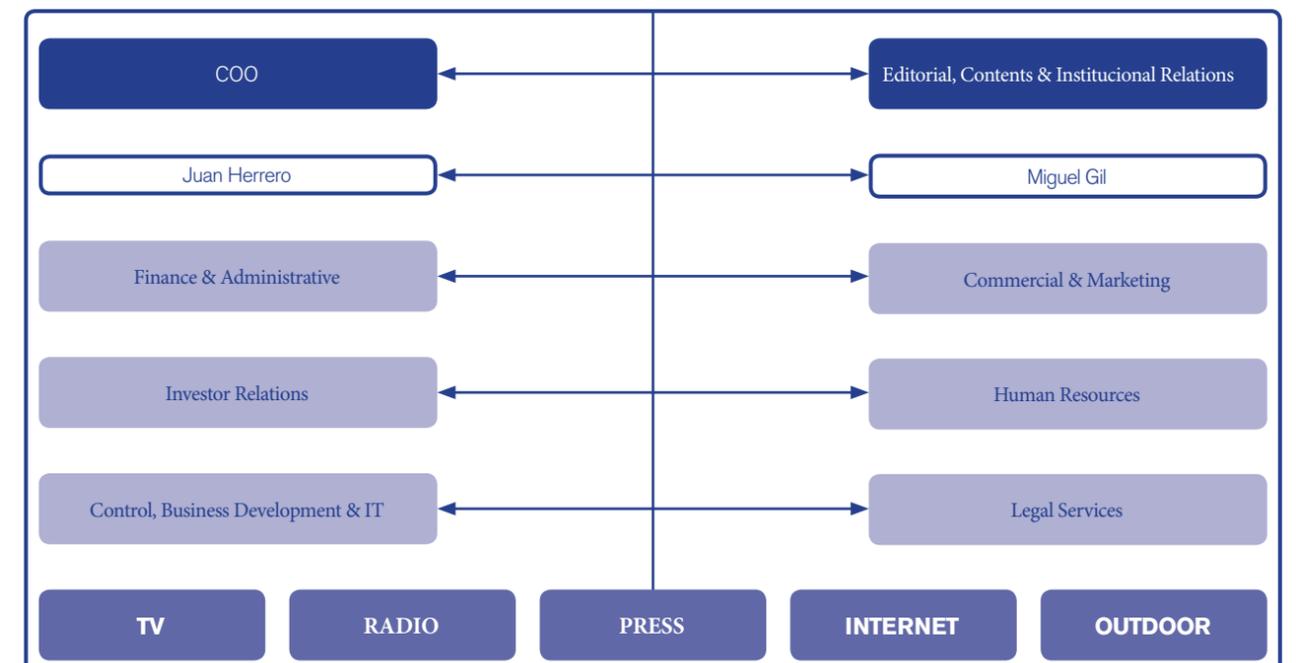
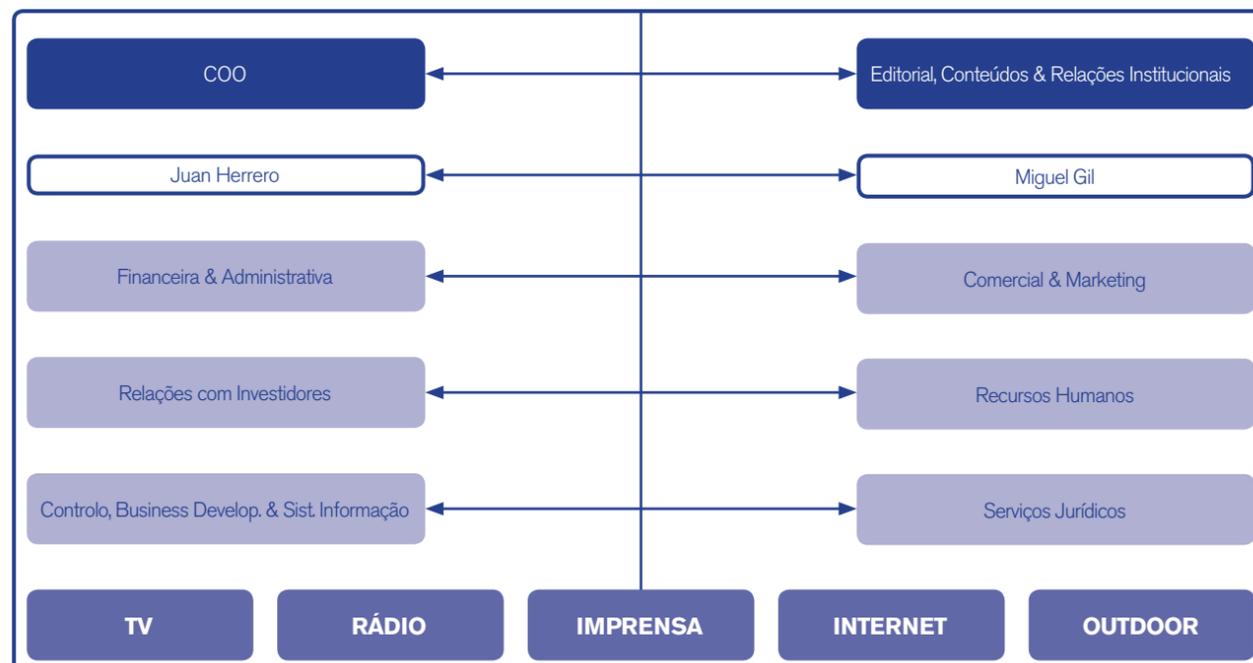
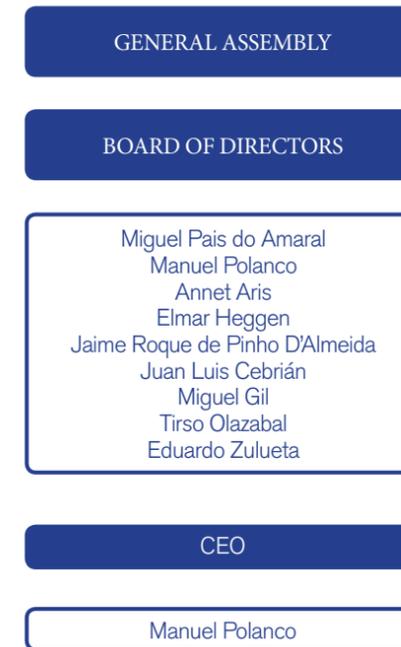
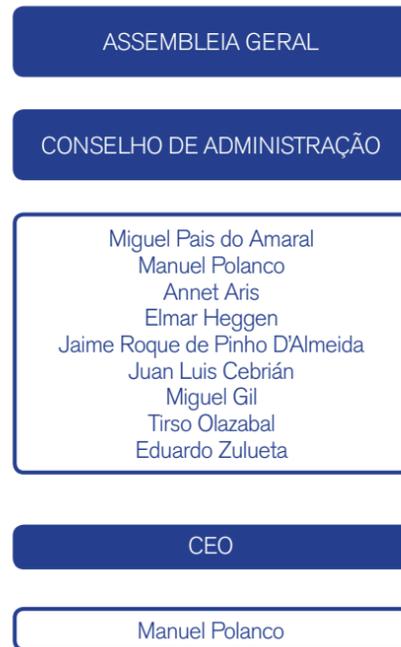
4. Guideline IV – 10-A – The CMVM recommends the adoption of a policy for communicating irregularities occurred in the company, being its description, in general terms, included in the Corporate Governance Report. In view of the implications of the implementation of such procedures in the organisational structure, the Company is developing all the efforts to create all the procedures required to adopt a policy for communicating irregularities namely with regard to the ways of communicating the irregular practices, the persons capable of receiving these communications and the treatment to be given to them. The Company considers that the current procedures satisfactorily guarantee the communication of irregularities at the level of the management of human resources. Media Capital expects to be in conditions to adopt a policy for communicating irregularities consistent with CMVM Guidelines.

CAPÍTULO I – DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO

CHAPTER I - INFORMATION DISCLOSURE

1. ESTRUTURA ORGANIZATIVA

1. ORGANISATIONAL STRUCTURE



1.1 Grupo Media Capital

Em termos organizacionais, o Grupo Media Capital encontra-se estruturado por áreas de negócio, que correspondem aos diferentes mercados de media em que opera – Televisão (incluindo Produção de Televisão e Música e Entretenimento), Rádio, Publicidade Exterior (Outdoor), Imprensa e Internet – sendo a sua actividade principal a comercialização de espaço publicitário.

Como *holding* do Grupo, a sociedade de Grupo Média Capital, SGPS, S.A., é responsável pelo seu desenvolvimento estratégico, designadamente no que respeita ao seu processo de expansão, bem como pela gestão global do conjunto das diferentes áreas de negócio, servindo como pólo orientador no processo de tomada de decisão.

O acompanhamento, em maior profundidade, da gestão diária das áreas de negócio é assegurado pela Meglo – Media Global, SGPS, S.A., *sub-holding* que detém as participações sociais nas diferentes áreas de negócio.

Cada área de negócio funciona segundo princípios de autonomia de gestão corrente, de acordo com os critérios e orientações que emanam do Orçamento Anual de cada área, revisto e aprovado anualmente pelas respectivas áreas e pelo Conselho de Administração da Media Capital, no âmbito do qual se definem, de forma participada e interactiva, as orientações estratégicas, operacionais e de investimento dos vários negócios. O funcionamento operacional é regulado no quadro de um sistema de controlo de gestão conduzido pela *holding*, onde se procede, em permanência, ao controlo da execução orçamental.

1.2 Media Capital Holding

Para o correcto exercício das suas funções, o Grupo Media Capital dispõe de um conjunto de estruturas funcionais de apoio à gestão do Grupo, que se encontram concentradas na sociedade Media Capital Serviços, S.A. (sociedade detida a 100% pela Media Capital). O objectivo

destas estruturas compreende não só o fornecimento à *holding* de ferramentas de suporte à decisão operacional, como a prestação, a todo o Grupo incluindo as respectivas áreas de negócios, de serviços de gestão e assessoria nas áreas administrativa e financeira, comercial e de marketing, de recursos humanos, de planeamento e controlo de gestão e de sistemas de informação.

1.3 Conselho de Administração

O Conselho de Administração da sociedade Grupo Média Capital, SGPS, S.A., é descrito no Capítulo IV do presente documento.

2. COMISSÕES ESPECÍFICAS

Comissão de Auditoria

Na sequência das alterações ao Código das Sociedades Comerciais, introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 76-A/2006 de 29 de Março, e que entraram em vigor no dia 30 de Junho de 2006, a Media Capital procedeu, em Assembleia Geral realizada no passado dia 25 de Setembro, à alteração do seu Contrato de Sociedade de modo a, entre outros, actualizar a estrutura da administração e da fiscalização em conformidade com essas alterações. Assim, a Media Capital adoptou a estrutura de administração e fiscalização constante da alínea b) do n.º 1 do artigo 278.º do Código das Sociedades Comerciais, ou seja, estrutura de administração e fiscalização composta por um Conselho de Administração compreendendo uma Comissão de Auditoria (a qual é composta por três a cinco membros do Conselho de Administração não executivos, sendo a sua maioria membros independentes) e Revisor Oficial de Contas. A Comissão de Auditoria é composta pelos seguintes membros do Conselho de Administração, designados na Assembleia Geral do passado dia 25 de Setembro:

- Sra. Prof. Annet Aris, Administradora independente e não executiva;

- Dr. Jaime Roque de Pinho D'Almeida, Administrador independente e não executivo;
- D. Tirso Olazábal Cavero, Administrador independente e não executivo;
- Dr. Elmar Heggen, Administrador não executivo;
- D. Juan Luís Cebrián, Administrador não executivo.

Nos termos da lei, à Comissão de Auditoria compete o exercício de múltiplos deveres funcionais, nomeadamente, os de participar nas reuniões da comissão de auditoria (que devem ter periodicidade bimestral), nas reuniões do conselho de administração e assembleias gerais, guardar segredo dos factos e informações de que tiverem conhecimento em razão das suas funções.

As competências da Comissão de Auditoria do Grupo Media Capital são as decorrentes da lei, nomeadamente no artigo 423.º-F do Código das Sociedades Comerciais.

Comissão de Nomeação e Remuneração de Directores

Nos termos do disposto na nova versão do Contrato de Sociedade, aprovada em 25 de Setembro de 2006, o Conselho de Administração poderá designar outras comissões ad hoc, como a Comissão de Nomeação e Remuneração de Directores.

A estrutura da Media Capital comportava, antes das alterações ao Contrato de Sociedade de Setembro de 2006, uma Comissão de Remuneração para Directores, cujas competências se enquadravam na actual Comissão de Nomeação e Remuneração de Directores.

A Comissão de Nomeação e Remuneração de Directores é responsável pelo estabelecimento e revisão dos aspectos materiais da política do Grupo Media Capital relativamente às compensações dos directores seniores, bem como relativamente a quaisquer bónus de desempenho que a Media Capital pretenda implementar com vista a incentivar a produtividade da equipa de directores.

1.1 Media Capital Group

As regards its organization, the Media Capital Group is structured in business areas, corresponding to the different media markets in which it operates – Television (including TV Production and Music and Entertainment), Radio, Outdoors, Press and Internet – and its main activity is the commercialisation of advertising spaces.

With regard to the Group's holding, the company Grupo Média Capital, SGPS, S.A. is responsible for its strategic development, namely regarding its expansion process, as well as for the global management of all the different business areas, playing a leading role in the decision making process.

The daily management of the business areas is carried out in greater depth by Meglo - Media Global, SGPS, S.A., the sub-holding that holds the business areas' capital holdings.

Each business area works in accordance with autonomous current management principles, according to the criteria and orientations that derive from each area's Annual Budget, reviewed and approved by the respective business areas and by Media Capital's Board of Directors, in which the strategic, operational and investment orientations of the various businesses are decided upon in a participative and interactive manner. The operational functioning is regulated within a management control system led by the holding, where the use of the budget is, permanently, under control.

1.2 Media Capital Holding

In order to adequately exercise its functions, the Media Capital Group holds various functional structures that support the Group's management, which are grouped in Media Capital Serviços, S.A. (a company 100% held by Media Capital). The aim of these structures is not only to provide the holding with tools to

support operational decisions, but also to render management and consulting services to the whole Group and respective business areas, with regard to administration and financial services, commercial and marketing, human resources, planning and control and information systems areas.

1.3 Board of Directors

Please refer to Chapter IV below for details of Media Capital's Board of Directors.

2. SPECIFIC COMMITTEES

Audit Committee

Further to the recent changes to the Portuguese Companies Code, introduced by the Decree-Law no. 76-A/2006, 29 March, which have entered into force on the 30 June 2006, Media Capital approved, on the Shareholders General Meeting held on 25 September, an amendment to the Company's Articles of Association in order to update the structure of the Company's Administration and Supervision Structure so as to conform them with the referred changes.

Media Capital adopted the administration and supervision structure established on b), no. 1 of Article 278.º of the Portuguese Companies Code, i.e., an administration and supervision structure composed by a Board of Directors comprising an Audit Committee (composed by three to five non-executive members of the Board of Directors, being its majority independent members) and a Statutory Auditor.

The Audit Committee is composed by the following members of the Board of Directors, as appointed by the Shareholders General Meeting held on 25 September:

- Mrs. Prof. Annet Aris, independent and non-executive Director;

- Mr. Jaime Roque de Pinho D'Almeida, independent and non-executive Director;
- Mr. Tirso Olazábal Cavero, independent and non-executive Director;
- Mr. Elmar Heggen, non-executive Director;
- Mr. Juan Luís Cebrián, non-executive Director.

In accordance with the law, the Audit Committee is responsible for some functional duties, namely, to participate on the Audit Committee meetings (which shall occur every two months), Board of Directors meetings and Shareholders' General Meetings, keep secret of any facts or information that may be aware by the exercising of their functions.

The Audit Committee shall have the powers established in law, on article 423.º-F of the Portuguese Companies Code.

Management Nomination and Remuneration Committee

In accordance with the Company's Articles of Association, as approved on the Shareholders General Meeting held on 25 September, the Board of Directors may appoint any ad hoc committees, such as the Management Nomination and Compensation Committee.

The Media Capital structure included, before the amendment to the Company's Articles of Association, a Management Remuneration Committee, which powers are the same as the Management Nomination and Compensation Committee.

The Management Nomination and Compensation Committee shall be responsible for establishing and reviewing material aspects of the Media Capital Group's policy on senior management compensation as well as performance bonus schemes that the Company intends to implement in order to encourage productivity and entice the managing team.

A Comissão de Nomeação e Remuneração de Directores é composta por cinco membros do Conselho de Administração, dois dos quais são considerados administradores independentes, nos termos do artigo 1.º, n.º 2 do Regulamento da CMVM n.º 7/2001 (com as alterações introduzidas e republicado pelo Regulamento da CMVM n.º 11/2003, pelo Regulamento da CMVM n.º 10/2005 e pelo Regulamento da CMVM n.º 3/2006) sobre o Governo das Sociedades Cotadas. A actual composição desta Comissão é a seguinte:

- D. Manuel Polanco;
- D. Juan Luis Cebrián;
- Dr. Elmar Heggen;
- Sra. Prof. Annet Aris, Administradora independente e não executiva;
- Dr. Jaime Roque de Pinho D'Almeida, Administrador independente e não executivo.

3. CONTROLO DE RISCOS

A administração da Media Capital acredita que é essencial implementar sistemas que permitam à administração da Sociedade:

- (i) Identificar os riscos que a Sociedade enfrenta.
- (ii) Medir o impacto no desempenho financeiro e no valor da Sociedade.
- (iii) Comparar o valor em risco com os custos dos instrumentos de cobertura, se disponíveis.
- (iv) Monitorizar a evolução dos riscos identificados e dos instrumentos de cobertura.

A função de controlo de riscos pretende minimizar o impacto dos riscos existentes na Media Capital e em todos os detentores de interesses na mesma. O Grupo Media Capital enfrenta três tipos de riscos de operação, que são inerentes aos seus negócios: regulatório, financeiro e operacional.

Regulatório

Riscos

- Tal como os outros operadores de meios de comunicação em Portugal, o Grupo Media Capital está sujeito a uma série de

leis, regulamentos e directivas que limitam a forma como a Media Capital pode conduzir as suas operações. As leis, regulamentos e directivas, presentemente em vigor, disciplinam, entre outros aspectos, a emissão, renovação, transferência e propriedade de licenças de difusão televisiva e radiofónica, a calendarização e o conteúdo da programação televisiva e radiofónica, a calendarização e o montante de publicidade comercial que pode ser transmitida num dado período e o conteúdo da publicidade comercial que pode ser transmitida ou exibida.

Controlo do risco

- A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), goza de autoridade para emitir e renovar licenças de transmissão televisiva. Todas as licenças existentes para transmissão televisiva em regime livre foram emitidas pelo prazo de 15 anos, em 1992, e poderão ser renovadas por iguais períodos adicionais de 15 anos, mediante um pedido do seu titular, desde que determinadas condições estejam reunidas. O pedido para renovação da licença relativo à estação de televisão do Grupo Media Capital, a TVI – Televisão Independente, S.A., entrou no dia 30 de Junho de 2005. De forma similar, e em processo paralelo, mas autónomo, foi requerida ao ICP-ANACOM, em 10 de Fevereiro de 2006, a competente renovação do direito de uso de frequências do espectro hertziano, também pelo prazo de 15 anos. A ERC emitiu em 20 de Junho de 2006 a Deliberação 1-L2006, relativa à renovação das licenças para o exercício da radiodifusão televisiva da SIC e da TVI, pelo prazo de 15 anos no que respeita aos serviços de programas generalistas designados, respectivamente, por “SIC” e “TVI”, tendo ainda aproveitado a oportunidade para, num segundo ponto da sua Deliberação, notificar as mesmas entidades da necessidade de adequarem os serviços de programas por elas fornecidos às exigências da Lei da Televisão, assim como aos compromissos que assumiram no âmbito do processo de licenciamento originário e

das modificações aprovadas pelo órgão regulador, em termos que foram considerados não adequadamente previstos na lei, tendo sido interposta uma acção administrativa especial destinada a impugnar o carácter vinculativo daquelas obrigações. O procedimento está em curso no Tribunal Administrativo e Fiscal de Sintra.

- As licenças de rádio actualmente em vigor são válidas pelo período de 10 anos, com excepção das licenças dos operadores de âmbito nacional que são válidas por um período de 15 anos, podendo as licenças ser renovadas por períodos adicionais de 10 anos, mediante um pedido do seu titular, desde que determinadas condições estejam reunidas. O pedido para renovação deverá ser submetido à ERC seis meses antes da expiração da licença. A Media Capital considera que o risco inerente ao processo de renovação da licença é muito limitado, já que o pedido de renovação não deve ser negado em caso de cumprimento das condições nas quais se baseou a atribuição da licença. Os quadros do Grupo Media Capital e a unidade operativa são responsáveis pela monitorização dos requisitos das licenças e das relações entre o Grupo e as autoridades regulatórias.
- As licenças para outdoors são geralmente emitidas pelo município; no entanto, alguns municípios recorrem a concursos públicos destinados à atribuição das licenças para a publicidade outdoor que implique o estabelecimento de equipamento em espaços públicos. A duração da licença e as taxas que devem ser pagas pelo seu titular variam de acordo com o tipo de publicidade outdoor utilizado e as licenças são renováveis automaticamente a pedido, desde que o seu titular pague a taxa acordada. As concessões para publicidade outdoor em transportes públicos são atribuídas por períodos mais longos, e que variam entre 5 a 10 anos. Os quadros do Grupo Media Capital e a unidade operativa são responsáveis pela monitorização dos requisitos das licenças e das relações entre o Grupo Media Capital e as autoridades concessionárias.

The Management Nomination and Compensation Committee is composed by five members of the Board of Directors, two of them are considered independent directors in light of section 2 of Article 1 of the CMVM Regulation no. 7/2001 (as amended and re-published by CMVM Regulation no. 11/2003, CMVM Regulation no. 10/2005 and CMVM Regulation no. 3/2006) on the Corporate Governance of listed companies.

The current composition of this committee is as follows:

- Mr. Manuel Polanco
- Mr. Juan Luis Cebrián
- Mr. Elmar Heggen
- Mrs. Prof. Annet Aris, (Independent Director)
- Mr. Jaime Roque de Pinho D' Almeida (Independent Director)

3. RISK CONTROL

Media Capital's management believes that it is essential to implement systems that allow the management to:

- (i) Identify the risks the Company is facing.
- (ii) Measure the impact on the financial performance and value of the Company.
- (iii) Compare the value-at-risk with the cost of the coverage instruments, whenever available.
- (iv) Monitor the evolution of the identified risks and coverage instruments.

The risk control function aims to minimise the impact of existing risks on the Company and all its stakeholders. Media Capital Group faces three kinds of operating risks that are inherent to its businesses: regulatory, financial and operational.

Regulatory

Risks

- Like other operators in the Portuguese media industry, the Media Capital Group is subject to a num-

ber of laws, regulations and directives that limit the manner in which Media Capital Group may conduct its operations. Current laws, regulations and directives govern, amongst others, the issuance, renewal, transfer and ownership of television and radio broadcasting licenses, the timing and content of television and radio programming, the timing and amount of commercial advertising that may be broadcasted in a given period and the content of advertising that may be broadcasted or displayed.

Risk management

- The Regulatory Authority for the Media (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, hereinafter referred to as the “ERC”) is vested with the authority to issue and to renew television broadcasting licences. All existing free-to-air television broadcasting licences were issued for 15 years in 1992 and may be renewed for additional 15-year period upon request by the relevant holder, provided that certain conditions are met. The request for renewal of the Media Capital Group licence for TVI - Televisão Independente S.A. was submitted on 30 June 2005. Additionally, through a parallel but independent procedure, a request for the renewal of the right to use hertzian frequencies for 15-year period was submitted to the ICP-ANACOM. ERC issued, on 20 June 2006, its Deliberation 1-L2006, regarding the renewal of the SIC and TVI television broadcasting licenses, for a 15-year period, in what respects to the program's services known, respectively, as “SIC” and “TVI”. ERC also used the opportunity to, on the referred Deliberation, notify those entities to adequate the program services to the Television Law requirements, and to the first assumptions on the licensing process and its amendments, as approved by the regulator autho-

rity, all in terms that were considered not adequately provided by applicable law. Broadcasters started a special administrative procedure in order to contest the binding obligations imposed by the regulator. The administrative procedure is in course on the Sintra Tax and Administrative Court and the competent Authorities.

- Currently, Radio Licenses are issued for 10 years, except for those concerning operators at national level, which are issued for 15 years which may be renewed for additional 10-year period upon request by the relevant holder provided that certain conditions are met. A request for renewal shall be submitted to the ERC six months prior to the expiry of the term of the license. Media Capital considers that it is very unlikely that the renewal request will be rejected if the conditions for its awarding are complied with. The boards of the Media Capital Group and the operating unit are responsible for monitoring the requirements for licences and the dealings between the Media Capital Group and the regulatory authorities.
- Outdoor licences are generally issued directly by the municipality; however, certain municipalities also organise public tenders aimed at awarding licences to outdoor advertisers that install street furniture in public locations. The duration of the licence and the rates that must be paid by the licensee vary according to the type of outdoor advertisement involved and the licences are renewable automatically upon request, provided that the licensee pays the agreed rates. The concessions for the outdoor advertising on public transportation are granted by long term periods of 5 to 10 years. The boards of Media Capital Group and the operating unit are responsible for monitoring the licence requirements and the relation with the concessionary entities.

Financeiro

Riscos

- **Risco de taxa de juro** – Um aumento da taxa de juro poderá afectar o desempenho financeiro da Sociedade já que esta depende de fontes externas de financiamento.
- **Risco de moeda** – A Media Capital adquire regularmente conteúdos de programação nos mercados internacionais. Os pagamentos poderão ser efectuados noutras moedas, nomeadamente USD.

Gestão do Risco

- A Direcção Financeira da Media Capital é responsável pelo planeamento do financiamento do Grupo Media Capital, pela avaliação dos riscos de taxa de juro, de moeda e de refinanciamento. Os custos do financiamento da Media Capital estão indexados às taxas de juro de curto prazo. No entanto, a Media Capital tem uma política de cobertura de cerca de 50% do seu risco de taxa de juro através de *swaps* de taxa de juro. O Conselho de Administração acredita que a maturidade ideal dos *swaps* de taxa de juro deverá ser semelhante à média da maturidade da dívida do Grupo, que actualmente se situa pouco acima dos três anos.
- O risco de moeda não é coberto devido ao pequeno valor em risco. A Sociedade está maioritariamente exposta a custos de aquisição de conteúdos televisivos em USD, que se situaram em média perto dos USD 8,5 milhões por ano, nos últimos dois anos.

Operacional

Riscos

- A TVI e as várias estações de rádio operadas pelo Grupo Media Capital dependem, até uma certa extensão, da presença de vários âncoras, apresentadores e personalidades famosas da rádio e da televisão.
- Risco de crédito.
- Risco de fraude.

Gestão de Risco

- O Grupo Media Capital não possui qualquer seguro que cubra a perda de

qualquer destes trabalhadores e ou colaboradores, mas está, neste momento, em curso o estabelecimento de um programa de compensação de incentivo destinado a reter alguns destes trabalhadores. O Grupo Media Capital também investe na formação de outros profissionais, que poderiam substituir os primeiros, se houvesse disso necessidade.

- A Media Capital tem uma visão conservadora do risco operacional, nomeadamente em relação ao não cumprimento dos pagamentos, à constituição de provisões sobre créditos numa base casuística, de acordo com a esperada recuperação dos mesmos.
- Em resposta aos desafios colocados pela diversidade das áreas de actividade do Grupo Media Capital é no sentido de se manterem adequados e eficazes os procedimentos e mecanismos de controlo interno dos diferentes negócios, o Grupo Media Capital estabeleceu uma função de Auditoria Interna, responsável por monitorizar os riscos financeiros e operacionais. Os objectivos da função de Auditoria Interna, em apoio à Administração do Grupo e sob coordenação da Direcção de Controlo de Gestão são os seguintes:
- Assistir a Media Capital e todo o Grupo Media Capital na identificação de áreas de risco nas quais existam carências ou insuficiências de controlo interno;
- Propor e contribuir para a implementação dos melhores procedimentos tendo em vista:
 - Monitorizar e otimizar a performance dos negócios;
 - Minimizar riscos de erros, fraude ou utilização inadequada dos meios da empresa;
 - Assegurar a fiabilidade da informação financeira e operacional transmitida à administração do Grupo Media Capital;
 - Uniformizar critérios, políticas e procedimentos operacionais e contabilísticos.

4. ACÇÕES DA MEDIA CAPITAL Tipos de acções

A Media Capital é uma sociedade aberta, nos termos do disposto no Código dos

Valores Mobiliários, com o capital social emitido de €7.606.186,20, integralmente subscrito e realizado, constituído por 84.513.180 acções escriturais e nominativas, com o valor nominal de €0,09 por acção, pertencendo todas as acções emitidas à mesma categoria.

As acções são escriturais, detidas em contas junto de intermediários financeiros autorizados pela CMVM, que actuam como depositários de valores mobiliários, e são membros do Sistema Centralizado de Valores Mobiliários (“Central de Valores Mobiliários”) gerido pela Interbolsa, S.A.

Todas as acções da Media Capital estão admitidas à negociação em mercado regulamentado.

Nos termos da lei Portuguesa, as acções ordinárias de operadores de televisão e de radiodifusão deverão ser nominativas e qualquer participação, que permita ao accionista exercer um controlo significativo na transmissora, deverá ser tomada pública. O mesmo se aplica a sociedades que sejam sociedades mãe ou participantes maioritárias em qualquer sociedade jornalística, isto é, sociedades ligadas à Comunicação Social. De facto, este requisito está directamente relacionado com a necessidade de assegurar transparência no sector da Comunicação Social, bem como com o controlo das concentrações.

Esta é também a razão pela qual a identidade dos accionistas deverá ser transmitida aos Intermediários Financeiros que a reportam à Central de Valores Mobiliários. A lei exige que os detentores reais das acções sejam identificáveis por todos, especialmente pelos Reguladores, e portanto não é considerada prática justa que se esconda a sua identidade de qualquer forma.

No ano de 2006 não houve lugar à emissão de acções ou de outros valores mobiliários que dão o direito à subscrição de acções pelo Grupo Media Capital.

Também no ano de 2006, não houve lugar ao pagamento de dividendos pela Media Capital.

Não existem restrições à transmissibilidade das acções da Media Capital.

Financial

Risks

- **Interest rate risk** – An increase in the interest rates can affect the financial performance of the company since the company relies on external sources of funding.
- **Currency risk** – Media Capital regularly acquires programming contents in the international markets. Payments can be made in other currencies, namely USD currency.

Risk Management

- The Financial Managing body of Media Capital is responsible for the planning of Media Capital Group’s funding, evaluating interest rates, currency and refinancing risks. Media Capital’s funding costs are indexed to short term interest rates. However, Media Capital has a policy of covering around 50% of its interest rate risk through interest rate swaps. The Board of Directors believes that the optimal maturity of the interest rate swaps should be similar to the average maturity of the current Group debt which is now a little over 3 years.
- Currency risk is not hedged due to the small value at risk. The Company is mainly exposed to the acquisition of television contents costs in USD, averaging approximately USD 8,5 million per year, in the last couple of years.

Operational

Risks

- TVI and various radio stations operated by the Media Capital Group depend, to some extent, on the continued presence of various well-known anchors, presenters, broadcasters and hosts.
- Credit risk.
- Fraud risk.

Risk management

- The Media Capital Group does not have “key man” insurance covering

the loss of any of these employees and/or persons but is in the process of establishing an incentive compensation programme designed to retain some of these employees. The Media Capital Group also works hard at training a second tier who would be ready to step in, should the need arise.

- Media Capital takes a conservative approach to operational risks such as payment defaults, provisioning credits in a casuistic basis in accordance with the expected recovery of such credits.
- As a response to the challenges inherent to the diversity of the business areas of the Media Capital Group, and in order for the several businesses’ internal control mechanisms and procedures to be kept efficient and adequate, the Media Capital Group has established an Internal Auditing function, responsible for ensuring that financial and operational risks are carefully managed. The Internal Auditing function, which supports the management of the Media Capital Group and is under the coordination of the Management Control Direction, is as follows:

- Assists the holding and Media Capital Group in identifying the risk areas lacking or with ineffective internal control;
- Proposes and contributes to the implementation of the best procedures to:
 - Monitor and enhance the business performance;
 - Minimize the risks of mistakes, fraud or inadequate utilization of the company’s means;
 - Assure the accurateness of the financial and operation information transmitted to the management of Media Capital Group;
 - Harmonise operational and accounting criteria, policies and procedures.

4. MEDIA CAPITAL’S SHARES Type of shares

Media Capital is a public company, under the Portuguese Securities Code with an issued share capital of

€7,606,186.20, entirely subscribed and issued, consisting of 84,513,180 dematerialised and registered nominative shares, with a nominal value of €0.09 per share, having the same category all issued shares.

The shares are in a dematerialised form and held in accounts with financial intermediaries authorised by the CMVM who act as securities custodians and are integrated in the Securities Centralised System (“Central de Valores Mobiliários”) managed by Interbolsa, S.A.

All Media Capital shares are traded on the main securities market.

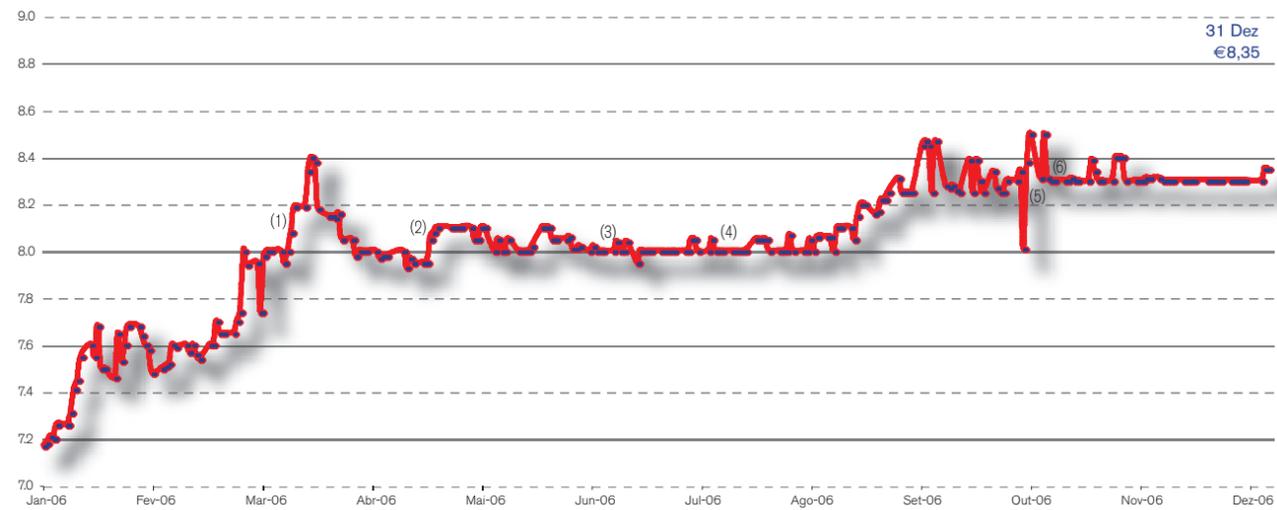
In accordance with Portuguese law, ordinary shares of television and radio broadcasters must be nominative and any shareholding that allows the shareholder to exert significant influence over the broadcaster must be disclosed.

The same applies to companies which are parents or majority holders of journalistic companies, i.e., media companies. In fact, this requirement is directly connected to the need for transparency in the media sector as well as merger control.

This is also the reason why shareholders’ identity should be disclosed to the Financial Intermediaries who in turn shall report this information to the Securities Centralised System. The law requires that the real owners of the shares are identifiable by all, especially by the Regulatory Authorities, and therefore it is not considered fair practice to conceal their identities in any way.

On year 2006 no shares or any other kind of securities that grant the right to subscribe or acquire shares have been issued by Media Capital Group. No dividends have been paid on year 2006.

There are no restrictions to the transmission of the Media Capital shares.



(1) 16 de Março 2006 – Divulgação de resultados de 2005
 (2) 26 de Abril 2006 – Divulgação de resultados 1º Trimestre de 2006
 (3) 20 de Junho 2006 – Conselho Regulador da ERC delibera renovar licença de televisão à TVI
 (4) 26 de Julho 2006 – Divulgação de resultados 1º Semestre de 2006
 (5) 25 de Outubro de 2006 – Divulgação de resultados 3º Trimestre de 2006
 (6) 26 de Outubro 2006 – Grupo Prisa publica Anúncio preliminar de Oferta Pública de Aquisição sobre as acções da Media Capital

(1) March 16, 2006 – Disclosure of Full Year 2005 results
 (2) April 26, 2006 – Disclosure of first quarter 2006 results
 (3) June 20, 2006 – Regulatory Counsel of Media Regulator decision to renew TVI's broadcasting license
 (4) July 26, 2006 – Disclosure of first semester 2006 results
 (5) October 25, 2006 – Disclosure of third quarter 2006 results
 (6) October 26, 2006 – Grupo Prisa publishes preliminary announcement of Tender Offer over Grupo Media Capital Shares

5. DIVIDENDOS

Não houve lugar ao pagamento de dividendos pela Media Capital nos três últimos exercícios.

Com a probabilidade de 2007 gerar *cash-flow* em excesso, e como o CAPEX de crescimento e as aquisições deverão ser financiados por *cash-flow*, o *cash* excedentário poderá ser devolvido aos investidores sob a forma de dividendos ou de recompra de acções, se nenhuma oportunidade de investimento atractiva aparecer.

6. PLANOS DE OPÇÕES DE AQUISIÇÃO DE ACÇÕES

Nos termos do Plano de Opções de Aquisição de Acções dirigido a certos trabalhadores e membros do Conselho de Administração do Grupo Media Capital, elegíveis como beneficiários daquele Plano, direitos de aquisição de acções representando até 5% do

capital social da Media Capital serão atribuídos a certos trabalhadores e membros dos Conselhos de Administração do Grupo Media Capital por um período de, até ao máximo, quatro anos, desde que determinado grau de desempenho seja atingido e nos precisos termos e condições que sejam definidos pela Comissão de Nomeação e Remuneração dos Órgãos Sociais, e pelo Conselho de Administração da Media Capital e/ou Comissão de Nomeação e Remuneração de Directores.

O Plano de Opções de Aquisição de Acções projectado pretende reter trabalhadores chave e membros do Conselho de Administração e a sua participação no desempenho das acções da Sociedade de forma a manter o seu desempenho a médio e a longo prazo. As competentes Comissões de Remuneração deliberaram atribuir opções

de subscrição de acções aos membros elegíveis como beneficiários daquele Plano, até ao limite de 1,25% do capital social da Media Capital, garantido através de um “equity swap” sobre acções próprias já contratado com uma instituição financeira. O preço da opção atribuída foi de €5,40 por acção.

7. TRANSACÇÕES COM PARTES RELACIONADAS

No decorrer do exercício de 2006, não foram realizados negócios ou operações entre a Media Capital e os membros dos seus órgãos de administração e fiscalização, titulares de participações qualificadas ou sociedades que se encontrem em relação de domínio ou de grupo, que se encontrem fora das condições normais de mercado para operações similares e que não façam parte da actividade normal da Sociedade que se consubstancia na administração das suas participações financeiras.

Lista de Participações Qualificadas conhecidas a 31 de Dezembro de 2006 List of qualified shareholding at 31 December 2006

Accionista Shareholder	Nº de acções detidas Nº of shares held	Percentagem do capital social Percentage of the share capital	Percentagem de direitos de voto Percentage of voting rights
Vertex SGPS, SA (Grupo Prisa)	27.889.349	33,00%	33,00%
UFA Film – und Fernseh GmbH	27.889.350	33,00%	33,00%
Berggruen Holding Ltd.	5.112.520	6,05%	6,05%
Eng. Miguel Pais do Amaral	4.713.120	5,58%	5,58%
Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra	3.566.286	4,22%	4,22%
UBS AG	2.857.642	3,38%	3,38%
J.P. Morgan Chase & Co	1.808.362	2,14%	2,14%
Credit Suisse Securities (Europe) Limited	1.697.800	2,01%	2,01%

5. DIVIDENDS

For the last 3 years, there has not been any payment of dividends by Media Capital.

As of 2007 there will probably be a strong cash flow, and since growth CAPEX and acquisitions are to be funded by cash flow, excess cash might be returned to shareholders in the form of dividends or share buy-backs should there be no appealing investment opportunities.

6. STOCK OPTION PLANS

Under the Stock Option Plan addressed to some employees and members of the Board of Directors of Media Capital Group, eligible as beneficiaries of the Stock Option Plan, acquisition rights of shares representing up to 5% of the Company's share capital will be awarded to certain employees and members of the Board of Directors of Media

Capital Group over a period of a maximum of four years, since certain conditions are fulfilled and in accordance with the precise terms and conditions to be defined by the Corporate Bodies Nomination and Compensation Committee, and by the Media Capital Board of Directors and/or the Management Nomination and Compensation Committee set up by the Board of Directors.

The envisaged Stock Option Plan aims to retain key employees and members of the Board of Directors and their participation in the performance of the Company's shares to foster their medium and long term performance.

The competent Compensation Committees decided to grant subscription options to eligible as beneficiaries of Stock Options Plan up to 1,25% of the issued share capital of Media Capital through the execution of an “equity

swap” agreement over own shares, entered into with a financial institution. The option price was €5.40.

7. TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES

In the course of the 2006 financial year, no operation or business performed outside the normal market conditions for that kind of operation or outside the scope of the normal activities of the Media Capital, which is the management of its financial holdings, took place between the Company and the members of its Board of Directors, auditing bodies, holders of a qualified holding or companies in a group relationship.

8. DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

O Departamento de Relações com Investidores procura identificar as necessidades de informação por parte da comunidade financeira que acompanha a Media Capital e, através de uma utilização racional dos recursos, a satisfação da mesma. Assim, a missão do Departamento de Relações com Investidores da Media Capital é a de divulgar, periodicamente, informação relevante aos detentores de interesses na Sociedade. Tal permitirá que o mercado valorize correctamente a Sociedade em todas as ocasiões.

Princípios da actividade de Relações com Investidores da Media Capital:

- Compromisso da administração de topo;
 - Transparência.
- A Media Capital providencia, regularmente, no endereço da Sociedade na Internet (<http://www.mediacapital.pt>) as seguintes divulgações e apresentações:
- Destaques de notícias;
 - Anúncios obrigatórios;
 - Relatórios mensais das audiências;
 - Divulgação dos resultados trimestrais;
 - Apresentações específicas da Sociedade;
 - Convocatórias da Assembleia Geral;
 - Relatório Anual.

Adicionalmente:

- A administração da Media Capital e o Departamento de Relações com os Investidores visitarão os investidores, pelo menos uma vez por ano;
- A Sociedade estará disponível para participar em conferências sectoriais e regionais;
- A Sociedade estará disponível para conferências telefónicas e visitas, em Lisboa, por investidores e analistas, após apresentação por estes de um pedido para o efeito.

Nos termos e para os efeitos do n.º 6

do artigo 205.º do Código dos Valores Mobiliários, a Media Capital designou para seu representante, directamente responsável para as relações com o mercado e a Comissão do Mercado de Valores Mobiliários, a Dra. Susana Gomes da Costa, sendo o seu endereço profissional o seguinte:

Rua Mário Castelhana, n.º 40, Queluz de Baixo, 2734 – 502 Barcarena
 Telefone: + (351) 21 434 76 03
 Fax: + (351) 21 434 59 01
 E-mail: sgcosta@mediacapital.pt

9. COMISSÃO DE NOMEAÇÃO E REMUNERAÇÃO DE ÓRGÃOS SOCIAIS

Nos termos do disposto no Código das Sociedades Comerciais, a remuneração dos membros do Conselho de Administração é fixada pela Assembleia Geral ou por uma Comissão de Remuneração eleita pela Assembleia Geral.

As alterações do Contrato de Sociedade da Media Capital, aprovadas em Setembro de 2006, introduziram a possibilidade de ser designada pela Assembleia Geral uma Comissão de Nomeação e Remuneração dos Órgãos Sociais, a qual deverá ser constituída por três a cinco membros. As competências da Comissão de Nomeação e Remuneração dos Membros dos Órgãos Sociais, conforme estabelecidas no artigo 17.º do Contrato de Sociedade, enquadram-se nas competências da anterior Comissão de Remuneração de Administradores, pelo que a Comissão de Remuneração de Administradores foi reconduzida na Comissão de Nomeação e Remuneração dos Membros dos Órgãos Sociais, a qual se manterá em exercício até ao final do seu mandato. São os seguintes os membros da Comissão de Nomeação e Remuneração dos Órgãos Sociais em exercício

- Vertex SGPS, S.A.
- Dr. Miguel Jorge Ferreira de Melo Azevedo
- Dr. Jorge Maria Bleck

10. REMUNERAÇÃO DOS AUDITORES

A fiscalização da Sociedade é realizada pela Deloitte & Associados, SROC, SA, designada fiscal único para o mandato em curso (2004/2007) e representada pelo sócio Dr. Carlos Pereira Freire. Em 2006, o Grupo Media Capital suportou um custo total, numa base consolidada, de €569.682,70 com os seus auditores.

A discriminação desses custos é a seguinte:

1. Serviços de auditoria prestados: €405.502,50 (71,2%) para os serviços de auditoria prestados relativamente ao procedimento clássico para a emissão de um parecer relativamente às contas consolidadas e estatutárias;

2. Consultadoria fiscal: €107.930,00 (18,9%);

3. Outros serviços de fiabilidade relacionados com auditoria: €56.196,20 (9,9%).

O Conselho de Administração, em conjunto com a Direcção Financeira da Media Capital, assegura que se encontra devidamente salvaguardada a independência dos auditores.

8. INVESTORS RELATIONS DEPARTMENT

The Investor Relations department aims to identify the necessities of the financial community that Media Capital, by means of rational use of the resources, tries to satisfy. Therefore, the purpose of Media Capital's Investor Relations department is to provide, periodically, relevant information to all stakeholders, to allow the market to value the company correctly at all times.

Cornerstones of Media Capital's Investor Relations activity:

- Commitment from top management;
- Transparency.

Media Capital will provide, on its internet site (<http://www.mediacapital.pt>) the following disclosures and presentations:

- News alerts;
- Mandatory announcements;
- Monthly audience reports;
- Quarterly results releases;
- Specific company presentations;
- AGM announcements;
- Annual report.

Additionally:

- Media Capital's Board of Directors and the IR department will visit investors at least once a year.
- The company will be open to participate in sector and regional conferences.
- The company is available for conference calls and visits in Lisbon, by investors and analysts upon request.

In the terms and for the effects of section 6 of Article 205.º of the Portuguese Securities Code, Media Capital has appointed Susana Gomes da Costa, as Investor Relations Officer to the market and to CMVM, to represent the company, with the following professional address:

Rua Mário Castelhana, no. 40, Queluz de Baixo, 2734-502 Barcarena
 Telephone: + (351) 21 434 76 03
 Fax: + (351) 21 434 59 01
 E-mail: sgcosta@mediacapital.pt

9. CORPORATE BODIES NOMINATION AND COMPENSATION COMMITTEE

In accordance with the Portuguese Companies Code, the remuneration of the members of the Board of Directors shall be fixed by the Shareholders' General Meeting or by a remuneration committee appointed by the Shareholders' General Meeting.

The changes of the Company's Articles of Association, as approved in September 2006, adopted introduced the option of the Shareholders' General Meeting to appoint a Corporate Bodies Nomination and Compensation Committee shall appoint a Corporate Bodies Nomination and Compensation Committee, which shall be composed of three to five members. As the Corporate Bodies Nomination and Compensation Committee powers, as established in Article 17.º of the Company's Articles of Association, correspond to the Board of Directors Remuneration Committee, the existing Board of Directors Remuneration Committee was incorporated into the Corporate Bodies Nomination and Compensation Committee, which will remain in exercise up to the end of its term.

Are the following the members of the Committee in exercise:

- Vertex SGPS, S.A.
- Mr. Miguel Jorge Ferreira de Melo Azevedo
- Mr. Jorge Maria Bleck

10. AUDITORS REMUNERATION

The supervision of the Company is executed by Deloitte & Associados, SROC S.A., appointed as single statutory auditor of the Company for the present term (2004/2007) and represented by its partner Carlos Pereira Freire.

In 2006 the Media Capital Group had a total cost of € 569,682.70 with its auditors on a consolidated basis. The breakdown of these costs is as follows:

1. Audit fees: €405,502.50 (71.2%) for the audit services in connection with the standard procedures for the issue of an opinion on the consolidated and statutory accounts;

2. Tax fees: €107,930.00 (18.9%);

3. Audit related fees: €56,196.20 (9.9%). The Board of Directors, together with the Financial Direction of Media Capital, assure that the services provided do not jeopardize the auditors' independence.

CAPÍTULO II – EXERCÍCIO DOS DIREITOS DE VOTO

Nos termos do Contrato de Sociedade da Media Capital, a cada conjunto de mil acções da Sociedade com o valor nominal de nove cêntimos corresponde um voto. Os accionistas, que detenham menos de mil acções, podem agrupar as suas acções com o objectivo de intervir e participar na Assembleia Geral, fazendo então representar-se por um deles.

A Assembleia Geral da Media Capital é constituída pelos accionistas que, desde, pelo menos, o quinto dia anterior à data agendada para a realização da respectiva reunião, tenham averbadas em seu nome em conta de valores mobiliários escriturais aberta junto de intermediário financeiro, pelo menos mil acções representativas do capital social da Sociedade. Os accionistas com direito de voto poderão participar na Assembleia Geral de Accionistas, seja pessoalmente, seja através de representação voluntária cometida a qualquer outro accionista ou a pessoa à qual a lei im-

perativa o permita. Os instrumentos de representação voluntária de accionistas em Assembleia Geral deverão ser entregues na Sociedade, dirigidos ao Presidente da Mesa, com pelo menos dez dias de antecedência em relação à data para a qual a reunião está marcada. Tratando-se de pessoa colectiva, será representada pela pessoa nomeada pelo respectivo órgão de representação.

O Contrato de Sociedade da Media Capital não prevê qualquer limitação ao exercício do direito de voto por correspondência, pelo que o mesmo pode ser exercido, nos termos e condições constantes da convocatória para a Assembleia Geral da Sociedade. O formulário para o voto por correspondência, nas versões em língua portuguesa e inglesa, encontra-se disponível no sítio na Internet da Sociedade, em www.mediacapital.pt.

O Contrato de Sociedade da Media Capital não proíbe a realização de Assembleias Gerais através de meios

telemáticos, encontrando-se a Sociedade capaz de assegurar a autenticidade das declarações e a segurança das comunicações.

Os requisitos de participação em Assembleias Gerais encontram-se descritos na convocatória para a Assembleia Geral e bem assim em página especial dedicada às Assembleias Gerais da Sociedade criada no sítio na Internet da Sociedade, em www.mediacapital.pt, na versão em língua portuguesa e inglesa.

Nos termos do Contrato de Sociedade, as deliberações da Assembleia Geral serão tomadas por maioria absoluta dos votos apurados em cada reunião, sem prejuízo dos casos em que a lei exigir maioria qualificada. As deliberações que respeitem à destituição sem justa causa do Conselho de Administração ou dos respectivos membros, terão de ser tomadas por uma maioria qualificada de dois terços dos votos apurados em cada reunião.

CAPÍTULO III – REGRAS E REGULAMENTOS DA SOCIEDADE

A Media Capital e os seus órgãos sociais, nomeadamente o Conselho de Administração não aprovaram, até à presente data, qualquer código de conduta ou regulamento interno de funcionamento. No entanto, encontra-se em discussão o conteúdo de um Regulamento Interno de Funcionamento do Conselho de Administração, o qual se estima que venha a ser aprovado brevemente.

A Media Capital emitiu, por via do seu Administrador Delegado, um regulamento interno dirigido a colaboradores com acesso a informação privilegiada e aos seus quadros dirigentes, visando regular a comunicação para o ex-

terior, no âmbito das regras definidas pelo mercado de capitais e pela CMVM para as sociedades cotadas em geral. Este regulamento informa o que se entende por informação e factos relevantes e informação privilegiada, define os porta-vozes e procedimentos para a divulgação de informação e salienta que toda a informação a divulgar para o exterior deverá ser sempre baseada em factos históricos, ser clara, completa, actualizada e verdadeira, e não deverá exceder aquela que anteriormente já foi fornecida no âmbito do que já é público. O regulamento informa ainda os quadros dirigentes do Grupo Media Capital sobre os seus deveres de

comunicação de transacções de acções da Sociedade. O regulamento em causa pode ser acedido por qualquer investidor mediante solicitação directa ao departamento de Relações com Investidores do Grupo.

Não existem disposições estatutárias ou medidas adoptadas pela Sociedade para impedir o sucesso de ofertas públicas de aquisição, e, tanto quanto é do conhecimento da Sociedade, não existe qualquer acordo parassocial de onde possam resultar quaisquer medidas susceptíveis de interferir no êxito de ofertas públicas de aquisição.

CHAPTER II – EXERCISE OF VOTING RIGHTS

Pursuant to Company's Articles of Association, each group of one thousand shares, with a nominal value of nine cents per share, is entitled to one vote. Shareholders holding less than one thousand shares representing the Company's share capital may only intervene and participate in the Shareholders' General Meeting if they group themselves in order to reach said minimum number of shares, in which case they will be represented by one of them.

The Shareholders' General Meeting is composed of the shareholders that, five business days prior to the scheduled Shareholders' General Meeting, have at least one thousand shares representing the Company's share capital, registered on their name at the book-entry securities' account opened with a financial intermediary. Shareholders with voting rights are entitled to participate in the Shareholders' General Meeting personally

or be represented by any other shareholders or by any person entitled to do so in accordance with the applicable law. The proxies must be delivered to the Company, addressed to the Chairman of the Shareholders' General Meeting, at least five days prior to the scheduled date of the meeting. Being a corporate entity, it shall be represented by the person designated by its binding corporate body.

The Company's Articles of Association does not establish any limitation to the exercise of the postal voting, being the postal voting acceptable in the terms and conditions as described on the Shareholders' General Meeting notice. The postal voting form, on both Portuguese and English version is available on the Company's Internet site at www.mediacapital.pt. The Company's Articles of Association does not forbid the participation on Shareholders' General Meeting by telematic means, as the Company is

able to ensure their authenticity and the security of the communications.

The requirements to participate on the Shareholders' General Meeting are described on the General Meeting notice and also on the web page specifically dedicated to the Shareholders Meeting on the Company's internet site, at www.mediacapital.pt, on both Portuguese and English versions.

In accordance with the Company's Articles of Association, the resolutions of the Shareholders Meetings shall be approved by absolute majority of the votes cast, without prejudice to the matters for which the law foresees a qualified majority. The resolutions of the Shareholders Meetings concerning the dismissal without good cause of the Board of Directors or of any of their members must be approved by a qualified majority of two thirds of the votes cast.

CHAPTER III – COMPANY'S RULES AND REGULATIONS

Media Capital and its corporate bodies, namely the Board of Directors, have not approved, up to the present date, any internal rules or regulations' procedures. However, an Internal Regulation of the Board of Directors is being discussed and is expected to be approved.

The Media Capital has issued, by means of its Managing Director, an internal regulation addressed to all its collaborators, aiming at regulating external communications, in respect of rules determined by capital markets and by the CMVM regarding listed companies in general. This regulation sets forth what is to

be deemed as relevant facts and information, defines the spokespeople and the procedures for the disclosure of information deemed relevant and emphasises that all information to be revealed externally shall always be based on historic facts, shall be clear, complete, updated and truthful, and shall not exceed information that was previously made available regarding what is already public. The regulation also informs about the communication duties to CMVM in case of acquisition of shares in the Company. All investors can have access to said regulation by means of a direct request addressed to the

Investor Relations department of the Media Capital Group.

In addition, no statutory provisions or measures have been adopted by Media Capital to prevent the success of public tender offers nor, as far as the Company is aware, there is no shareholders agreement which can lead to that effect.

CAPÍTULO IV – CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O Conselho de Administração é o órgão responsável pela administração e representação da Sociedade. As suas principais responsabilidades são as de definir as orientações estratégicas da Sociedade, supervisionar a implementação das referidas orientações e de supervisionar a saúde financeira da Sociedade. Os directores operacionais são responsáveis pelas operações correntes das actividades desenvolvidas pelo Grupo Media Capital.

O Conselho de Administração é designado nos termos do disposto no Código das Sociedades Comerciais.

O Contrato de Sociedade da Media Capital (conforme alterado em Assembleia Geral de Setembro de 2006) estabelece que o Conselho de Administração deve ser composto por um número mínimo de sete membros e um máximo de nove membros, eleitos em Assembleia Geral por períodos de quatro anos, e reelegíveis uma ou mais vezes. O Conselho de Administração deverá incluir dois ou mais membros independentes

O Conselho de Administração compreende uma Comissão de Auditoria, a quem compete, em conjunto com um Revisor Oficial de Contas, a fiscalização da Sociedade. A Comissão de

Auditoria é composta por um mínimo de três e um máximo de cinco membros do Conselho de Administração não executivos, sendo na sua maioria Administradores independentes.

O Conselho de Administração está autorizado, nos termos do Contrato de Sociedade, a, após parecer favorável da Comissão de Auditoria, aumentar o capital social em dinheiro, por uma ou mais vezes, até ao limite máximo de €15.000.000,00. Na sua deliberação, o Conselho de Administração fixará os termos e as condições de cada aumento de capital, bem como a forma e os prazos de subscrição e realização.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**Presidente**

Miguel Pais do Amaral	Não executivo
-----------------------	---------------

Administradores

Manuel Polanco	Executivo	
Miguel Gil	Executivo	
Juan Luís Cebrián	Não executivo	
Elmar Heggen	Não executivo	
Annet Aris	Não executivo	Independente
Jaime Roque de Pinho D'Almeida	Não executivo	Independente
Tirso Olazábal Cavero	Não executivo	Independente
Eduardo Zulueta	Não executivo	

CHAPTER IV – BOARD OF DIRECTORS

The Board of Directors is responsible for the management and representation of the company. Its main responsibilities are to define the company's strategic guidelines, monitor the implementation of such guidelines and supervise the financial health of the company. The senior management is responsible for the day to day operations developed by the Media Capital Group.

The Board of Directors is appointed in accordance with the Portuguese Companies Code.

The Company's Articles of Association (as amended on the Sharehold-

ers' General Meeting held on September 2006) establishes that the Board of Directors shall be composed by a minimum of seven and a maximum of eleven members, elected by the Shareholders Meeting for a term of four years. These members may be re-elected one or more times. The Board of Directors shall include two or more independent Directors.

The Board of Directors comprises an Audit Committee, which, together with the Statutory Auditor is responsible for the supervision of the Company. The Audit Committee shall be composed by three to five

non-executive Directors, the majority of which shall be independent.

The Board of Directors is authorised, by its Articles of Association, to increase the share capital in cash, one or more times, up to a maximum of €15,000,000.00, following prior approval of the proposal by the Audit Committee and in accordance with the requirements set forth therein. The Board of Directors shall resolve on the terms and conditions of any such share capital increase resolution, together with the subscription and payment terms.

BOARD OF DIRECTORS**Chairman**

Miguel Pais do Amaral	Non-executive
-----------------------	---------------

Directors

Manuel Polanco	Executive	
Miguel Gil	Executive	
Elmar Heggen	Non-executive	
Juan Luís Cebrián	Non-executive	
Annet Aris	Non-executive	Independent
Jaime Roque de Pinho D'Almeida	Non-executive	Independent
Tirso Olazábal Cavero	Non-executive	Independent
Eduardo Zulueta	Non-executive	

MIGUEL PAIS DO AMARAL

Presidente do Grupo Media Capital e da TVI. Após ter estudado no Instituto Superior Técnico (Engenharia Mecânica), concluiu um MBA no Insead em Fontainebleau em 1979. Analista de mercados e de investimentos financeiros na Goldman Sachs & Co. em Nova Iorque e Londres, e no Midland Bank em Madrid, entre 1979 e 1983. Consultor da Partex CPS em Lisboa, entre 1984 e 1987. Presidente da Alfa Capital entre 1987 e 1991. Director da Euroknights – Investimentos e Participações, Lda, membro do Conselho de Administração da Compagnie Générale des Eaux em Portugal e da SOCI, SA, entre 1991 e 1997. Fundador do Grupo Media Capital em 1992, e desde então seu Presidente. CEO do Grupo Media Capital desde a sua fundação até Novembro de 2005.

Eleito para o cargo de Administrador da Media Capital por um período de quatro anos pela Assembleia Geral realizada no dia 10 de Março de 2004. O seu mandato expira em 31 de Dezembro de 2007.

Faz ainda parte das seguintes sociedades:

Grupo Media Capital

• TVI – Televisão Independente, SA	Presidente
------------------------------------	------------

Fora do Grupo Media Capital

• Alfacompetição – Automóveis e Cavalos de Competição, Lda.	Gerente
• Sociedade Agro-Florestal Serra da Pousada, SA	Gerente
• Madirest Soc de Desenvolvimento e Exploração de Restaurantes, SA	Presidente
• Lanifos Soc de Financiamentos, Lda	Gerente
• 2ndCarma – Consultadoria e Investimentos, SA	Presidente
• CGCI, SGPS, SA	Presidente
• Quifel, SGPS, SA	Presidente
• Diana Soc Promoção e Investimentos Imobiliários, SA	Presidente
• Quifel Administração de Imóveis, Lda	Gerente

Em 31 de Dezembro de 2006 era titular directo de 289.000 acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital, SGPS, SA.

MIGUEL PAIS DO AMARAL

Chairman of Grupo Media Capital and TVI. After studying engineering at the Instituto Superior Técnico, Mr. Pais do Amaral completed an MBA in Insead at Fontainebleau in 1979. He became a markets and financial investments analyst for Goldman Sachs & Co. in New York and London and worked in Midland Bank in Madrid, between 1979 and 1983. He worked as a Consultant for Partex CPS in Lisbon, between 1984 and 1987 and was the Chairman of Alfa Capital between 1987 and 1991. From 1991 to 1997 he was a Director at Euroknights - Investimentos e Participações, Lda. and a member of the Board of Directors of Compagnie Générale des Eaux in Portugal and of SOCI, SA. He was the Founding member of Media Capital Group in 1992, and since then its Chairman and was CEO of Media Capital Group from its foundation until November 2005.

He was appointed as Chairman of the Media Capital Board of Directors by the Shareholders General Meeting dated 10 March 2004, for a 4 year term, ending on 31 December 2007.

Mr. Miguel Pais do Amaral is also part of the following companies:

Media Capital Group

• TVI – Televisão Independente, SA	Chairman
------------------------------------	----------

Not Part of Media Capital Group

• Alfacompetição - Automóveis de Competição, Lda.	Manager
• Sociedade Agro-Florestal Serra da Pousada, SA	Manager
• Madirest Soc de Desenvolvimento e Exploração de Restaurantes, SA	Chairman
• Lanifos Soc de Financiamentos, Lda	Manager
• 2ndCarma – Consultadoria e Investimentos, SA	Chairman
• CGCI, SGPS, SA	Chairman
• Quifel, SGPS, SA	Chairman
• Diana Soc Promoção e Investimentos Imobiliários, SA	Chairman
• Quifel Administração de Imóveis, Lda.	Manager

On 31 December 2006, he directly held 289,000 shares representing the share capital and voting rights of Grupo Media Capital SGPS, SA.

MANUEL POLANCO

Administrador Delegado do Grupo Media Capital. Licenciado em Ciências Económicas e Empresariais com especialização em Finanças Internacionais pela Universidade Autónoma de Madrid. Tem desenvolvido toda a sua actividade empresarial no Grupo Prisa, sobretudo na gestão das suas participadas na América Latina e nos Estados Unidos. Em 1991 foi nomeado Administrador Delegado da editora Santillana no Chile e no Peru e em 1993 Director Geral do diário mexicano La Prensa e responsável pelo lançamento da edição do diário El País no México. Em 1996, Manuel Polanco estabeleceu-se em Miami onde ficou responsável pela direcção internacional do Grupo Santillana, com responsabilidades pelas 21 empresas na América Latina e do Norte. Regressou a Espanha em 1999 como Presidente da GDM (primeira central de venda de meios multimédia em Espanha) e da GMI (sub-holding que junta a imprensa especializada – incluindo o diário desportivo AS, o diário económico Cinco Dias e várias revistas – e regional do Grupo Prisa). Em 2001, passou também a fazer parte da direcção da Unidad de Negocio Medios España, com responsabilidade sobre a rádio Cadena SER e a rede de televisão local participada pela Prisa (Localia TV). É Administrador do Grupo Prisa e Administrador de várias empresas participadas do Grupo Prisa, incluindo a Sogecable, Pretesa (Localia TV), Antena 3 Radio, Diário AS e da editora Dédalo Grupo Gráfico. Designado para o cargo de Administrador da Media Capital em 15 de Novembro de 2005. O seu mandato expira em 31 de Dezembro de 2007.

Para além de membro do Conselho de Administração da Grupo Media Capital, faz ainda parte das seguintes sociedades:

Grupo Media Capital

• Meglo – Media Global SGPS, SA.	Presidente
• Media Capital - Serviços de Consultoria e Gestão, SA.	Presidente
• Media Capital - Editora Multimédia, SA.	Presidente
• Media Capital - Telecomunicações, SA.	Presidente
• Unidivisa - Promoção de Projectos de Media, SA.	Presidente
• Med Cap Technologies – Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação, SA.	Presidente
• MCR - Radiofonia e Publicidade, Soc. Unipessoal, SA.	Presidente
• Rádio Comercial, SA.	Presidente
• Rádio Cidade - Produções Audiovisuais, SA.	Presidente
• Rádio Regional de Lisboa - Emissões Radiodifusão, SA.	Presidente
• Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Gerente
• Central Discos - Produções Discográficas, SA.	Presidente
• Kimberley Trading, SA.	Presidente
• TVI - Televisão Independente, SA.	Administrador-Delegado
• Media Capital Outdoor - Publicidade, SA.	Presidente
• NBP – Produção de Vídeo, SA	Administrador
• Multicena – Equipamento de Som e Imagem, SA.	Administrador

MANUEL POLANCO

Chief Executive Officer of Grupo Media Capital. Mr. Polanco obtained a BS in Business Management and Economics with a major in International Finances from the Universidade Autónoma de Madrid in Spain. He developed his whole professional career at Grupo Prisa, mainly managing Prisa subsidiaries in the Latin América and in the US. In 1991 he was appointed CEO of Santillana editing company in Chile and in Peru, in 1993 Managing Director of the Mexican daily newspaper La Prensa and also in charge of the launch of the edition of the daily newspaper El País in México. In 1996, Mr. Polanco moved to Miami where he became the Head of the international business of Grupo Santillana, overseeing the business of its 21 companies in Latin America and US. He came back to Spain in 1999 as CEO of GDM (the first multimedia Sales platform in Spain) and also CEO of GMI (Grupo Prisa's sub-holding that includes its thematic press titles – including the sports daily AS, the financial newspaper Cinco Dias and several magazines – and regional press titles). In 2001, Mr. Polanco became part of the top management team that of Unidad de Medios España, overseeing Cadena SER rádio and the local TV network where Prisa is a key shareholder Localia TV. He is members of the Board of Directors of Grupo Prisa and of some group companies, including Sogecable, Pretesa (Localia TV), Antena 3 Radio, Diário AS and Dédalo Grupo Gráfico.

He was appointed member of Media Capital Board of Directors on 15 November 2005. His mandate comes to an ends on 31 December 2007.

Mr. Manuel Polanco is also part of the following companies:

Media Capital Group

• Meglo – Media Global SGPS SA.	Chairman
• Media Capital - Serviços de Consultoria e Gestão, SA.	Chairman
• Media Capital - Editora Multimédia, SA.	Chairman
• Media Capital - Telecomunicações, SA.	Chairman
• Unidivisa - Promoção de Projectos de Media, SA.	Chairman
• Med Cap Technologies - Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação, SA.	Chairman
• MCR - Radiofonia e Publicidade, Soc. Unipessoal, SA.	Chairman
• Rádio Comercial, SA.	Chairman
• Rádio Cidade - Produções Audiovisuais, SA.	Chairman
• Rádio Regional de Lisboa - Emissões Radiodifusão, SA.	Chairman
• Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Manager
• Central Discos - Produções Discográficas, SA.	Chairman
• Kimberley Trading, SA.	Chairman
• TVI - Televisão Independente, SA.	Managing Director
• Media Capital Outdoor - Publicidade, SA.	Chairman
• NBP – Produção de Vídeo, SA	Director
• Multicena – Equipamento de Som e Imagem, SA.	Director

• Fealmar – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, SA.	Administrador
• MCE – Media Capital Edições, Lda.	Gerente
• Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda.	Gerente

Fora do Grupo Media Capital

• Sogecable	Administrador
• Promotora de Emisoras de Televisión, SA.	Administrador
• Prisaprint, SL	Administrador
• Diário AS, SL	Administrador
• Diario El País México, SA. de C.V.	Administrador Único
• Promotora de Informaciones, SA.	Administrador
• Timón, SA.	Administrador
• Vertix, SGPS, SA.	Presidente
• Productora de Televisión de Almería, SA.	Vice Presidente

Em 31 de Dezembro de 2006 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

• Fealmar – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, SA.	Director
• MCE – Media Capital Edições, Lda.	Manager
• Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda.	Manager

Not Part of Media Capital Group

• Sogecable	Director
• Promotora de Emisoras de Televisión, SA.	Director
• Prisaprint, SL	Director
• Diário AS, SL	Director
• Gestión de Medios de Prensa, SA.	Director
• Diario El País México, SA. de C.V.	Sole Director
• Promotora de Informaciones, SA.	Director
• Timón, SA.	Director
• Vertix, SGPS, SA.	Chairman
• Productora de Televisión de Almería, SA.	Vice Chairman

On 31 December 2006, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

MIGUEL GIL

Administrador do Grupo Media Capital. Estudou na Faculdade de Ciências da Universidad Complutense de Madrid, foi jornalista e editor de algumas publicações em Espanha e está no Grupo Prisa desde 1996, tendo sido até há pouco tempo Director do Gabinete da Presidência e do Administrador Delegado do Grupo. Entre 1982 e 1996 fez parte do Governo de Espanha, tendo sido Secretário do Porta-voz do Governo. No Grupo Prisa foi Director de Desenvolvimento e Estratégia e Director de Relações Corporativas. Anteriormente foi também Administrador da Repsol, da Cadena SER, Iberbanda, GMI e GMP (empresas do Grupo Prisa) e das empresas Redecampo e Demoscopia, ambas do Grupo Taylor Nelson Sofres. Adicionalmente é desde 2002 Secretário-Geral do Foro Iberoamérica.

Designado para o cargo de Administrador da Media Capital em 14 de Dezembro de 2005. O seu mandato expira em 31 de Dezembro de 2007.

Para além de membro do Conselho de Administração da Grupo Media Capital, faz ainda parte das seguintes sociedades:

Grupo Media Capital

• Meglo – Media Global SGPS, SA.	Administrador
• Media Capital - Editora Multimédia, SA.	Administrador
• Unidivisa - Promoção de Projectos de Media, SA.	Administrador
• MCR - Radiofonia e Publicidade, Soc. Unipessoal, SA.	Administrador
• Rádio Comercial, SA.	Administrador
• Rádio Cidade - Produções Audiovisuais, SA.	Administrador
• Rádio Regional de Lisboa - Emissões Radiodifusão, SA.	Administrador
• Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Gerente
• Kimberley Trading, SA.	Administrador
• Publipartner – Projectos de Media e Publicidade, Lda.	Gerente
• Media Capital – Serviços de Consultoria e Gestão, SA.	Administrador
• Media Capital - Telecomunicações, SA.	Administrador
• Lúdicodrome – Editora Unipessoal, Lda.	Gerente
• Expansão Económica – Eventos Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais, SA	Administrador
• Expolider – Feiras, Exposições e Congressos, SA	Administrador
• Rádio XXI, Lda.	Gerente
• TVI – Televisão Independente, SA.	Administrador

Em 31 de Dezembro de 2006 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

MIGUEL GIL

Member of the Board of Directors. Mr. Gil studied at the Facultad de Ciências de la Universidad Complutense de Madrid, and has worked as a journalist and editor for several publications in Spain. He works for Grupo Prisa since 1996 and, until recently, was Chief of Staff of Grupo Prisa's Chairman and CEO. Between 1982 and 1996 he worked for the Spanish Government, namely as Secretary of the Government Spokesman. Within Grupo Prisa, Mr. Gil was Director of Corporate Development and Strategy and Director of Corporate Relations. Before, Mr. Gil was also Board member of Repsol, Cadena SER, Iberbanda, GMI and GMP (companies from Grupo Prisa) and two companies from the Nelson Taylor Sofres Group – Redecampos and Demoscopia. Additionally, Mr. Gil is since 2002 the Secretary of Foro Iberoamérica.

He was appointed as member of Media Capital Board of Directors on 14 December 2005. His mandate will come to an end on 31 December 2007.

Mr. Miguel Gil is also part of the following companies:

Media Capital Group

• Meglo – Media Global SGPS, SA.	Director
• Media Capital - Editora Multimédia, SA.	Director
• Unidivisa-Promoção de Projectos de Media, SA.	Director
• MCR - Radiofonia e Publicidade, Soc. Unipessoal, SA.	Director
• Rádio Comercial, SA.	Director
• Rádio Cidade - Produções Audiovisuais, SA.	Director
• Rádio Regional de Lisboa - Emissões Radiodifusão, SA.	Director
• Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Manager
• Kimberley Trading, SA.	Director
• Publipartner – Projectos de Media e Publicidade, Lda.	Manager
• Media Capital – Serviços de Consultoria e Gestão, SA.	Director
• Media Capital - Telecomunicações, SA.	Director
• Lúdicodrome – Editora Unipessoal, Lda.	Manager
• Expansão Económica – Eventos Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais, SA	Director
• Expolider – Feiras, Exposições e Congressos, SA	Director
• Rádio XXI, Lda	Manager
• TVI – Televisão Independente, S.A.	Director

On 31 December 2005, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

JUAN LUÍS CEBRIÁN

Administrador do Grupo Media Capital. CEO do Grupo Prisa, jornalista, académico e escritor com vários ensaios e obras publicadas. Após ter estudado Humanidades na Universidade Complutense de Madrid, licenciou-se na Escuela Oficial de Periodismo em 1963. Fundou em 1963 a revista Cuadernos para el dialogo, de 1963 a 1975 foi redactor-chefe e subdirector dos diários Pueblo e Informaciones em Madrid, tendo também dirigido os serviços informativos da TVE – Televisión Española. Foi o director fundador do diário El País desde o seu início em 1976. Em 1988 assumiu o seu actual cargo, mantendo-se também como Administrador Delegado do El País e da Cadena SER e Vice-Presidente da Sogecable – empresa de que foi também CEO desde o seu início em 1989 até 1999. Na sequência do aumento da posição do Grupo Prisa no diário francês Le Monde, foi nomeado Administrador da sociedade que edita este jornal. Recebeu ainda vários prémios jornalísticos ao longo da sua carreira, é membro da Real Academia Española de Lengua (R.A.E.), Cavaleiro das Letras e das Artes em França e Professor Honorário da Universidade Iberoamericana de Santo Domingo. Designado para o cargo de Administrador da Media Capital em 15 de Novembro de 2005. O seu mandato expira em 31 de Dezembro de 2007. Para além de membro do Conselho de Administração da Grupo Media Capital, faz ainda parte das seguintes sociedades:

Fora do Grupo Media Capital

• Promotora de Informaciones, SA.	Administrador Delegado
• Sociedad Española de Radiodifusión, SA.	Administrador Delegado
• Diário El País, SL.	Administrador Delegado
• Unión Rádio Digital, SA.	Administrador
• Paltrieva, SA.	Administrador
• Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Rádio, SL.	Administrador
• Prisa División Internacional, SL.	Administrador
• Sapri Inversiones 2000 SICAV, SA.	Administrador
• Sogecable, SA.	Vice Presidente
• Timón, SA.	Administrador
• Promotora de Publicaciones, SL.	Administrador Delegado
• Le Monde, SA.	Administrador
• Sistema Radiópolis, SA. De C.V.	Administrador
• Cadena Radiodifusora Mexicana, SA. De C.V.	Administrador
• Rádio Comerciales, SA de C.V.	Administrador
• Rádio Melodía, SA. De C.V.	Administrador
• Rádio Televisora de Mexicali, SA. De C.V.	Administrador
• Rádio Tapatía, SA. De C.V.	Administrador
• Xezz, SA. de C. V.	Administrador
• Le Monde Europe, SA.	Representante do Membro do Comité de Direcção (PRISA)

Em 31 de Dezembro de 2006 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

JUAN LUÍS CEBRIÁN

Member of the Board of Directors. Mr. Cebrián is the CEO of Grupo Prisa, a journalist, academic and writer with several essays and books edited. After studying Humanidades at the Universidad Complutense in Madrid, he obtained a BS from the Escuela Oficial de Periodismo in Spain in 1963. He founded in 1963 the magazine Cuadernos para el dialogo, and was also chief editor and sub-director of the Madrid newspapers Pueblo and Informaciones until 1975. In the meantime, he was also the head of News Programming of TVE – Televisión Española. Mr. Cebrián co-founded and was the chief-editor of the daily newspaper El País since its beginning in 1976. He was appointed to his current position in 1988 and continues to be CEO of El País, Vice President of Cadena SER and Sogecable – a company that he also managed as CEO since its launch in 1989 until 1999. Mr. Cebrián was also recently appointed as Board member of the Le Monde following the increase of Grupo Prisa shareholding position on the company that edits this French daily newspaper. Mr. Cebrián received several journalist awards in his career and he is member of the Real Academia Española de Lengua, Knight of Arts in France and Honorary Professor at the Universidade Iberoamericana in Santo Domingo. He was appointed member of the Board of Directors on 15 November 2005. His mandate will come to an end on 31 December 2007. Mr. Juan Luis Cebrián is also part of the following companies:

Not Part of Media Capital Group

• Promotora de Informaciones, SA.	Chief Executive Officer
• Sociedad Española de Radiodifusión, SA.	Chief Executive Officer
• Diário El País, SL.	Chief Executive Officer
• Unión Rádio Digital, SA.	Director
• Paltrieva, SA.	Director
• Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Rádio, SL.	Director
• Prisa División Internacional, SL.	Director
• Sapri Inversiones 2000 SICAV, SA.	Director
• Sogecable, SA.	Vice Chairman
• Timón, SA.	Director
• Promotora de Publicaciones, SL.	Chief Executive Officer
• Le Monde, SA.	Director
• Sistema Radiópolis, SA. De C.V.	Director
• Cadena Radiodifusora Mexicana, SA. De C.V.	Director
• Rádio Comerciales, SA de C.V.	Director
• Rádio Melodía, SA. De C.V.	Director
• Rádio Televisora de Mexicali, SA. De C.V.	Director
• Rádio Tapatía, SA. De C.V.	Director
• Xezz, S.A. de C. V.	Director
• Le Monde Europe, SA.	Representative of the Member of the Direction Committee (PRISA)

On 31 December 2006, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

ELMAR HEGGEN

Administrador do Grupo Media Capital. O Dr. Elmar Heggen está no Grupo RTL desde 2000 onde é actualmente Executive Vice President for Regional Operations and Development. O Dr. Heggen é licenciado em Gestão de empresas pela European Business School na Alemanha, e tem um MBA pela Wales University. Antes de entrar no Grupo RTL, trabalhou na empresa Felix Schoeller na Alemanha, China e no Reino Unido. Antes de exercer o seu actual cargo, o Dr. Heggen foi também Senior Vice President for Strategy & Controlling do Grupo RTL, entre outros cargos. Desde Janeiro de 2006 que o Dr. Elmar Heggen é responsável pelo desenvolvimento de mercados emergentes da Europa de Leste, Central e Sul, bem como pela área de rádio e pelo mercado Belga. Desde Outubro de 2006, o Dr. Elmar Heggen é CFO e Head of Corporate Center do Grupo RTL.

Designado para o cargo de Administrador da Media Capital em 14 de Dezembro de 2005. O seu mandato expira em 31 de Dezembro de 2007.

Para além de membro do Conselho de Administração da Grupo Media Capital, faz ainda parte das seguintes sociedades:

Fora do Grupo Media Capital

• EDIRADIO	Membro do Conselho de Supervisão
• IMMOBILIERE BAYARD D'ANTIN	Administrador
• INADI SA	Administrador
• M-RTL ZRT	Administrador
• OOO MEDIA HOLDING REN TV	Administrador
• RTL 9	Administrador
• RTL GROUP CENTRAL & EASTERN EUROPE SA	Administrador Delegado
• RTL HRVATSKA D.O.O.	Presidente
• S5 SARL	Membro da Comissão Executiva
• SPORTFIVE SA	Administrador
• TVi SA	Administrador
• Antena 3 de Televisión SA	Administrador
• RTL Radio Deutschland GmbH	Administrador
• RTL Radio Berlin GmbH	Administrador
• RTL Radio Vermarktungsgesellschaft GmbH & Co.KG	Administrador
• RTL GROUP GERMANY SA	Administrador
• IP FRANCE SA	Administrador
• Radio H	Administrador
• CLT-UFA SA	Administrador
• FREMANTLEMEDIA SA	Administrador
• BROADCASTING CENTER EUROPE SA	Administrador
• MEDIA ASSURANCES SA	Administrador
• AUDIOMÉDIA INVESTMENTS SA	Administrador

Em 31 de Dezembro de 2006 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

ELMAR HEGGEN

Member of the Board of Directors. Mr. Heggen works for RTL Group since 2000 and is currently Executive Vice President for Regional Operations and Development. Mr. Heggen obtained a degree on Business Management from the European Business School in Germany and has an MBA from the Wales University. Before joining the RTL Group, he worked for Felix Schoeller in Germany, China and in the UK. Within the RTL Group, and before his current position, Mr. Heggen was also Senior Vice President for Strategy & Controlling of the Group. Since January 2006, Elmar Heggen has served on the RTL Group Executive Management team, where he is responsible for business development in the emerging markets of Southern, Central and Eastern Europe, as well as the radio business, and the Belgian market. Since 1 October 2006 Elmar Heggen is CFO and Head of the Corporate Centre of RTL Group.

He was appointed as Media Capital's Directors on 14 December 2005. His mandate will come to an end on 31 December 2007.

Mr. Heggen is also part of the following companies:

Not Part of Media Capital Group

• EDIRADIO	Member of the Supervisory Board
• IMMOBILIERE BAYARD D'ANTIN	Director
• INADI SA	Director
• M-RTL ZRT	Director
• OOO MEDIA HOLDING REN TV	Vice Chairman
• RTL 9	Director
• RTL GROUP CENTRAL & EASTERN EUROPE SA	Director delegate
• RTL HRVATSKA D.O.O.	Chairman
• S5 SARL	Member of the Management Committee
• SPORTFIVE SA	Director
• TVi SA	Director
• Antena 3 de Televisión SA	Director
• RTL Radio Deutschland GmbH	Director
• RTL Radio Berlin GmbH	Director
• RTL Radio Vermarktungsgesellschaft GmbH & Co.KG	Director
• RTL GROUP GERMANY SA	Director
• IP FRANCE SA	Director
• Radio H	Director
• CLT-UFA SA	Director
• FREMANTLEMEDIA SA	Director
• BROADCASTING CENTER EUROPE SA	Director
• MEDIA ASSURANCES SA	Director
• AUDIOMÉDIA INVESTMENTS SA	Director

On 31 December 2005, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

ANNET ARIS

Administradora do Grupo Media Capital. A Prof. Annet Aris é professora assistente do regente da cadeira de estratégia no INSEAD, onde também desenvolveu e lecciona o curso de MBA “Managing Media Companies”. Ela é também professora convidada de outras universidades, como por exemplo, a Universidade Católica de Ingolstadt/Eichstatt e a “Hamburg Media School” na Alemanha. De nacionalidade holandesa, a Prof. Annet Aris fez um Mestrado em Engenharia da Universidade de Wageningen, na Holanda, em 1984 e concluiu em 1986 o MBA no INSEAD em Fontainebleau já como consultora da McKinsey & Co. Foi consultora da McKinsey & Co. desde 1985 a 2003, trabalhando primeiro na Holanda e no Reino Unido, e, a partir de 1990, na Alemanha, onde foi eleita sócia em 1994 e foi co-responsável pela prática profissional de media na Alemanha entre 1999 e 2003, onde participou em numerosos projectos e abrangendo praticamente todas as áreas funcionais e sectores. A Prof. Annet Aris é também autora de numerosos artigos sobre o sector dos media e, em conjunto com Jacques Bughin, publicou o livro “Managing Media Companies, Harnessing creative value” (Wiley’s 2005). Pertence também aos Conselhos de Administração, como Independente, das empresas Hansa-Heemann e Tipp24 AG, ambas na Alemanha. Foi designada para o cargo de Administradora da Media Capital no dia 17 de Dezembro de 2004. O seu mandato expira em 31 de Dezembro de 2007.

Para além de membro do Conselho de Administração da Grupo Media Capital, faz ainda parte das seguintes sociedades:

Fora do Grupo Media Capital

• Tipp24 AG Germany	Administradora
• Hansa- Heeman AG, Rellingen Germany	Administradora

Em 31 de Dezembro de 2006 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

ANNET ARIS

Member of the Board of Directors. Annet Aris is adjunct professor of strategy at INSEAD where she developed and teaches the MBA-course “Man-aging Media Companies”. She is also a guest professor at amongst others the Catholic University of Ingolstadt/Eichstatt and the Hamburg Media School in Germany. She is a Dutch native and received a MSc. in engineering from the University of Wageningen in 1984. After acceptance in McKinsey’s European INSEAD Fellow program, she completed her MBA in Fontainebleau in 1986. She worked for McKinsey from 1985 until 2003, at first in the Netherlands and in the UK and, since 1990, in Germany. She was elected partner in 1994 and co-led McKinsey’s German Media Practice from 1999-2003 working on a wide array of topics. Annet is the author of a large number of articles on the media industry and, together with Jacques Bughin, of the book “Managing Media Companies, Harnessing creative value” (Wiley’s 2005). She is an independent board member of Hansa-Heemann AG and Tipp24 AG, both in Germany. She was appointed as member of the Board of Directors for a 4 year term on 17 December 2004. Her mandate will come to an end on 31 December 2007.

Prof. Aris is also part of the following companies:

Not Part of Media Capital Group

• Tipp24 AG Germany	Director
• Hansa- Heeman AG, Rellingen Germany	Director

On 31 December 2006, she held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

JAIME ROQUE DE PINHO D'ALMEIDA

Administrador do Grupo Media Capital. Licenciado em Direito pela Faculdade de Direito de Lisboa em 1965. Ocupou diversos cargos sénior no sector financeiro (banca comercial, banca de investimento, bem como seguros), em Portugal, Londres, Nova Iorque e Zurique, tendo sido administrador do Banco Borges & Irmão de 1965 a 1969, do Banco Totta & Açores de 1969 a 1976 e do Bankinstitut Zurich de 1978 a 1983. Foi o fundador da M.D.M. - Sociedade de Investimentos S.A. (que deu origem ao Deutsche Bank em Lisboa) onde foi CEO e Presidente até Janeiro de 1989. Ingressou no American International Group em 1989 onde foi responsável pela criação e gestão de um grupo de empresas (Fiseco) dedicadas à gestão de activos financeiros e foi board member da Excel Partners Investment Fund em Espanha até 1993. Em 1993, integrou a equipa de gestão do Grupo José de Mello, tornando-se em 1996, Vice-Presidente e CEO da Companhia de Seguros Império S.A. e em 2000, após a sua aquisição pelo Grupo BCP, foi membro do Conselho de Administração da Seguros e Pensões Gere SGPS, S.A. e de outras subsidiárias do Grupo BCP no sector segurador.

Eleito para o cargo de Administrador da Media Capital no dia 10 de Março de 2004. O seu mandato expira em 31 de Dezembro de 2007.

Para além de membro do Conselho de Administração da Grupo Media Capital, faz ainda parte das seguintes sociedades:

Fora do Grupo Media Capital

• TMN – Telecomunicações Móveis Nacionais, SA.	Vogal do Conselho Fiscal
• Saconsult- Consultadoria de Gestão Económica e Financeira Lda.	Gerente
• IBERSÁ - Consultadoria de Gestão Económica e Financeira, Lda.	Gerente
• OUTSYSTEMS - Software em Rede, SA.	Administrador
• APS - Associação Portuguesa de Seguradores	Presidente da Direcção

Em 31 de Dezembro de 2006 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

TIRSO OLAZÁBAL CAVERO

Administrador do Grupo Media Capital. Licenciado em Gestão pela Universidad Complutense de Madrid. Tirso Olazábal Caveró foi Director Geral da Hierros Gastaminza (Madrid) entre 1979 e até 1984. Em 1984 e até 1986, trabalhou para a Nemar S.A. (Bilbao) Stevedor company como Director Comercial. Trabalhou como Director de Área na La Vasco Navarra (Madrid), uma companhia de seguros, desde 1987 e até 1988. Desde 1988 e até 2002 Tirso Olazábal Caveró foi membro do Conselho de Administração e Administrador Delegado da Constância Editores S.A. (Lisboa), editora do Grupo Prisa. Desde 2002 é accionista maioritário e Administrador Delegado da AGOA, S.A. (Lisboa), empresa de gestão de resíduos, e é sócio e consultor da OLAZÁBAL & ARTOLA, LDA. (Lisboa). Eleito para o cargo de Administrador da Media Capital pela Assembleia Geral realizada no dia 25 de Setembro de 2006. O seu mandato expira em 31 de Dezembro de 2007. Para além de membro do Conselho de Administração da Grupo Media Capital, Tirso Olazábal Caveró não desempenha cargos fora do Grupo Media Capital.

Em 31 de Dezembro de 2006 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

JAIME ROQUE DE PINHO D'ALMEIDA

Member of the Board of Directors of Media Capital Group. He has a Law Degree from the Faculdade de Direito de LisboaLisbon Classic University, completed in 1965. Mr. D'Almeida has been employed in several senior managerial in the finance sector (commercial banks, investment banking and insurance), in Portugal, London, New York and Zurich, and was a member of the Board of Directors of Banco Borges & Irmão from 1965 to 1969, Banco Totta & Açores from 1969 to 1976 and Bankinstitut Zurich from 1978 to 1983. He was the founding member of M.D.M. - Sociedade de Investimentos S.A. (which later became the Deutsche Bank in Lisbon), where he was CEO and Chairman until January 1989. Joined the American International Group in 1989, where he was responsible for the creation and management of a Group of Companies (Fiseco) managing financial assets and was board a Board member of the Excel Partners Investment Fund in Spain until 1993. Then, he joined the management team of Grupo José de Mello. In 1996, he was appointed Vice-PresidentChairman and CEO of Companhia de Seguros Império S.A. and in 2000, after the acquisition of Companhia de Seguros Império S.A. by Grupo BCP, he became a member of the Board of Directors of Seguros e Pensões Gere SGPS, S.A. and a member of the Board of Directors of other Grupo BCP subsidiaries in the insurance sector. He is a non-executive member of the Board of Directors of PT Comunicações S.A. He was appointed member of the Board of Directors by the Shareholders General Meeting dated 10 March 2004, ending on 31 December 2007.

Mr. Pinho d'Almeida is also part of the following companies:

Not Part of Media Capital Group

• TMN – Telecomunicações Móveis Nacionais, SA.	Member of the Fiscal Board
• Saconsult- Consultadoria de Gestão Económica e Financeira Lda.	Director
• IBERSÁ - Consultadoria de Gestão Económica e Financeira, Lda.	Director
• OUTSYSTEMS - Software em Rede, SA.	Director
• APS - Associação Portuguesa de Seguradores	Chairman

On 31 December 2006, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

TIRSO OLAZÁBAL CAVERO

Director of Media Capital. Tirso Olazábal Caveró has a Bachelor in Business Administration from Universidad Complutense de Madrid (Spain). Tirso Olazábal Caveró was General Manager of Hierros Gastaminza (Madrid) from 1979 to 1984. In 1984 and to 1986, he worked for Nemar S.A. (Bilbao) Stevedor company as Commercial manager. He worked as Area Manager on La Vasco Navarra (Madrid), an Insurance company, from 1987 to 1988.

Since 1988 to 2002, Tirso Olazábal Caveró was member of the Board of Directors and Managing Director of Constância Editores S.A. (Lisbon), a publishing company of PRISA Group.

Since 2002, he is a major Partner and Managing Director of AGOA, S.A. (Lisbon), a waste management company, and is Partner and Consultancy of OLAZÁBAL & ARTOLA,LDA (Lisbon).

He was appointed member of the Board of Directors by the Shareholders General Meeting dated 25 September 2006, ending on 31 December 2007.

Tirso Olazábal Caveró is not a part on any other companies.

On 31 December 2006, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

EDUARDO ZULUETA

Administrador do Grupo Media Capital. Licenciado em Economia Internacional pela Georgetown University (Washington D.C.). Mestrado em Finanças Internacionais pela Columbia University (New York City).

Eduardo Zulueta trabalhou em serviços financeiros, tendo assumido diversas responsabilidades em departamentos de corporate finance do Citibank e Bank of America em Espanha. Foi Chief Financial Officer e Vice Presidente da Iniexport, do Grupo INI, naquela data a maior holding de indústria espanhola. Em 1989 começou a trabalhar na indústria de televisão. Assumiu o cargo de Administrador Delegado da Molinare Spain, sociedade líder de pós-produção. Em 1996 é designado Administrador Delegado da Multicanal, sociedade pioneira na produção de canais temáticos em Espanha. Assumiu a responsabilidade de reestruturação da área de conteúdos da Telefonica controlada pela plataforma DTH Via Digital, na qualidade de Director de Programas e Conteúdos. Em Julho de 1999 foi designado Administrador Delegado para Espanha e Portugal da FremantleMedia (Pearson Television). Em Setembro de 2003, cria a sua própria sociedade, Mabat; consultora de gestão especializada em Media com clientes como o Grupo RTL, sociedade detentora do maior broadcast Europeu, French broadcaster M6 e Multicanal.

Eleito para o cargo de Administrador da Media Capital pela Assembleia Geral realizada no dia 25 de Março de 2006. O seu mandato expira em 31 de Dezembro de 2007.

Para além de membro do Conselho de Administração da Grupo Media Capital, faz ainda parte das seguintes sociedades:

Fora do Grupo Media Capital

• Multicanal Iberia S.L.U	Presidente e Administrador Delegado
• Multicanal Spain Holding S.L.U.	Presidente e Administrador Delegado
• The History Channel Iberia B.V	Administrador
• Mabat S.L.	Administrador

Em 31 de Dezembro de 2006 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

EDUARDO ZULUETA

Director of Media Capital. Eduardo Zulueta Bachelor in International Economics from Georgetown University (Washington D.C.). Master in International Finance from Columbia University (New York City). Eduardo Zulueta has worked for a number of years in the financial services industry; he has held several responsibilities in the corporate finance departments of Citibank and Bank of America in Spain. He was also Chief Financial Officer and Vice President of Iniexport, the trading arm of the INI Group, at the time Spain's largest industrial holding. In 1989 he starts working in the television industry. During his tenure as Managing Director of Molinare Spain, the company becomes the leading postproduction facility. In 1996 he is appointed Managing Director of Multicanal, the pioneering company in the production of thematic channels in Spain. Multicanal becomes the most successful company in this field, in terms of subscriber penetration, subscriber satisfaction and profitability. From this responsibility he was called to restructure the content area of Telefonica controlled DTH platform Via Digital as its Director of Programming and Content. In July 1999 he was appointed Managing Director for Spain and Portugal at FremantleMedia (formerly Pearson Television) and has produced several prime time and daily television shows with excellent ratings. In September 2003, he launches his own company, Mabat; a management consultancy company specialized in Media with clients such as RTL Group, Europe's largest broadcasting company, French broadcaster M6 and Multicanal.

He was appointed member of the Board of Directors by the Shareholders General Meeting dated 25 September 2006, ending on 31 December 2007.

Mr. Eduardo Zulueta is also part of the following companies:

Not Part of Media Capital Group

• Multicanal Iberia S.L.U	Chairman and Managing Director
• Multicanal Spain Holding S.L.U.	Chairman and Managing Director
• The History Channel Iberia B.V	Director
• Mabat S.L.	Director

On 31 December 2006, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

DELEGAÇÃO DE PODERES

Na Media Capital não foi designada uma Comissão Executiva, sendo as decisões de gestão tomadas pelo Conselho de Administração, no desenrolar normal das suas funções, considerando-se a constituição de uma comissão deste tipo desnecessária ao bom funcionamento da Sociedade e à protecção dos interesses dos accionistas. Cumpre, no entanto, salientar, em matéria de delegação de competências de gestão, a designação, com efeitos a partir de 15 de Novembro de 2005, do Administrador D. Manuel Polanco Moreno como Administrador Delegado da Sociedade, a quem foram conferidos poderes de gestão corrente da Sociedade, nos termos do disposto no artigo 22.º do Contrato de Sociedade.

FUNCIONAMENTO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O Conselho de Administração reúne sempre que for convocado verbalmente ou por escrito pelo seu Presidente ou por dois vogais, quando e onde o interesse social o exigir e pelo menos trimestralmente. Durante o exercício de 2006, o Conselho de Administração do Grupo Media Capital reuniu regularmente 11 vezes no ano com participação ou representação de todos os seus membros, garantindo o controlo efectivo da gestão do Grupo.

REMUNERAÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

As remunerações atribuídas aos membros dos órgãos de administração da Media Capital, no exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, foram de €1.605.181,79. Estas remunerações foram auferidas nas diversas empresas incluídas na consolidação. Das remunerações auferidas em 2006, €747.000,00 foram auferidas pelos membros executivos dos órgãos de administração da Media Capital e um total de €858.181,79

auferidos pelos membros não executivos (incluindo os membros independentes) dos órgãos de administração.

DESCRIÇÃO DA POLÍTICA DE REMUNERAÇÃO

O Conselho de Administração da Media Capital é constituído por administradores executivos e não executivos (onde se incluem os membros independentes).

A Política de Remuneração dos membros executivos do Conselho de Administração da Media Capital obedece a um plano assente na conciliação da vertente fixa e variável da remuneração auferida pelos mesmos.

Os Administradores não executivos (incluindo os membros independentes) auferem uma remuneração fixa e regular não estando, no entanto, previsto qualquer modelo de remuneração variável, uma vez que a sua intervenção no Conselho de Administração se deve à vasta experiência profissional que detêm, representando para o Grupo uma fonte de apoio e partilha de conhecimento (*know-how*) muito valiosa.

ATRIBUIÇÃO DE PRÉMIOS DE DESEMPENHO

Para os Administradores executivos da Media Capital, foi definida uma política de remuneração variável, que pretende ligar o desempenho dos membros do órgão de administração aos resultados operacionais do Grupo, reflectindo o seu envolvimento no quotidiano e motivação individual.

OUTROS BENEFÍCIOS

Para além destas medidas, disponibilizam-se ainda aos membros do Conselho de Administração da Media Capital benefícios não pecuniários, nomeadamente, ao nível dos seguros de saúde e de vida.

PLANO DE STOCK OPTIONS

Conforme referido no Capítulo 1 do presente documento, a Media Capital

implementou um Plano de Opções de Aquisição de Acções dirigido aos membros do Conselho de Administração da Media Capital, com direitos de aquisição de acções representando até 5% do capital social da Sociedade, os quais são atribuídos a membros do Conselho de Administração da Media Capital elegíveis como beneficiários daquele Plano, por um período de até ao máximo de quatro anos, desde que determinado grau de desempenho seja atingido e nos precisos termos e condições que sejam definidos pela órgãos competentes. Compete à Comissão de Nomeação e Remuneração dos Órgãos Sociais decidir da atribuição das opções de subscrição de acções aos membros do Conselho de Administração da Media Capital elegíveis como beneficiários do Plano.

Lisboa, 27 de Fevereiro de 2007

O Conselho de Administração,

Miguel Pais do Amaral
(Presidente)

Manuel Polanco Moreno
(Vogal)

Miguel Gil Peral
(Vogal)

Annet Aris
(Vogal)

Eduardo Zulueta
(Vogal)

Elmar Heggen
(Vogal)

Jaime Roque de Pinho D'Almeida
(Vogal)

Juan Luis Cebrián Echarri
(Vogal)

Tirso Olazábal
(Vogal)

DELEGATION OF POWERS

Media Capital Group does not have an Executive Committee. Managerial decisions are taken by the Board of Directors, in the regular carrying out of its functions, the incorporation of this kind of committee being considered unnecessary for the good functioning of the company and for the protection of the shareholders' interests. Nevertheless, in the context of the delegation of managerial decisions, Mr. Manuel Polanco Moreno was appointed Chief Executive Officer, with effects as from 15 November 2005. He is authorised to take day-to-day management decisions, pursuant to Article 22.º of the Company's Articles of Association.

DELIBERATIONS OF THE BOARD OF DIRECTORS

The Board of Directors will meet whenever it is convened, orally or in writing, by its Chairman or by two of its members, when and where the corporate interest demands it and at least quarterly. During 2006, the Board of Directors of the Media Capital Group met regularly, eleven times, almost all its members having participated or been represented at such meetings, thus guaranteeing the effective control of Media Capital Group's management.

REMUNERATION

The aggregate remuneration paid to the members of the Company's Board of Directors for the year concluding on 31 December 2006, amounted to € 1,605,181.79. These remunerations were paid in the several companies included in the consolidated accounts.

The remunerations paid can also be divided as follows: € 3747,00.00 paid to the executive members of the Company's Board of Directors and € 858,181.79 paid to the non-executive members of this Board (included the independent members of the Board of Directors).

DESCRIPTION OF THE REMUNERATION POLICY

The Board of Directors of Grupo Media Capital SGPS, S.A. is composed by executive and non-executive directors - the latter of which include independent directors.

The remuneration of the executive members of the Board of Directors policy is in accordance with a plan that conciliates fixed and variable remunerations.

The non-executive members of the Board of Directors (including the independent members) receive fixed and regular remuneration. No variable remuneration is paid to such Directors, as their participation in the Board of Directors is due to their relevant professional experience in the Group and they represent a important know how surplus.

PAYMENT OF BONUS

A variable remuneration plan has been defined in what concerns the executive Directors of Media Capital Group. Bonuses are related to the director's performance and the operational results of the Group, reflecting their commitment and personal motivation.

OTHER BENEFITS

The members of the Board of Directors of Media Capital also benefit from non-pecuniary benefits such as health and life insurance.

STOCK OPTION PLAN

As referred in the Chapter 1 of this Report, Media Capital implemented a "Stock Option Plan" addressed to members of the Board of Directors of Media Capital, eligible as beneficiaries of the Stock Option Plan, acquisition rights of shares representing up to 5% of the Company's share capital will be awarded to members of the Board of Directors of Media Capital over a period of a maximum of four years, since certain conditions are fulfilled

and in accordance with the precise terms and conditions to be defined by the competent bodies. The Corporate Bodies Nomination and Compensation Committee is responsible for the award of the acquisition rights to the members of the Board of Directors eligible as beneficiaries of the Stock Option Plan.

Lisbon, 27 February 2007

The Board of Directors,

Miguel Pais do Amaral
(Chairman)

Manuel Polanco Moreno
(Executive Director)

Miguel Gil Peral
(Executive Director)

Annet Aris
(Non Executive Director)

Eduardo Zulueta
(Non Executive Director)

Elmar Heggen
(Non Executive Director)

Jaime Roque de Pinho D'Almeida
(Non Executive Director)

Juan Luis Cébrian Echarri
(Non Executive Director)

Tirso Olazábal
(Non Executive Director)



DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS
E NOTAS ANEXAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005
(Montantes expressos em euros)

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DE RESULTADOS DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005 (montantes expressos em euros)

	NOTAS	2006	2005
PROVEITOS OPERACIONAIS:			
Vendas	9	25 310 241	28 087 013
Prestações de serviços	9	189 360 472	184 228 129
Outros proveitos operacionais	9	14 845 028	8 932 276
Total de proveitos operacionais		229 515 741	221 247 418
CUSTOS OPERACIONAIS:			
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	10	(37 832 735)	(35 331 998)
Fornecimentos e serviços externos		(90 602 834)	(89 826 498)
Custos com pessoal	11	(51 917 945)	(51 234 528)
Amortizações	16 e 17	(11 516 883)	(11 737 571)
Provisões	28	(227 942)	(530 132)
Outros custos operacionais		(3 986 724)	(3 860 611)
Total de custos operacionais		(196 085 063)	(192 521 338)
RESULTADOS OPERACIONAIS		33 430 678	28 726 080
RESULTADOS FINANCEIROS:			
Custos financeiros líquidos	12	(5 198 957)	(8 046 221)
Perdas em empresas associadas líquidas	18	(4 182 875)	(985 164)
		(9 381 832)	(9 031 385)
RESULTADOS ANTES DE IMPOSTOS		24 048 846	19 694 695
Imposto sobre o rendimento do exercício	13	(8 453 479)	(6 954 561)
RESULTADO CONSOLIDADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO		15 595 367	12 740 134
Atribuível a:			
Accionistas maioritários		15 400 399	13 013 135
Interesses minoritários	26	194 968	(273 001)
Resultado por acção			
Básico	14	0,1822	0,1557
Diluído	14	0,1800	0,1525

O anexo faz parte integrante das demonstrações consolidadas dos resultados dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
BALANÇOS CONSOLIDADOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005 (montantes expressos em euros)

	NOTAS	2006	2005
ACTIVO			
ACTIVOS NÃO CORRENTES:			
Goodwill	15	174 373 452	174 373 452
Activos intangíveis	16	11 437 371	12 930 039
Activos tangíveis	17	37 528 818	34 726 252
Investimentos financeiros	18	653 756	574 772
Direitos de transmissão de programas televisão	19	39 541 418	47 718 698
Outros activos não correntes	20	541 222	2 544 587
Impostos diferidos activos	13	5 559 195	13 691 283
		269 635 232	286 559 083
ACTIVOS CORRENTES:			
Direitos de transmissão de programas televisão	19	4 630 125	-
Existências	21	1 956 592	1 990 274
Clientes e contas a receber	22	46 304 761	42 241 092
Outros activos correntes	23	14 697 905	14 212 896
Caixa e seus equivalentes	24	8 611 255	3 607 670
Instrumentos financeiros derivados	33	2 805 494	1 785 894
		79 006 132	63 837 826
TOTAL DO ACTIVO		348 641 364	350 396 909
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO			
CAPITAL PRÓPRIO:			
Capital	25	7 606 186	7 606 186
Prémio de emissão de acções	25	81 709 213	82 035 267
Reservas	25	10 502 675	10 602 325
Resultados transitados	25	28 593 409	15 254 220
Resultado líquido do exercício	25	15 400 399	13 013 135
Capital próprio atribuível aos accionistas maioritários		143 811 882	128 511 133
Capital próprio atribuível a interesses minoritários	26	3 036 028	2 857 764
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO		146 847 910	131 368 897
PASSIVO:			
PASSIVO NÃO CORRENTE:			
Empréstimos	27	49 948 887	83 889 674
Provisões	28	6 039 314	7 019 248
Outros passivos não correntes	29	3 142 909	6 389 385
Instrumentos financeiros derivados	33	184 302	1 102 395
Impostos diferidos passivos	13	894 479	1 277 335
		60 209 891	99 678 037
PASSIVO CORRENTE:			
Empréstimos	27	28 869 999	21 884 723
Fornecedores e contas a pagar	30	83 018 858	68 112 201
Outros passivos correntes	31	29 694 706	29 353 051
		141 583 563	119 349 975
TOTAL DO PASSIVO		201 793 454	219 028 012
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO		348 641 364	350 396 909

O anexo faz parte integrante dos balanços consolidados em 31 de Dezembro de 2006 e 2005.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005
(montantes expressos em euros)

	2006	2005
ATIVIDADES OPERACIONAIS:		
Recebimentos de clientes	294 296 217	275 043 507
Pagamentos a fornecedores	(138 249 717)	(140 238 340)
Pagamentos ao pessoal	(51 316 571)	(50 442 233)
Fluxos gerados pelas operações	104 729 929	84 362 934
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(48 653 763)	(48 253 905)
Fluxos das actividades operacionais (1)	56 076 166	36 109 029
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:		
Recebimentos provenientes de:		
Vendas de activos tangíveis	257 120	295 463
Dividendos	52 800	243 733
Outros investimentos	-	372 533
	309 920	911 729
Pagamentos respeitantes a:		
Aquisição de investimentos financeiros	(2 570 984)	(3 627 724)
Aquisição de activos tangíveis	(11 669 465)	(7 278 410)
Aquisição de activos intangíveis	(28 460)	(1 620 445)
Empréstimos concedidos a empresas participadas	(678 006)	(5 361 144)
	(14 946 915)	(17 887 723)
Fluxos das actividades de investimento (2)	(14 636 995)	(16 975 994)
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos	628 492	990 000
Aumento de capital e prestações acessórias	-	4 898 217
Juros e proveitos similares	479 205	242 799
	1 107 697	6 131 016
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(29 076 238)	(16 524 617)
Amortização de contratos de locação financeira	(1 051 494)	(1 596 476)
Juros e custos similares	(4 364 737)	(5 267 731)
Dividendos	-	(171 361)
Outras despesas financeiras	(3 050 814)	(3 424 905)
	(37 543 283)	(26 985 090)
Fluxos das actividades de financiamento (3)	(36 435 586)	(20 854 074)
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	5 003 585	(1 721 039)
Caixa e seus equivalentes no início do período	3 607 670	5 328 709
Caixa e seus equivalentes no fim do período	8 611 255	3 607 670

O anexo faz parte integrante das demonstrações dos fluxos de caixa dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DAS ALTERAÇÕES NO CAPITAL
PRÓPRIO DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO
DE 2006 E 2005 (montantes expressos em euros)

	CAPITAL PRÓPRIO ATRIBUÍVEL AOS ACCIONISTAS MAIORITÁRIOS					CAPITAL PRÓPRIO ATRIBUÍVEL A INTERESSES MINORITÁRIOS	TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO
	CAPITAL	PRÉMIO DE EMISSÃO DE ACÇÕES	RESERVAS	RESULTADOS TRANSITADOS	RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO		
Saldo em 31 de Dezembro de 2004	7 448 833	187 724 062	9 307 811	(104 627 336)	9 451 897	109 305 267	112 479 365
Aumento de capital (Nota 25)	157 353	4 740 864	-	-	-	4 898 217	4 898 217
Transferências (Nota 25)	-	(110 429 659)	-	110 429 659	-	-	-
Aplicação de resultados	-	-	-	9 451 897	(9 451 897)	-	-
Alteração de perímetro de consolidação e aquisição de interesses minoritários	-	-	-	-	-	128 025	128 025
Valor de mercado das opções de compra de acções (Nota 39)	-	-	1 294 514	-	-	1 294 514	1 294 514
Varição dos capitais próprios das empresas controladas	-	-	-	-	-	(171 358)	(171 358)
Resultado consolidado líquido do exercício	-	-	-	-	13 013 135	13 013 135	12 740 134
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	7 606 186	82 035 267	10 602 325	15 254 220	13 013 135	128 511 133	131 368 897
Aplicação de resultados	-	(326 054)	-	13 339 189	(13 013 135)	-	-
Alteração de perímetro de consolidação e aquisição de interesses minoritários	-	-	-	-	-	(16 704)	(16 704)
Valor de mercado das opções de compra de acções	-	-	(99 650)	-	-	(99 650)	(99 650)
Resultado consolidado líquido do exercício	-	-	-	-	15 400 399	15 400 399	15 595 367
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	7 606 186	81 709 213	10 502 675	28 593 409	15 400 399	143 811 882	146 847 910

O anexo faz parte integrante das demonstrações consolidadas das alterações do capital próprio dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005.

NOTA INTRODUTÓRIA

O Grupo Media Capital, SGPS, S.A. (“Empresa” ou “Media Capital”), foi constituído em 1992 e, através das suas empresas participadas e associadas (“Grupo” ou “Grupo Media Capital”), desenvolve as actividades de difusão e produção de programas televisivos e outras actividades de media, de edição, produção e distribuição multimédia de revistas e concepção, realização, produção e difusão de programas radiofónicos.

As presentes demonstrações financeiras foram aprovadas pelo Conselho de Administração em 27 de Fevereiro de 2007.

As acções da Media Capital encontram-se cotadas na Euronext Lisbon – Sociedade Gestora de Mercados Regulamentados, S.A..

O Grupo opera essencialmente no sector de media em Portugal, estando presente nos negócios de televisão, rádio, imprensa, outdoor e Internet. Encontra-se também presente em negócios que têm sinergias com os media, como a produção de conteúdos de televisão, a edição discográfica, a distribuição de direitos cinematográficos, a realização de eventos, a organização de feiras e exposições empresariais.

A actividade de difusão de programas televisivos é efectuada pela TVI – Televisão Independente, S.A. (“TVI”), no âmbito da licença de exploração da actividade de televisão. A produção de parte dos conteúdos televisivos difundidos pela TVI, é assegurada pelo Grupo NBP, encabeçado pela NBP – Produção em Vídeo, S.A. (“NBP”) e incluindo a Fealmar – Empresa Teatro Estúdio de Lisboa, S.A. (“Fealmar”).

A MCR – Sociedade Unipessoal, S.A. (“MCR”) é a sub-holding do Grupo para a actividade radiofónica e detém as empresas Rádio Comercial, S.A. (“Comercial”), R. Cidade, S.A. (“Cidade”), Rádio Regional de Lisboa, S.A. (“Regional”) e Rádio XXI, Lda. (“Rádio XXI”), detentoras dos alvarás para o exercício de radiodifusão sonora.

A Media Capital Outdoor – Publicidade, S.A. (“MC Outdoor”) é a sub-holding para a publicidade exterior, dispondo as empresas participadas de mais de 14 mil posições em todos os segmentos de mercado: publicidade em transportes, mobiliário urbano e posições fixas. Detém, adicionalmente, a exploração de ecrãs televisivos nas estações do Metro de Lisboa, sob a marca MCO TV.

A Media Capital Edições, S.A. (“MCE”) desenvolve a actividade de publicação e distribuição de revistas no mercado.

A Media Capital – Editora Multimédia, S.A. (“Multimédia”) e a Media Capital Telecomunicações, S.A. (“MCT”) são as empresas que actuam no segmento da Internet, suportadas pelo portal www.iol.pt.

2. PRINCIPAIS POLÍTICAS CONTABILÍSTICAS

2.1 Bases de apresentação

As demonstrações financeiras consolidadas foram preparadas no pressuposto da continuidade das operações, a partir dos livros e registos contabilísticos das empresas incluídas na consolidação (Nota 4).

As demonstrações financeiras consolidadas do Grupo Media Capital foram elaboradas de acordo com os International Financial Reporting Standards (“IFRS”) emitidos pelo International Accounting Standards Board (“IASB”), adoptados pela União Europeia, e com as interpretações do International Financial Reporting Interpretation Committee (“IFRIC”).

A adopção dos IFRS ocorreu pela primeira vez em 2005, pelo que a data de transição dos princípios contabilísticos portugueses (“POC”) para esse normativo foi fixada em 1 de Janeiro de 2004, de acordo com o disposto no IFRS 1 – Adopção pela primeira vez das normas internacionais de relato financeiro (“IFRS 1”).

2.2 Princípios de consolidação

Os métodos de consolidação adoptados pelo Grupo são os seguintes:

a) Empresas controladas

As participações financeiras em empresas controladas, isto é, nas quais o Grupo detenha, directa ou indirectamente, mais de 50% dos direitos de voto em Assembleia Geral de Accionistas ou detenha o poder de controlar as suas políticas financeiras e operacionais (definição de controlo utilizada pelo Grupo), foram incluídas nestas demonstrações financeiras consolidadas, pelo método de consolidação integral. O capital próprio e o resultado líquido destas empresas correspondente à participação de terceiros nas mesmas, é apresentado separadamente no balanço consolidado e na demonstração de resultados consolidada, respectivamente, na rubrica “Interesses minoritários”. As empresas incluídas na consolidação encontram-se indicadas na Nota 4.

Quando os prejuízos atribuíveis aos accionistas minoritários excedem o respectivo interesse no capital próprio da empresa controlada, o Grupo absorve esse excesso e quaisquer prejuízos adicionais, excepto quando os minoritários tenham obrigação e sejam capazes de cobrir esses prejuízos. Se a empresa controlada, subsequentemente, reportar lucros, o Grupo apropria todos os lucros até que a parte minoritária dos prejuízos absorvidos pelo Grupo tenha sido recuperada.

Os activos, passivos e passivos contingentes de empresas controladas são identificados ao seu justo valor na data de aquisição,

para as aquisições efectuadas a partir de 1 de Janeiro de 2004. Qualquer excesso do custo de aquisição face ao justo valor dos activos líquidos adquiridos é reconhecido como goodwill (Nota 2.3.). Caso o diferencial entre o custo de aquisição e o justo valor dos activos líquidos adquiridos seja negativo, o mesmo é reconhecido como resultado do período. Os interesses de accionistas minoritários são apresentados pela respectiva proporção do justo valor dos activos e passivos identificados.

Os resultados das filiais adquiridas ou vendidas durante o período estão incluídos nas demonstrações de resultados desde a data da sua aquisição, ou até à data da sua venda.

Sempre que necessário, são efectuados ajustamentos às demonstrações financeiras das filiais para adequar as suas políticas contabilísticas às usadas pelo Grupo. As transacções, os saldos e os dividendos distribuídos entre empresas do Grupo são eliminados no processo de consolidação.

b) Empresas associadas

Os investimentos financeiros em empresas associadas (aquelas onde o Grupo exerce uma influência significativa, mas não detém o seu controlo individual ou conjuntamente – geralmente investimentos representando entre os 20% a 50% do capital de uma empresa) são registados pelo método da equivalência patrimonial.

De acordo com o método de equivalência patrimonial, as participações financeiras são ajustadas periodicamente pelo valor correspondente à participação nos resultados líquidos das empresas associadas por contrapartida de ganhos e perdas financeiros, e por outras variações ocorridas nos activos e passivos adquiridos. As participações financeiras poderão igualmente ser ajustadas pelo reconhecimento de perdas de imparidade.

As perdas em empresas associadas em excesso do investimento nelas efectuado, não são reconhecidas, excepto quando o Grupo tenha assumido compromissos para com essa associada ou para com os seus credores.

Qualquer excesso do custo de aquisição sobre o justo valor dos activos líquidos identificáveis da empresa associada na data de aquisição, é reconhecido como goodwill e registado como valor de investimento financeiro em associadas. Caso o justo valor dos activos líquidos identificáveis seja superior ao custo de aquisição a diferença é registada como proveito do período.

É feita uma avaliação periódica dos investimentos em empresas associadas no sentido de verificar se existem perdas por imparidade. Estas são registadas como custo do período em que ocorrem.

Os investimentos financeiros em empresas associadas encontram-se indicados na Nota 5.

c) Investimentos financeiros em outras empresas

Os investimentos financeiros representativos de partes de capital em empresas participadas em menos de 20% foram valorizados ao custo de aquisição, ou pelo seu valor estimado de realização quando inferior.

2.3 Goodwill

O goodwill representa o excesso de custo de aquisição sobre o justo valor dos activos e passivos identificáveis de uma empresa controlada, na respectiva data de aquisição, em conformidade com o estabelecido no IFRS 3 – Concentrações de actividades empresariais. Decorrente da excepção prevista no IFRS 1, o Grupo aplicou as disposições do IFRS 3 apenas às aquisições ocorridas posteriormente a 1 de Janeiro de 2004. Os valores de goodwill correspondentes a aquisições anteriores a esta data foram mantidos, ao invés de serem recalculados de acordo com o IFRS 3, sendo sujeitos anualmente a testes de imparidade desde aquela data.

De acordo com o IFRS 3, o goodwill não está sujeito a amortização, sendo as perdas de imparidade registadas na demonstração de resultados do período na rubrica de “Provisões e perdas por imparidade”. Estas perdas de imparidade não podem ser revertidas.

Para efeitos da análise de imparidade, o goodwill é distribuído pelas unidades geradoras de caixa, nas quais é expectável existirem benefícios com as sinergias criadas com a aquisição dos investimentos. A análise de imparidade é efectuada anualmente, ou sempre que se verifique essa necessidade, para cada unidade geradora de caixa. Caso o valor recuperável da unidade geradora de caixa seja inferior ao seu valor contabilístico, a diferença é atribuída primeiro ao goodwill, e depois ao valor contabilístico dos activos da unidade, proporcionalmente ao seu respectivo valor.

Na alienação de uma empresa controlada ou associada, o correspondente goodwill é incluído na determinação da mais ou menos valia.

2.4 Activos intangíveis

Os activos intangíveis encontram-se registados ao custo de aquisição, deduzido das amortizações e perdas de imparidade acumuladas, se aplicável. Os activos intangíveis apenas são reconhecidos quando for provável que deles advenham benefícios económicos futuros, sejam controláveis e se possa definir razoavelmente o seu valor.

As amortizações são calculadas, após o início de utilização, pelo método das quotas constantes, em conformidade com o período de vida útil estimado, em que esses activos intangíveis geram benefícios económicos futuros.

2.5 Activos tangíveis

2.5.1 Equipamentos

Os activos tangíveis encontram-se registados ao custo de aquisição, deduzido de amortizações acumuladas e de perdas de imparidade acumuladas, se aplicável.

Equipamento básico

Considera-se como custo de aquisição, o preço de compra adicionado das despesas imputáveis à compra. Adicionalmente, sempre que seja aplicável, é adicionado ao preço de compra a estimativa dos custos de desmantelamento, remoção dos activos e requalificação do local.

Equipamento de transporte

As perdas estimadas decorrentes da substituição de equipamentos antes do fim da sua vida útil, por motivos de obsolescência tecnológica, são reconhecidas como uma dedução ao custo do activo respectivo, por contrapartida de resultados do período.

Outros proveitos operacionais

Os encargos com manutenção e reparações de natureza corrente são registados como custo quando incorridos. Os custos de valor significativo incorridos com renovações ou melhorias dos activos tangíveis, são capitalizados e amortizados no correspondente período estimado de recuperação desses investimentos, quando seja provável a existência de benefícios económicos futuros associados ao activo, e quando possam ser mensurados de uma forma fiável.

Outros custos operacionais

Os activos tangíveis em curso são registados ao custo de aquisição, deduzido de eventuais perdas de imparidade acumuladas, e começam a ser amortizados a partir do momento em que estejam concluídos ou disponíveis para utilização. A partir do momento que determinados bens tangíveis passam a ser detidos para venda, cessa a respectiva amortização, e passam a ser classificados como activos não correntes disponíveis para venda. Os ganhos e perdas nas alienações de activos tangíveis, determinados pela diferença entre o valor de venda e o valor ao qual estão registados, são registados em resultados nas rubricas “Outros proveitos operacionais” ou “Outros custos operacionais”.

Outros proveitos operacionais

A amortização do valor dos activos tangíveis deduzido do seu valor residual, é realizada de acordo com o método das quotas constantes, a partir do mês que se encontram disponíveis para utilização, em conformidade com a vida útil dos activos, definida em função da utilidade esperada.

Outros custos operacionais

As taxas de amortização praticadas correspondem, em média, às seguintes vidas úteis:

	ANOS
Edifícios e outras construções	10 - 50
Equipamento básico	6 - 15
Equipamento de transporte	4
Ferramentas e utensílios	3 - 10
Equipamento administrativo	3 - 10
Outras imobilizações corpóreas	3 - 10

2.6 Leasing

2.6.1 Locação financeira

Locação financeira

Locação operacional

Os activos imobilizados adquiridos segundo contratos de locação são registados como leasing financeiro, caso sejam transferidos substancialmente todos os riscos e vantagens inerentes à posse. Os activos são registados ao mais baixo do valor presente das rendas futuras ou do valor de mercado do activo na data do contrato, por contrapartida da correspondente responsabilidade, registada em empréstimos, no passivo. Os activos são amortizados de acordo com a sua vida útil estimada, as rendas são registadas como uma redução das responsabilidades e os juros são reconhecidos como custos na demonstração dos resultados no período a que respeitam.

Locação operacional

2.6.2 Locação operacional

Locação financeira

Quando um contrato de locação é classificado como locação operacional, as rendas devidas são reconhecidas como custo na demonstração dos resultados, numa base linear durante o período do contrato de locação.

Locação operacional

2.7 Direitos de transmissão de programas de televisão

Direitos de transmissão de programas de televisão

Os direitos de transmissão de programas correspondem essencialmente a contratos ou acordos celebrados com terceiros para exibição de filmes, séries e outros programas de televisão e incluem direitos adquiridos e custos incorridos com produção de programas. O custo de programas é registado na demonstração de resultados no momento em que os mesmos são exibidos, tendo em consideração o número estimado de exibições e os benefícios estimados de cada exibição.

Direitos de transmissão de programas de televisão

Estes activos são sujeitos a revisões anuais de imparidade e sempre que ocorram alterações ou situações que indiciem que o valor contabilístico é superior ao valor de realização, registando-se as respectivas perdas de imparidade.

Direitos de transmissão de programas de televisão

Os direitos adquiridos a terceiros para a transmissão de programas são registados como activos ao custo de aquisição, a partir do momento em que o Grupo passe a controlar estes direitos e tenha assumido os riscos e benefícios associados aos respectivos conteúdos. Adicionalmente estes direitos são registados no balanço entre activos correntes e não correntes, em função do período contratual e data estimada de exibição.

Direitos de transmissão de programas de televisão

Na Nota 35 é apresentada informação sobre os compromissos financeiros pela aquisição destes direitos.

Direitos de transmissão de programas de televisão

2.8 Activos não correntes detidos para venda

Outros proveitos operacionais

Os activos não correntes detidos para venda (ou operações descontinuadas), sempre que existam, são classificados como

Outros proveitos operacionais

Outros custos operacionais

detidos para venda e são mensurados ao menor do seu valor contabilístico ou justo valor, deduzido de custos com a venda.

Outros proveitos operacionais

Os activos não correntes são classificados como detidos para venda se o seu valor contabilístico for recuperado através da venda e não através do seu uso continuado. Esta condição só se considera cumprida no momento em que a venda seja altamente provável e o activo esteja disponível para venda imediata nas condições presentes e o Grupo tenha assumido o compromisso de vender. Adicionalmente, a venda deverá ser expectável que ocorra no prazo de doze meses, após a data de classificação nesta rubrica. Durante os exercícios de 2006 e 2005 o Grupo não teve operações em descontinuação.

Outros proveitos operacionais

2.9 Classificação de balanço

Outros proveitos operacionais

Os activos realizáveis e os passivos exigíveis a menos de um ano da data do balanço, ou que são expectáveis que se realizem no decurso normal das operações, ou ainda que são detidos com a intenção de transacção, são classificados, respectivamente, no activo e no passivo como correntes. Todos os restantes activos e passivos são considerados como não correntes.

Outros proveitos operacionais

2.10 Instrumentos financeiros

2.10.1 Existências

Outros proveitos operacionais

As existências encontram-se valorizadas ao custo de aquisição ou ao valor realizável líquido, dos dois o mais baixo, utilizando-se o custo médio como método de custeio. A diferença entre o custo e o valor de realização das existências, no caso deste último ser inferior ao primeiro, é considerada como uma perda de imparidade.

Outros proveitos operacionais

2.10.2 Clientes, contas a receber e outros activos correntes

Outros proveitos operacionais

As contas a receber e outros activos correntes são reconhecidos inicialmente pelo seu valor nominal e são apresentados deduzidos de eventuais perdas por imparidade. A perda por imparidade destes activos é registada quando existe evidência objectiva de que não se irão cobrar todos os montantes devidos, de acordo com os termos originalmente estabelecidos para liquidação das dívidas de terceiros. O montante da perda corresponde à diferença entre a quantia registada e o valor recuperável, sendo este o valor presente dos “cash-flows” esperados, descontados à taxa efectiva. O valor da perda é reconhecido na demonstração de resultados do período.

Outros proveitos operacionais

2.10.3 Caixa e seus equivalentes

Outros proveitos operacionais

Os montantes incluídos na rubrica de caixa e seus equivalentes correspondem aos valores em caixa, depósitos à ordem e a prazo e outras aplicações de tesouraria, com vencimento inferior a três meses, e que possam ser imediatamente mobilizáveis com risco insignificante de alteração de valor.

Outros proveitos operacionais

Outros custos operacionais

2.10.4 Fornecedores, contas a pagar e outros passivos correntes

Outros proveitos operacionais

As contas a pagar são registadas pelo seu valor nominal, descontado de eventuais juros a pagar no futuro.

Outros proveitos operacionais

2.10.5 Empréstimos

Outros proveitos operacionais

Os empréstimos são reconhecidos inicialmente ao seu justo valor, líquido dos custos de transacção incorridos. Em períodos subsequentes, os empréstimos são registados ao custo amortizado, sendo que, qualquer diferença entre os montantes recebidos (líquidos dos custos de transacção) e o valor a pagar são reconhecidos na demonstração de resultados durante o período dos empréstimos usando o método da taxa de juro efectiva.

Outros proveitos operacionais

Os empréstimos são classificados como passivos correntes, a não ser que exista o direito incondicional para diferir a liquidação do passivo por mais de doze meses após a data do balanço.

Outros proveitos operacionais

2.10.6 Instrumentos financeiros derivados

Outros proveitos operacionais

O Grupo tem como política recorrer a instrumentos financeiros derivados com o objectivo de efectuar cobertura dos riscos financeiros a que se encontra exposto, essencialmente decorrentes de variações de taxa de juro.

Outros proveitos operacionais

O recurso à contratação de instrumentos financeiros derivados obedece às políticas internas definidas pelo Conselho de Administração, não sendo política a contratação de instrumentos com objectivos especulativos.

Outros proveitos operacionais

Os instrumentos financeiros derivados são mensurados pelo respectivo justo valor e classificados no balanço como detidos para negociação, sendo as variações no justo valor registadas na demonstração de resultados no período em que ocorrem.

Outros proveitos operacionais

2.11 Rédito e especialização dos exercícios

Outros proveitos operacionais

As vendas referem-se principalmente à venda de CD's, revistas e produtos associados a estas e são reconhecidas na demonstração de resultados, quando os riscos e benefícios inerentes à posse dos activos são transferidos para o comprador e o montante dos proveitos é razoavelmente quantificado. As devoluções de CD's, revistas e outros produtos não vendidos, são registadas como uma redução das vendas, no período a que dizem respeito. Os proveitos resultantes da subscrição de revistas são diferidos ao longo do período de subscrição.

Outros proveitos operacionais

As prestações de serviços incluem essencialmente a venda de espaço publicitário e são registadas no período em que a publicidade é emitida ou publicada. O desconto de quantidade concedido, é registado no período a que respeita, como redução das prestações de serviços.

Os proveitos e os custos relativos à prestação de serviços de acesso à Internet são registados no período em que os acessos são efectuados.

Os outros proveitos referem-se essencialmente à prestação de serviços de apoio à produção de novelas e séries televisivas, receita resultante de serviços de mensagens escritas de programas de televisão, exibição e venda de imagens e são reconhecidos quando o serviço é prestado.

Os custos e proveitos são contabilizados no período a que dizem respeito, independentemente da data do seu pagamento ou recebimento. Os custos e proveitos cujos valores não sejam conhecidos são estimados.

2.12 Provisões, passivos e activos contingentes

As provisões são registadas quando existe uma obrigação presente resultante de eventos passados, seja provável que na liquidação dessa obrigação seja necessário um dispêndio de recursos e o montante da referida obrigação seja estimada com fiabilidade.

As provisões para reestruturação apenas são reconhecidas quando existe um plano detalhado e formalizado, identificando as suas principais características e após terem sido comunicados esses factos às partes envolvidas. O valor da provisão é revisto e ajustado a cada data do balanço, de modo a reflectir a melhor estimativa nesse momento. Quando uma das condições acima descritas não é preenchida, a provisão não é registada e procede-se à divulgação do evento como um passivo contingente, a menos que a possibilidade de uma saída de fundos afectando benefícios económicos futuros seja remota, caso em que não são objecto de divulgação.

Quando existe a possibilidade de um activo decorrente de eventos passados, cuja existência dependa da ocorrência de um ou mais eventos futuros incertos que não estão completamente sob o controlo da empresa, é divulgado o benefício económico como activo contingente.

2.13 Imparidade de activos não correntes, excluindo goodwill

São efectuados testes de imparidade à data de cada balanço e sempre que seja identificado um evento ou alteração nas circunstâncias, que indiquem que o montante pelo qual o activo se encontra registado possa não ser recuperado.

Sempre que o montante pelo qual o activo se encontra registado é superior à sua quantia recuperável, é reconhecida uma perda de imparidade, registada na demonstração de resultados na rubrica “Provisões e perdas de imparidade”.

A quantia recuperável é a mais alta do preço de venda líquido e do valor de uso. O preço de venda líquido é o montante que se obteria com a alienação do activo, numa transacção entre entidades independentes e conhecedoras, deduzido dos custos directamente atribuíveis à alienação. O valor de uso é o valor presente dos fluxos de caixa futuros estimados, inerentes ao uso continuado do activo e da sua alienação no final da sua vida útil. A quantia recuperável é estimada para cada activo, individualmente ou, no caso de não ser possível, para a unidade geradora de fluxos de caixa à qual pertence o activo.

A reversão de perdas de imparidade reconhecidas em períodos anteriores é registada quando se conclui que essas perdas já não existem ou diminuíram. Esta análise é efectuada sempre que existam indícios que a perda por imparidade anteriormente reconhecida tenha revertido. A reversão das perdas de imparidade é reconhecida na demonstração de resultados como “Outros proveitos operacionais”. Contudo, a reversão da perda de imparidade é efectuada até ao limite da quantia que estaria reconhecida (líquida de amortização), caso a perda por imparidade não tivesse sido registada em períodos anteriores.

2.14 Imposto sobre o rendimento

O imposto sobre o rendimento do período é composto por imposto corrente e imposto diferido.

O Grupo encontra-se abrangido pelo regime especial de tributação de grupos de sociedades, que abrange todas as empresas em que a Meglo – Media Global, SGPS, S.A. (“Media Global”) detém uma participação, directa ou indirecta de pelo menos 90% do respectivo capital e que reúnam as condições necessárias à sua inclusão neste regime. Estas condições passam por as empresas serem residentes em Portugal e tributadas pelo regime geral em sede de Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas (“IRC”), além de existirem critérios de existência, ou não, de prejuízos fiscais em exercícios anteriores à entrada no regime.

Os impostos diferidos são calculados com base nas diferenças temporárias entre o montante dos activos e passivos para efeitos de reporte contabilístico e os respectivos montantes para efeitos de tributação. Os impostos diferidos activos e passivos são calculados e anualmente avaliados às taxas de tributação em vigor, ou anunciadas estarem em vigor, à data expectável da reversão das diferenças temporárias.

Os impostos diferidos activos são reconhecidos unicamente quando existem expectativas razoáveis de lucros fiscais futuros suficientes para a sua utilização, ou nas situações em que existam diferenças temporárias tributáveis que compensem as diferenças temporárias dedutíveis no período da sua reversão. No final de cada exercício é efectuada uma revisão desses impostos diferidos, sendo os mesmos reduzidos sempre que deixe de ser provável a sua utilização futura.

Os impostos diferidos são registados como custo ou proveito do exercício, excepto se resultarem de valores registados directamente em capital próprio, situação em que o imposto diferido é também registado na mesma rubrica.

2.15 Saldos e transacções expressos em moeda estrangeira

As diferenças de câmbio, favoráveis e desfavoráveis, originadas pelas diferenças entre as taxas de câmbio em vigor na data das transacções e as vigentes na data das cobranças, pagamentos ou à data de balanço, são registadas como proveitos e custos na demonstração consolidada de resultados do período.

2.16 Eventos subsequentes

Os eventos ocorridos após a data de balanço que proporcionem informação adicional sobre as condições que existiam a essa data, são reflectidos nas demonstrações financeiras consolidadas. Os eventos ocorridos após a data de balanço, que proporcionem informação sobre as condições que ocorreram após essa data, são divulgados no anexo às demonstrações financeiras consolidadas, se materiais.

3. ALTERAÇÕES DE POLÍTICAS CONTABILÍSTICAS, JULGAMENTOS, ESTIMATIVAS E CORRECÇÃO DE ERROS FUNDAMENTAIS

Durante o exercício de 2006 não ocorreram alterações de políticas contabilísticas, face àquelas consideradas na preparação da informação financeira relativa ao exercício de 2005, segundo as disposições dos IFRS, nem foram reconhecidos erros materiais relativos a períodos anteriores.

Na preparação das demonstrações financeiras, o Conselho de Administração baseou-se no conhecimento e experiência de eventos passados e/ou correntes e em pressupostos relativos a eventos futuros para determinar as estimativas contabilísticas.

As estimativas contabilísticas mais significativas, reflectidas nas demonstrações financeiras consolidadas do exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, incluem:

- Vidas úteis do activo tangível e intangíveis;
- Análise de imparidade do goodwill e outros activos;
- Registo de provisões;
- Cálculo do valor de mercado dos instrumentos financeiros.

Estas estimativas foram determinadas com base na melhor informação disponível à data de preparação das demonstrações

financeiras consolidadas. No entanto, poderão ocorrer eventos em períodos subsequentes que, em virtude da sua tempestividade, não foram considerados nestas estimativas. Alterações significativas a estas estimativas, que ocorram posteriormente à data das demonstrações financeiras consolidadas, são registadas em resultados de forma prospectiva em conformidade com o disposto na IAS 8.

4. EMPRESAS INCLUÍDAS NA CONSOLIDAÇÃO

As empresas incluídas na consolidação pelo método de integração global, suas sedes sociais e proporção do capital efectivamente detido em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, são as seguintes:

DENOMINAÇÃO SOCIAL	SEDE	PERCENTAGEM EFECTIVA DO CAPITAL DETIDO	
		2006	2005
Grupo Media Capital SGPS S.A.	Barcarena	Mãe	Mãe
MEGLO - Media Global SGPS S.A.	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL - Serviços de Consultoria e Gestão S.A. ("MC SERVIÇOS")	Barcarena	100	100
Publipartner - Projectos de Media e Publicidade Unipessoal Lda. ("Publipartner")	Barcarena	100	100
Med Cap Technologies – Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação S.A. ("MED CAP")	Barcarena	100	100
MCE - Media Capital Edições Lda. ("MCE")	Barcarena	100	100
EXPANSÃO ECONÓMICA – Eventos Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais S.A. ("EVENTOS")	Barcarena	100	100
EDIÇÕES EXPANSÃO ECONÓMICA Lda. ("EXPANSÃO")	Barcarena	100	100
EXPOLIDER – Feiras Exposições e Congressos S.A. ("EXPOLIDER")	Barcarena	100	100
CENA EDITORIAL – Edição de Publicações Periódicas S.A. ("CENA")	Barcarena	100	100
MCR – Radiofonia e Publicidade Sociedade Unipessoal S.A. ("MCR")	Barcarena	100	100
CENTRAL DISCOS – Produções Discográficas S.A. ("CENTRAL DISCOS")	Barcarena	100	100
FAROL MÚSICA – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual Lda. ("FAROL")	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL ENTERTAINMENT - Produção de Eventos Lda. ("ENTERTAINMENT")	Odivelas	100	100
R. CIDADE – Produções Audiovisuais S.A. ("CIDADE")	Lisboa	100	100
RÁDIO REGIONAL DE LISBOA – Emissões de Radiodifusão S.A. ("REGIONAL")	Lisboa	100	100
RÁDIO COMERCIAL S.A. ("COMERCIAL")	Lisboa	100	100
Rádio XXI Lda. ("XXI")	Lisboa	100	100
KIMBERLEY TRADING S.A. ("KIMBERLEY")	Barcarena	100	100
TVI – Televisão Independente S.A. ("TVI")	Barcarena	100	100
RETI – Rede Teledifusora Independente S.A. ("RETI")	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL OUTDOOR - PUBLICIDADE S.A. ("MC OUTDOOR")	Barcarena	100	100
PRESSETEP – Comunicação e Meios Publicitários S.A. ("PRESSETEP")	Barcarena	100	100
TCS – Publicidade em Transportes e Meios de Comunicação S.A. ("TCS")	Barcarena	100	100
STM – Serviços Técnicos de Manutenção de Publicidade S.A. ("STM")	Barcarena	100	100
PUBLIMETRO – Publicidade em Meios de Transporte e Outros S.A. ("PUBLIMETRO")	Barcarena	60	60
BTP – Publicidade e Transportes e Meios de Comunicação S.A. ("BTP")	Barcarena	55	55
PUBLICARRIS – Publicidade na Companhia de Carris de Ferro de Lisboa S.A. ("PUBLICARRIS")	Barcarena	55	55
MEDIA CAPITAL – Editora Multimédia S.A. ("MULTIMÉDIA")	Barcarena	100	100
AGEFINAN - Agência de Notícias Financeiras S.A. ("AGEFINAN")	Lisboa	100	50
MEDIA CAPITAL TELECOMUNICAÇÕES S.A. ("MCT")	Barcarena	100	100
DIRECTÓRIO IOL - Serviços de Internet S.A. (a)	Porto	69	69
LÚDICODROME - EDITORA Unipessoal Lda (b)	Barcarena	100	-
UNIDIVISA - Promoção de Projectos de Media S.A. ("UNIDIVISA")	Barcarena	100	100
FEALMAR – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa S.A. ("FEALMAR")	Lisboa	60	60
NBP – Produção em Vídeo S.A. ("NBP")	Lisboa	60	60
MULTICENA – Equipamento de Imagem e Som S.A. ("MULTICENA")	Lisboa	60	60
NBP – Oficina de Actores Lda. ("Oficina Actores") (c)	Lisboa	-	60
Teatro Mais – Actividades Teatrais Lda. ("Teatro Mais")	Lisboa	60	60
CAMARINS – Sociedade de Aluguer e Venda de Guarda Roupa Lda. ("CAMARINS") (c)	Lisboa	-	60
NBP – Ibérica - Producciones Audiovisuales S.A.	Madrid (ESP)	59	59
CASA DA CRIAÇÃO – Argumentos para Audiovisual Lda. ("CASA DA CRIAÇÃO")	Lisboa	60	54
EMAV – Empresa de Meios Audiovisuais Lda. ("EMAV")	Vialonga	54	54
EPC – Empresa Portuguesa de Cenários Lda. ("EPC")	Vialonga	60	51
Móveis de Novela Lda. ("Móveis de Novela") (c)	Lisboa	-	36

- a) Até 24 de Fevereiro de 2006, denominada por Auto Basic Motor – Comércio de Veículos, S.A..
b) Esta sociedade foi constituída a 28 de Dezembro de 2006.
c) Estas sociedades foram liquidadas durante o exercício de 2006.

5. EMPRESAS ASSOCIADAS

As empresas associadas, respectivas sedes e a proporção do capital efectivamente detido em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, são as seguintes:

DENOMINAÇÃO SOCIAL	SEDE	PERCENTAGEM EFECTIVA DO CAPITAL DETIDO	
		2006	2005
CLMC – Multimedia S.A. ("CLMC")	Lisboa	50	50
SETEPCOM – Equipamentos e Espaços Comerciais S.A. ("Setepcom")	Lisboa	-	50
TRANSJORNAL – Edições de Publicações S.A. ("Transjornal")	Lisboa	35	35
TRANSPUBLICIDADE – Publicidade em Transportes S.A. ("Transpublicidade")	Lisboa	40	30
União de Leiria SAD ("União de Leiria")	Leiria	20	20
Nanook – Empresa Europeia de Produção de Documentários Lda. ("Nanook")	Lisboa	16	16

As empresas associadas foram incluídas na consolidação pelo método de equivalência patrimonial conforme indicado na Nota 2.2.b).

Durante o exercício de 2006, a participação financeira na Setepcom foi alienada por contrapartida de 10% adicionais no capital da Transpublicidade.

6. OUTRAS EMPRESAS

As outras empresas, respectivas sedes e a proporção do capital detido em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, são as seguintes:

DENOMINAÇÃO SOCIAL	SEDE	PERCENTAGEM EFECTIVA DO CAPITAL DETIDO	
		2006	2005
CD TOP – Sociedade Internacional de Audiovisual S.A. ("CD TOP")	Lisboa	23	23
JC Decaux Airport Portugal – Publicidade em Aeroportos S.A. ("JC Decaux")	Lisboa	15	15
FERGRÁFICA – Artes Gráficas S.A. ("Fergráfica")	Lisboa	6	6
UNITÉNIS – Sociedade de Empreendimentos de Ténis S.A. ("Uniténis")	Lisboa	-	-
NP - Notícias de Portugal Cooperativa de Utentes de Serviço de Informação CRL	Lisboa	-	-

Os investimentos financeiros nestas empresas encontram-se registados ao custo aquisição ou valor estimado de realização, conforme descrito na Nota 2.2.c).

7. ALTERAÇÕES OCORRIDAS NO PERÍMETRO DE CONSOLIDAÇÃO

Durante o exercício de 2006, não ocorreram alterações ao perímetro de consolidação.

8. RELATO POR SEGMENTOS

A identificação dos segmentos reportáveis pelo Grupo baseia-se, essencialmente, na combinação das diferenças nos produtos e serviços e diferenças nos quadros legais dos mercados onde os negócios se desenvolvem. Estes segmentos são consistentes com a forma como o Conselho de Administração gere e controla o negócio. Assim, tendo em consideração os factores acima mencionados, foram identificados os seguintes segmentos reportáveis:

a) Televisão

O segmento da Televisão envolve fundamentalmente a emissão de um canal de TV generalista (TVI), a produção de programas/ séries (NBP) e a venda de produtos conexos;

b) Rádio

O segmento de Rádio envolve a emissão da programação das rádios, através de antenas próprias e contratos de utilização de espaço publicitário com terceiros;

	TELEVISÃO	RÁDIOS	2006 OUTDOORS	OUTROS	CONSOLIDADO
Proveitos operacionais:					
Prestações de serviços externas	141 796 480	12 885 751	16 649 413	18 028 828	189 360 472
Prestações de serviços internas	1 809 070	437 418	678 950	(2 925 438)	-
Vendas de mercadorias e produtos externos	13 627 936	-	-	11 682 305	25 310 241
Outros proveitos operacionais externos	14 200 899	255 069	71 259	317 801	14 845 028
Outros proveitos operacionais internos	517 372	301 864	-	(819 236)	-
Total de proveitos operacionais	171 951 757	13 880 102	17 399 622	26 284 260	229 515 741
Custos operacionais:					
Custo dos programas emitidos	(30 205 457)	-	-	-	(30 205 457)
Custo das mercadorias vendidas	(4 922 936)	-	-	(2 704 342)	(7 627 278)
Fornecimentos e serviços externos	(55 553 449)	(8 028 692)	(10 261 422)	(16 759 271)	(90 602 834)
Custos com o pessoal	(28 803 745)	(4 962 969)	(3 234 362)	(14 916 869)	(51 917 945)
Amortizações	(6 177 786)	(1 809 467)	(1 209 866)	(2 319 764)	(11 516 883)
Provisões e perdas de imparidade	(227 942)	-	-	-	(227 942)
Outros custos operacionais	(1 208 698)	(211 025)	(2 130 411)	(436 590)	(3 986 724)
Total custos operacionais	(127 100 013)	(15 012 153)	(16 836 061)	(37 136 836)	(196 085 063)
Resultados operacionais	44 851 744	(1 132 051)	563 561	(10 852 576)	33 430 678
Resultados financeiros					(9 381 832)
Resultados antes de impostos					24 048 846
Impostos sobre o rendimento					(8 453 479)
Resultados depois de impostos					15 595 367
Atribuível a:					
Accionistas empresa-mãe					15 400 399
Interesses minoritários					194 968

c) Outdoor

O segmento Outdoor, refere-se à venda de espaço publicitário em outdoor, possuindo mobiliário urbano instalado em espaços públicos, transportes públicos e outros;

d) Outros

No segmento “Outros” inclui-se essencialmente o negócio da Imprensa escrita (edição principalmente das revistas Maxmen, Lux, Lux Woman e Casas de Portugal), negócio da Internet (IOL), a “holding”, o qual considera, ainda, as eliminações de transacções intra-grupo.

O contributo dos principais segmentos do negócio para as demonstrações consolidadas de resultados dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, é como segue:

	TELEVISÃO	RÁDIOS	2005 OUTDOORS	OUTROS	CONSOLIDADO
Proveitos operacionais:					
Prestações de serviços externas	134 880 112	13 566 706	15 400 530	20 380 781	184 228 129
Prestações de serviços internas	2 179 935	870 426	1 131 013	(4 181 374)	-
Vendas de mercadorias e produtos externos	13 437 563	-	-	14 649 450	28 087 013
Outros proveitos operacionais externos	8 061 876	104 462	55 515	710 423	8 932 276
Outros proveitos operacionais internos	902 145	386 240	-	(1 288 385)	-
Total de proveitos operacionais	159 461 631	14 927 834	16 587 058	30 270 895	221 247 418
Custos operacionais:					
Custo dos programas emitidos	(27 599 981)	-	-	-	(27 599 981)
Custo das mercadorias vendidas	(5 215 609)	-	-	(2 516 408)	(7 732 017)
Fornecimentos e serviços externos	(50 440 627)	(8 463 913)	(9 667 548)	(21 254 410)	(89 826 498)
Custos com o pessoal	(26 987 926)	(5 129 411)	(3 072 735)	(16 044 456)	(51 234 528)
Amortizações	(6 410 945)	(1 352 235)	(1 303 764)	(2 670 627)	(11 737 571)
Provisões e perdas de imparidade	(447 962)	(5 007)	-	(77 163)	(530 132)
Outros custos operacionais	(328 648)	(870 614)	(2 333 701)	(327 648)	(3 860 611)
Total custos operacionais	(117 431 698)	(15 821 180)	(16 377 748)	(42 890 712)	(192 521 338)
Resultados operacionais	42 029 933	(893 346)	209 310	(12 619 817)	28 726 080
Resultados financeiros					(9 031 385)
Resultados antes de impostos					19 694 695
Impostos sobre o rendimento					(6 954 561)
Resultados depois de impostos					12 740 134
Atribuível a:					
Accionistas empresa-mãe					13 013 135
Interesses minoritários					(273 001)

A informação adicional relevante em termos de relato por segmento, é conforme segue:

	TELEVISÃO	RÁDIOS	2006 OUTDOORS	OUTROS	CONSOLIDADO
Activo líquido	330 935 230	57 491 223	35 239 900	(75 024 989)	348 641 364
Passivo	150 519 092	53 949 950	30 059 805	(32 735 393)	201 793 454
Outras informações:					
Investimento em activos tangíveis	10 235 835	1 353 855	125 244	1 270 825	12 985 759
Investimento em activos intangíveis	-	110 560	-	-	110 560

	TELEVISÃO	RÁDIOS	2005 OUTDOORS	OUTROS	CONSOLIDADO
Activo líquido	285 072 109	55 455 448	36 089 827	(26 220 475)	350 396 909
Passivo	135 185 119	50 062 176	30 300 986	3 479 731	219 028 012
Outras informações:					
Investimento em activos tangíveis	5 468 748	804 694	611 654	1 777 629	8 662 725
Investimento em activos intangíveis	4 270	3 855 221	-	-	3 859 491

9. RECEITAS OPERACIONAIS POR NATUREZA

As receitas operacionais consolidadas, em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, repartem-se da seguinte forma:

	2006	2005
Vendas:		
Revistas	7 518 329	8 073 910
CD's	13 623 649	13 433 800
Produtos complementares de imprensa	3 839 997	6 265 582
Outras	328 266	313 721
	25 310 241	28 087 013
Prestações de serviços:		
Publicidade em televisão	141 209 494	134 117 675
Publicidade em rádios	12 392 643	13 566 705
Publicidade em outdoors	16 199 538	15 400 530
Publicidade em imprensa	6 404 242	6 233 919
Publicidade na internet	3 040 672	2 617 703
Outras	10 113 883	12 291 597
	189 360 472	184 228 129

Outros proveitos operacionais:		
Prestação de serviços de apoio à produção de séries televisivas	3 459 205	1 991 893
Serviços de mensagens escritas	6 890 302	4 094 284
Direitos de transmissão de exibição e venda de imagens	1 842 085	1 679 731
Outros proveitos suplementares	2 653 436	1 166 368
	14 845 028	8 932 276

10. CUSTO DOS PROGRAMAS EMITIDOS E DAS MERCADORIAS VENDIDAS

Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica apresenta o seguinte detalhe:

	2006	2005
Programas exibidos	26 500 650	29 173 290
Variação da produção	3 704 807	(1 573 309)
Mercadorias vendidas	4 404 297	5 215 609
Matérias primas consumidas	3 222 981	2 516 408
	37 832 735	35 331 998

11. CUSTOS COM PESSOAL

Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os custos com pessoal foram como segue:

	2006	2005
Ordenados e salários	35 804 189	34 471 864
Encargos sobre remunerações	7 603 169	7 197 417
Prémios de desempenho	3 960 869	2 825 563
Stock options (Nota 39) (a)	500 000	1 294 514
Indemnizações por rescisões contratuais	1 750 650	4 061 240
Seguros de acidentes de trabalho e outros	536 700	465 660
Outros	1 762 368	918 270
	51 917 945	51 234 528

(a) A redução nesta rubrica é explicada essencialmente pela redução dos beneficiários do programa de stock options.

Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, o número médio de pessoal ao serviço das empresas incluídas na consolidação reparte-se, por segmentos, da seguinte forma:

	2006	2005
Televisão	645	625
Rádios	178	193
Outdoors	68	73
Outros	294	276
	1 185	1 167

12. CUSTOS FINANCEIROS LÍQUIDOS

Os custos e proveitos financeiros, dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, têm a seguinte composição:

	2006	2005
Custos financeiros:		
Juros suportados	6 340 215	8 761 347
Diferenças de câmbio desfavoráveis	43 820	248 536
Perdas na valorização de instrumentos derivados	-	224 837
Outros custos financeiros	1 929 343	1 274 435
	8 313 378	10 509 155
Proveitos financeiros:		
Juros obtidos	1 092 890	397 848
Diferenças de câmbio favoráveis	304 614	76 587
Rendimentos em participações financeiras	52 800	197 775
Ganhos na valorização de instrumentos derivados (Nota 33)	1 525 906	1 761 894
Outros proveitos financeiros	138 211	28 830
	3 114 421	2 462 934
	5 198 957	8 046 221

13. DIFERENÇA ENTRE RESULTADOS CONTABILÍSTICO E FISCAL

As empresas do Grupo Media Capital encontram-se sujeitas a imposto sobre lucros em sede de IRC – Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas, à taxa normal de 25%, acrescida de Derrama à taxa de 10%, resultando uma taxa de imposto agregada de 27,5%. A partir de 1 de Janeiro de 2007, os Municípios Portugueses podem lançar a derrama até o limite máximo de 1,5% sobre o lucro tributável sujeito e não isento de IRC. Altera-se assim a forma de cálculo de até 10% sobre a colecta para até 1,5% sobre o lucro tributável, resultando a partir de 2007 uma taxa de imposto agregada de 26,5%.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, a empresa participada Media Global e as empresas em que esta participa, directa ou indirectamente, pelo menos em 90% e cumprem os requisitos previstos no artigo 63º do Código do IRC, estão abrangidas pelo regime especial de tributação dos grupos de sociedades. As empresas em causa são as seguintes: MC Serviços, MCR, Cidade, Comercial, Regional, Farol, Central Discos, Entertainment, TVI, Kimberley, Mul-

timédia, Med Cap, MCT, Expansão, Eventos, MCE, Expolider, Cena, MC Outdoor, Pressetep, Publipartner, TCS, STM, Unidivisa e Reti. As restantes empresas do grupo são tributadas individualmente. As despesas de representação e os encargos com viaturas ligeiras de passageiros são tributados autonomamente à taxa de 5%, independentemente da existência de prejuízos fiscais. São ainda tributados à taxa de 5% os encargos com ajudas de custo e com compensação pela deslocação em viatura própria dos empregados, não facturados a clientes.

Existem prejuízos fiscais reportáveis que deram origem a impostos diferidos activos, conforme evidenciado nos quadros seguintes, calculados de acordo com o enquadramento fiscal vigente e aplicável ao Grupo Media Capital, bem como na actual e melhor expectativa da sua recuperação, atendendo às previsões de resultados fiscais futuros.

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os prejuízos fiscais reportáveis, por ano de caducidade, são os seguintes:

PREJUÍZOS	2006	2005
2006	-	12 600 000
2007	3 300 000	17 300 000
2008	6 000 000	18 000 000
2009	3 600 000	4 000 000
2010	2 000 000	2 300 000
2011	4 500 000	4 600 000
2012	4 600 000	-
	24 000 000	58 800 000

De acordo com a legislação em vigor, as declarações fiscais estão sujeitas a revisão e correcção por parte das autoridades fiscais durante um período de quatro anos e dez anos para a Segurança Social até 2000, inclusive e cinco anos a partir de 2001. Deste modo, as declarações fiscais das empresas do Grupo dos anos de 2003 a 2006, inclusive, poderão vir ainda a ser sujeitas a revisão. O Conselho de Administração considera que dessas revisões não surgirão correcções à matéria colectável declarada, que tenham impacto significativo nas demonstrações financeiras consolidadas.

A reconciliação da taxa de imposto dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, é conforme segue:

(a) Reconciliação da taxa de imposto

	2006	2005
Resultados antes de impostos	24 048 846	19 694 695
Taxa nominal de imposto	27,50%	27,50%
Imposto estimado	6 613 433	5 416 041
Diferenças permanentes (i)	875 796	685 336
Imposto diferido activo não recuperável (ii)	274 103	508 020
Variação patrimonial negativa (iii)	(164 904)	-
Ajustamento à colecta (iv)	304 995	345 164
Alteração da taxa	550 056	-
	8 453 479	6 954 561
Imposto corrente (Nota 32)	704 247	742 424
Imposto diferido do exercício	7 749 232	6 212 137
	8 453 479	6 954 561
Taxa efectiva de imposto	35,15%	35,31%

(i) Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, estes montantes tinham a seguinte composição:

	2006	2005
Perdas líquidas em empresas associadas (Nota 18)	4 182 875	985 164
Amortizações não aceites fiscalmente	1 022 548	322 662
Provisões não consideradas para o cálculo de impostos diferidos	619 313	741 943
Multas e outras penalidades	288 638	547 455
Stock Options	500 000	1 294 514
Parte de despesas com ajudas de custo não aceites fiscalmente	20 493	59 261
Benefícios fiscais	(874 867)	(982 351)
Custos com a Oferta Pública de Venda	(2 040 909)	(2 040 909)
Outros líquidos	(533 378)	1 564 392
	3 184 713	2 492 131
	27,50%	27,50%
	875 796	685 336

(ii) Este montante corresponde a prejuízos fiscais reportáveis gerados no exercício, os quais o Conselho de Administração entende não serem recuperáveis.

(iii) Este montante respeita à recompra de investimentos de capital próprio.

(iv) Este montante representa a parcela de impostos relativo à tributação autónoma de certas despesas.

(b) Diferenças temporárias – movimento nos impostos diferidos

	SALDOS INICIAIS	CONSTITUIÇÃO/ (REVERSÃO)	ALTERAÇÃO TAXA	SALDOS FINAIS
Impostos diferidos activos:				
Provisões	5 223 799	(1 868 906)	(121 996)	3 232 897
Instrumentos financeiros derivados	(187 962)	(532 866)	26 212	(694 616)
Margens entre empresas do grupo não reconhecidas	957 294	439 852	(50 805)	1 346 341
Prejuízos fiscais reportáveis	16 170 421	(9 562 549)	(600 715)	6 007 157
Provisão para activos por impostos diferidos não realizáveis	(8 472 269)	3 976 192	163 493	(4 332 584)
	13 691 283	(7 548 277)	(583 811)	5 559 195
Impostos diferidos passivos:				
Margens entre empresas do grupo não reconhecidas	68 731	(25 982)	(1 556)	41 193
Custos de refinanciamento	1 061 646	(262 406)	(29 063)	770 177
Custo amortizado	134 345	(60 880)	(2 671)	70 794
Reservas de reavaliação	12 613	167	(465)	12 315
	1 277 335	(349 101)	(33 755)	894 479

14. RESULTADO POR ACÇÃO

Os resultados por acção do exercício foram calculados tendo em consideração o seguinte:

	2006	2005
Resultado		
Resultado atribuível a accionistas maioritários para efeito de cálculo do resultado líquido por acção (resultado líquido do exercício)	15 400 399	13 013 135
Número de acções		
Número médio ponderado de acções para efeito de cálculo dos resultado líquido por acção básico	84 513 180	83 576 647
Efeito das acções adicionais decorrentes dos planos de incentivos a empregados	1 038 450	1 739 733
Número médio ponderado de acções para efeito de cálculo do resultado líquido por acção diluído	85 551 630	85 316 380
Resultado por acção		
Básico	0.1822	0.1557
Diluído	0.1800	0.1525

15. GOODWILL

O detalhe do goodwill por segmento e por empresa em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, é conforme segue:

	2006	2005
Por segmento:		
Televisão	88 476 018	88 476 018
Rádios	21 643 989	21 643 989
Outdoors	27 035 913	27 035 913
	137 155 920	137 155 920
Por empresa:		
MEDIA GLOBAL	30 373 945	30 373 945
EXPOLIDER	4 751 445	4 751 445
MCT	1 055 925	1 055 925
Outros	1 036 217	1 036 217
	37 217 532	37 217 532
	174 373 452	174 373 452

Para efeitos da análise de imparidade, o goodwill foi distribuído pelas unidades geradoras de caixa, sendo que estas correspondem aos segmentos de negócio reportáveis. O Conselho de Administração, suportado no valor dos fluxos de caixa previsionais

daqueles segmentos, descontados à taxa considerada aplicável a cada negócio, conclui que, em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, o valor contabilístico dos investimentos financeiros, incluindo goodwill a eles associados, não excede o seu valor recuperável. Os fluxos de caixa considerados correspondem aos últimos planos de negócio aprovados pelo Conselho de Administração.

16. ACTIVOS INTANGÍVEIS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os movimentos ocorridos nos activos intangíveis, bem como nas respectivas amortizações e perdas de imparidade acumuladas, foi como segue:

	Activos do serviço de ISP da Vizzavi (a)	Outros (b)	Total
Valor bruto:			
Saldo em 31 de Dezembro de 2004	7 434 360	7 696 306	15 130 666
Adições	-	3 859 491	3 859 491
Alienações e abates	-	(5)	(5)
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	7 434 360	11 555 792	18 990 152
Adições	-	110 560	110 560
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	7 434 360	11 666 352	19 100 712

	Activos do serviço de ISP da Vizzavi (a)	Outros (b)	Total
Amortizações acumuladas:			
Saldo em 31 de Dezembro de 2004	(4 460 169)	(577 912)	(5 038 081)
Reforço do exercício	(991 000)	(31 032)	(1 022 032)
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	(5 451 169)	(608 944)	(6 060 113)
Reforço do exercício	(991 000)	(735 006)	(1 726 006)
Regularizações	-	122 778	122 778
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	(6 442 169)	(1 221 172)	(7 663 341)

	Activos do serviço de ISP da Vizzavi (a)	Outros (b)	Total
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2005	1 983 191	10 946 848	12 930 039
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2006	992 191	10 445 180	11 437 371

(a) Estas despesas são relativas à aquisição, em Julho de 2002, do acesso à Internet do Vizzavi e tem na sua composição a base de dados e relação contratual com utilizadores ISP Vizzavi e direito de utilização da rede de infra-estruturas Vodafone.

(b) Nestas rubricas incluem-se essencialmente investimentos efectuados em direitos de emissão de rádio, os quais estão a ser amortizados no período estimado da sua recuperação.

17. ACTIVOS TANGÍVEIS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os movimentos ocorridos nos activos tangíveis, bem como nas respectivas amortizações e perdas de imparidade acumuladas, foi como segue:

	Terrenos edifícios e outras construções	Equipamento básico	Equipamento de transporte	Ferramentas e utensílios	Equipamentos administrativo	Outras imobilizações corpóreas	Imobilizações em curso	Total
Valor bruto :								
Saldo em 31 de Dezembro de 2004	8 838 695	84 752 670	7 266 111	2 580 877	12 063 287	4 987 678	2 144 694	122 634 012
Alterações de perímetro	-	67 793	-	-	-	-	-	67 793
Aquisições	1 086 731	2 628 788	1 682 990	206 663	987 171	214 542	1 855 840	8 662 725
Alienações e abates	-	(2 238 339)	(1 796 449)	(7 333)	(924 273)	(193 462)	(39 074)	(5 198 930)
Transferências	-	1 263 005	-	1 540	30 325	108 507	(1 403 377)	-
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	9 925 426	86 473 917	7 152 652	2 781 747	12 156 510	5 117 265	2 558 083	126 165 600
Aquisições	277 394	2 380 774	1 652 046	145 357	1 191 046	189 796	7 149 346	12 985 759
Alienações e abates	(31 675)	(2 597 825)	(1 373 938)	(18 656)	(249 246)	(12 766)	(7 019)	(4 291 125)
Transferências	872 138	1 312 688	109 306	(3 972)	(57 385)	(104 679)	(2 128 096)	-
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	11 043 283	87 569 554	7 540 066	2 904 476	13 040 925	5 189 616	7 572 314	134 860 234

	Edifícios e outras construções	Equipamento básico	Equipamento de transporte	Ferramentas e utensílios	Equipamentos administrativo	Outras imobilizações corpóreas	Imobilizações em curso	Total
Amortizações e perdas de imparidade acumuladas:								
Saldo em 31 de Dezembro de 2004	(3 644 537)	(63 292 341)	(4 453 139)	(2 097 192)	(8 981 749)	(3 125 435)	-	(85 594 393)
Alterações de perímetro	-	(32 232)	-	-	-	-	-	(32 232)
Reforço do exercício	(424 064)	(6 935 532)	(1 565 356)	(220 498)	(1 077 777)	(492 312)	-	(10 715 539)
Reduções por alienações e abates	-	2 179 692	1 618 265	7 335	919 167	178 357	-	4 902 816
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	(4 068 601)	(68 080 413)	(4 400 230)	(2 310 355)	(9 140 359)	(3 439 390)	-	(91 439 348)
Reforço do exercício	(526 474)	(5 888 152)	(1 536 676)	(218 901)	(1 120 531)	(500 143)	-	(9 790 877)
Reduções por alienações e abates	31 677	2 422 076	1 175 903	17 779	231 949	19 425	-	3 898 809
Transferências	(62 939)	(16 614)	-	-	(60 373)	139 926	-	-
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	(4 626 337)	(71 563 103)	(4 761 003)	(2 511 477)	(10 089 314)	(3 780 182)	-	(97 331 416)

	Terrenos edifícios e outras construções	Equipamento básico	Equipamento de transporte	Ferramentas e utensílios	Equipamentos administrativo	Outras imobilizações corpóreas	Imobilizações em curso	Total
Valor Líquido:								
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2005	5 856 825	18 393 504	2 752 422	471 392	3 016 151	1 677 875	2 558 083	34 726 252
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2006	6 416 946	16 006 451	2 779 063	392 999	2 951 611	1 409 434	7 572 314	37 528 818

18. INVESTIMENTOS FINANCEIROS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, o movimento ocorrido nos investimentos financeiros foi como segue:

	Investimentos em associadas	Investimentos em outras empresas	Títulos e outras participações financeiras	Adiantamentos por conta de investimentos financeiros	Total
Saldo em 31 de Dezembro de 2004	676 083	45 690	4 227	4 736 684	5 462 684
Integração no perímetro de consolidação	-	-	-	(4 736 684)	(4 736 684)
Aplicação da equivalência patrimonial	(149 352)	-	-	-	(149 352)
Perdas de imparidade	-	-	(1 583)	-	(1 583)
Outros movimentos	-	(293)	-	-	(293)
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	526 731	45 397	2 644	-	574 772
Aplicação da equivalência patrimonial	126 026	-	-	-	126 026
Alienações	(72 767)	-	-	-	(72 767)
Perdas de imparidade	-	(2 993)	-	-	(2 993)
Outros movimentos	28 727	(9)	-	-	28 718
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	608 717	42 395	2 644	-	653 756

Em 31 de Dezembro de 2006, o detalhe dos investimentos financeiros, é como se segue:

Denominação	Sede	Activo total	Proveitos totais	Capital próprio	Resultado do exercício	Porcentagem efectiva do Grupo	Valores de balanço
Empresas associadas:							
CLMC	Lisboa	11 058 930	11 937 127	(3 809 085)	(3 647 422)	50%	-
Transjornal	Lisboa	1 980 126	414 000	(3 806 000)	(1 026 000)	35%	-
Transpublicidade	Barcarena	1 741 528	1 623 145	356 245	90 698	40%	153 747
União de Leiria	Leiria	11 759 725	7 631 263	2 705 744	(138 027)	20%	454 970
Nanook	Lisboa	131 629	57 057	(147 593)	4 263	16%	-
							608 717
Outras empresas:							
CD Top		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	23%	-
JC Decaux		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	15%	37 406
Fergráfica		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	6%	-
Uniténis		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-	-
Notícias de Portugal		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-	4 989
							42 395
Outros							2 644
Total registado no balanço como investimentos financeiros							653 756

Adicionalmente, em 31 de Dezembro de 2006, a rubrica "Outros activos correntes" incluía empréstimos concedidos a estas entidades cujo valor nominal e perdas estimadas são conforme segue:

Valor nominal	6 806 104
Perdas estimadas	(5 362 553)
Outros activos correntes (Nota 34)	1 443 551
Responsabilidades adicionais assumidas (Nota 28)	311 111

O movimento das perdas estimadas, no exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, é conforme segue:

Saldo em 31 de Dezembro de 2005	430 000
Aumentos	4 308 901
Reclassificações (Nota 28)	623 652
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	5 362 553

Como resultado da aplicação do método de equivalência patrimonial e do reconhecimento de perdas estimadas, foram registados em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os seguintes movimentos nas rubricas "Ganhos (perdas) em empresas associadas":

Denominação	Ganhos (perdas) em empresas associadas	
	2006	2005
CLMC	(3 946 636)	(54 368)
União de Leiria	87 226	(110 295)
Transjornal	(362 265)	(795 883)
Nanook	-	(29 931)
Transpublicidade	38 800	5 313
	(4 182 875)	(985 164)

19. DIREITOS DE TRANSMISSÃO E PROGRAMAS DE TELEVISÃO

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os direitos de transmissão e programas de televisão incluem novelas, séries, documentários, filmes e outros programas de desporto e de entretenimento, conforme segue:

NATUREZA	2006	2005
Entretenimento	3 008 822	3 713 658
Filmes	6 681 486	7 693 269
Novelas	27 214 341	27 374 436
Séries	5 987 743	7 940 946
Desporto	463 462	312 469
Outros	815 690	683 920
	44 171 543	47 718 698
Activos não correntes	39 541 418	47 718 698
Activos correntes	4 630 125	-
	44 171 543	47 718 698

20. OUTROS ACTIVOS NÃO CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2006		2005	
	Valor bruto	Valor líquido	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 28)
Hiba Investments LLC	-	-	17 094 967	(17 094 967)
Projectos de expansão de rádio	541 222	541 222	26 312	-
Drums Comunicações Sonoras, S.A.	-	-	1 663 741	-
Estado e outros entes públicos - pagamento especial por conta	-	-	854 534	-
	541 222	541 222	19 639 554	(17 094 967)
				2 544 587

21. EXISTÊNCIAS

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2006		2005	
	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 28)	Valor líquido	Valor bruto
Matérias primas subsidiárias e de consumo	1 393 727	(10 715)	1 383 012	1 666 280
Mercadorias	753 905	(180 325)	573 580	481 858
	2 147 632	(191 040)	1 956 592	2 148 138
				(157 864)
				1 990 274

22. CLIENTES E CONTAS A RECEBER

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2006		2005	
	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 28)	Valor líquido	Valor bruto
Clientes	49 596 982	(9 355 636)	40 241 346	49 713 930
Contas a receber de partes relacionadas (Nota 34)	2 802 574	-	2 802 574	-
Facturação a emitir	3 260 841	-	3 260 841	1 807 297
	55 660 397	(9 355 636)	46 304 761	51 521 227
				(9 280 135)
				40 433 795

23. OUTROS ACTIVOS CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2006		2005	
	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 28)	Valor líquido	Valor bruto
Estado e outros entes públicos (Nota 32)	4 745 185	-	4 745 185	3 438 731
Devedores diversos (a)	21 860 318	(17 589 723)	4 270 595	1 828 259
Contas a receber de partes relacionadas (Nota 34)	1 443 551	-	1 443 551	6 366 445
Adiantamentos a fornecedores	229 582	-	229 582	175 272
Pagamentos antecipados	4 008 992	-	4 008 992	2 868 900
	32 287 628	(17 589 723)	14 697 905	14 677 607
				(464 711)
				14 212 896

(a) Esta rubrica inclui um valor de 17.094.967 Euros, referente à alienação de uma participação financeira em exercícios anteriores, tendo sido reclassificado da rubrica de activos não correntes (Nota 20). Este valor encontra-se ajustado na totalidade.

24. CAIXA E SEUS EQUIVALENTES

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2006	2005
Depósitos bancários	8 337 229	3 394 469
Caixa	274 026	213 201
	8 611 255	3 607 670

25. CAPITAL PRÓPRIO ATRIBUÍVEL A ACCIONISTAS MAIORITÁRIOS

Composição de capital: Em 31 de Dezembro de 2006, o capital da Empresa, totalmente subscrito e realizado, era composto por 84.513.180 ações com o valor nominal de nove cêntimos cada.

Em 27 de Junho de 2005, decorrente da atribuição de um bônus extraordinário ao Presidente do Conselho de Administração, foram emitidas 705.000 novas acções com um valor nominal unitário de nove cêntimos, a que correspondeu um aumento de capital de 63.450 Euros, com um prémio de emissão de 296.100 Euros. Este aumento de capital foi na sua totalidade realizado em dinheiro.

Em 21 de Julho de 2005, no âmbito do plano de incentivos para empregados (Nota 39), foram emitidas 1.043.372 novas acções, a um preço de 4,35 euros, correspondendo a um aumento de capital de 93.903 Euros, com um prémio de emissão de 4.444.764 Euros.

Em 22 de Abril de 2005, a Assembleia Geral de accionistas aprovou a cobertura de resultados transitados negativos, através da utilização de prémios de emissão de acções no montante de 110.429.659 Euros.

Em 31 de Dezembro de 2006, o capital da MEDIA CAPITAL era detido pelos seguintes accionistas:

	ACÇÕES	PERCENTAGEM
UFA Film (Bertelsmann Group)	27 889 350	33,00
Vértix, SGPS, S.A. ("VERTIX")	27 889 349	33,00
Outros, inferiores a 10% do capital	28 734 481	34,00
	84 513 180	100,00

Em 9 de Fevereiro de 2007, em resultado da oferta pública de aquisição, a VERTIX passou a deter 73,7% do capital da Empresa.

Prémios de emissão de acções: Os prémios de emissão de acções resultam de ágios obtidos com aumentos de capital. Conforme dispõe a legislação em vigor aplicável às sociedades emittentes de acções admitidas à negociação em mercados regulamentados, sujeitos à supervisão da Comissão do Mercado de Valores Mobiliários, os valores englobados nesta rubrica só podem ser utilizados para aumentar o capital ou absorver resultados transitados negativos (sem necessidade de prévia utilização de outras reservas), não podendo ser utilizados para atribuição de dividendos ou para aquisição de acções próprias.

Reserva legal: A legislação comercial estabelece que, pelo menos, 5% do resultado líquido anual tem de ser destinado ao reforço da reserva legal, até que esta represente pelo menos 20% do capital. Esta reserva não é distribuível a não ser em caso de liquidação da empresa, mas pode ser utilizada para absorver prejuízos depois de esgotadas as outras reservas, ou incorporada no capital.

26. CAPITAL PRÓPRIO ATRIBUÍVEL A INTERESSES MINORITÁRIOS

Os movimentos desta rubrica, durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, foram os seguintes:

Saldo em 31 de Dezembro de 2004	3 174 098
Varição dos capitais próprios das empresas controladas	(171 355)
Alteração de perímetro de consolidação e aquisição de interesses minoritários	128 022
Resultado atribuível a interesses minoritários	(273 001)
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	2 857 764
Alteração de perímetro de consolidação e aquisição de interesses minoritários	(16 704)
Resultado atribuível a interesses minoritários	194 968
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	3 036 028

Os interesses minoritários registados no balanço consolidado respeitam às seguintes empresas:

	2006	2005
FEALMAR	1 991 105	1 841 088
NBP	519 216	537 894
TVI	202 597	195 553
PUBLICARRIS	172 724	122 936
PUBLIMETRO	68 183	86 765
MULTICENA	51 654	64 054
DIRECTÓRIO IOL	21 365	32 291
EMAV	5 703	(1)
BTP	3 481	(6 085)
AGEFINAN	-	12 002
CASA DA CRIAÇÃO	-	10 881
EPC	-	(37 824)
MÓVEIS DE NOVELA	-	(1 790)
	3 036 028	2 857 764

Os interesses minoritários registados nas demonstrações consolidadas de resultados dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, respeitam às seguintes empresas:

	2006	2005
FEALMAR	149 558	(58 672)
PUBLICARRIS	49 788	2 742
TVI	37 390	40 822
BTP	9 566	(14 970)
EMAV	5 704	(6 818)
PUBLIMETRO	(18 582)	4 688
NBP	(15 130)	(115 667)
MULTICENA	(12 400)	(6 214)
DIRECTÓRIO IOL	(10 926)	(24 615)
CASA DA CRIAÇÃO	-	4 598
AGEFINAN	-	(72 200)
EPC	-	(25 996)
MÓVEIS DE NOVELA	-	(699)
	194 968	(273 001)

27. EMPRÉSTIMOS

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	Valor de balanço		2006		Valor de balanço		2005	
	Correntes	Não correntes						
Empréstimos bancários (a)	23 055 555	49 405 745	23 055 555	53 008 931	16 545 556	82 980 942	16 545 556	88 235 194
Credores por locações financeiras (b)	561 254	536 602	561 254	536 602	789 066	664 495	789 066	664 495
Factoring (c)	4 984 289	-	4 984 289	-	4 355 797	-	4 355 797	-
Outros empréstimos (d)	268 901	6 540	286 126	6 540	140 991	244 237	140 991	281 984
Descobertos bancários	-	-	-	-	53 313	-	53 313	-
	28 869 999	49 948 887	28 887 224	53 552 073	21 884 723	83 889 674	21 884 723	89 181 673

(a) Inclui essencialmente o empréstimo sindicado liderado pelo Banco Espírito Santo S.A. denominado em euros e destinado a financiar aquisições de participações financeiras e operações correntes. Este empréstimo resulta de acordo de crédito suplementar que alterou as condições do empréstimo anteriormente existente e foi efectuado em 31 de Março de 2004, associado à ocorrência da Oferta Pública de Venda e aumento de capital. Este empréstimo tem carácter de médio e longo prazo e foi definida a sua utilização em duas tranches. O empréstimo tem o seguinte detalhe:

	31 DEZEMBRO DE 2006	LIMITE DE CRÉDITO
Linha de médio e longo prazo	75 000 000	75 000 000
Linha de crédito – revolving	-	50 000 000
	75 000 000	125 000 000

Em 31 de Dezembro de 2006 este empréstimo vencia juros à taxa Euribor acrescida de 0,75%.

A linha de médio e longo prazo deverá ser paga em cinco prestações, de acordo com o seguinte detalhe:

	VALOR A AMORTIZAR
Junho de 2007	10 000 000
Dezembro de 2007	12 500 000
Junho de 2008	15 000 000
Dezembro de 2008	17 500 000
Março de 2009	20 000 000
	75 000 000

A linha de crédito – revolving – deverá ser paga na sua totalidade em 29 de Março de 2009.

Como garantia deste empréstimo as empresas do grupo constituíram em favor dos bancos várias garantias reais, assim como deram em penhor elementos do seu activo, designadamente participações financeiras e licenças (Nota 37).

Estes empréstimos consideram o cumprimento com determinados compromissos financeiros, que estão a ser cumpridos em 31 de Dezembro de 2006.

Adicionalmente, encontra-se registado nesta rubrica um empréstimo bancário obtido pela NBP de 1.064.486 euros (Nota 37) que vence juros à taxa Euribor acrescida de 2,75%. Este empréstimo deverá ser pago em 23 prestações mensais de 46.282 Euros, de Janeiro de 2007 a Novembro de 2008.

(b) Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, o Grupo Media Capital mantém os seguintes bens em regime de locação financeira:

	Custo de aquisição	Amortizações acumuladas	2006 Valor líquido
Equipamento básico	369 074	193 243	175 831
Equipamento de transporte	2 468 702	1 701 776	766 926
Equipamento administrativo	305 397	133 238	172 159
Outras immobilizações corpóreas	185 930	97 613	88 317
	3 329 103	2 125 870	1 203 233

	Custo de aquisição	Amortizações acumuladas	2005 Valor líquido
Equipamento básico	1 409 170	950 027	459 143
Equipamento de transporte	3 582 875	2 631 957	950 918
Equipamento administrativo	307 964	117 762	190 202
Outras immobilizações corpóreas	185 930	79 020	106 910
	5 485 939	3 778 766	1 707 173

O valor das rendas vincendas de contratos de locação financeira tem o seguinte detalhe:

	2006	2005
2006	-	789 066
2007	561 254	-
2007		436 125
2008	525 071	169 824
2009	11 531	58 546
	536 602	664 495

(c) A rubrica Factoring refere-se a montantes adiantados por entidades financeiras, correspondentes a facturas emitidas pela participada FEALMAR. Estes adiantamentos vencem juros à taxa Euribor acrescida de 1,0%.

(d) Os outros empréstimos incluem o empréstimo do IAPMEI, que consiste em subsídios concedidos no âmbito do Programa Operacional da Economia. Este empréstimo deverá ser pago em quatro prestações, de acordo com o seguinte detalhe:

VALOR NOMINAL A AMORTIZAR	
Março de 2007	2 073
Abril de 2007	70 496
Setembro de 2007	2 073
Outubro de 2007	211 484
	286 126
Março de 2008	2 073
Setembro de 2008	2 073
Março de 2009	2 394
	6 540

28. PROVISÕES E PERDAS DE IMPARIDADE ACUMULADAS

O movimento nas contas de provisões nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, é conforme segue:

	Impostos	Processos judiciais em curso	Perdas em investimentos financeiros (Nota 18)	Total
Saldo em 31 de Dezembro de 2004	3 031 920	3 206 286	484 581	6 722 787
Aumentos	-	530 132	-	530 132
Variações em outros custos operacionais	63 215	78 490	-	141 705
Reduções	-	(92 058)	-	(92 058)
Utilizações	(294 371)	(590 604)	-	(884 975)
Reclassificações	(51 827)	203 302	450 182	601 657
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	2 748 937	3 335 548	934 763	7 019 248
Aumentos	-	227 942	-	227 942
Reduções	-	(65 011)	-	(65 011)
Utilizações	-	(529 213)	-	(529 213)
Reclassificações	(552 955)	552 955	(623 652)	(623 652)
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	2 195 982	3 532 221	311 111	6 039 314

A provisão para impostos destina-se a fazer face a responsabilidades estimadas por pagamentos futuros de impostos.

O movimento nas perdas por imparidade, nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, é conforme segue:

	Activos não correntes (Nota 20)	Existências (Nota 21)	Clientes e contas a receber (Nota 22)	Outros activos correntes (Nota 23)	Total
Saldo em 31 de Dezembro de 2004	16 650 306	159 806	9 886 891	464 711	27 161 714
Aumentos	444 661	-	476 913	-	921 574
Reduções	-	-	(386 715)	-	(386 715)
Utilizações	-	(1 942)	(545 479)	-	(547 421)
Reclassificações	-	-	(151 475)	-	(151 475)
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	17 094 967	157 864	9 280 135	464 711	26 997 677
Aumentos	-	150 000	776 530	-	926 530
Reduções	-	-	(54 736)	-	(54 736)
Utilizações	-	(116 824)	(616 248)	-	(733 072)
Reclassificações	(17 094 967)	-	(30 045)	17 125 012	-
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	-	191 040	9 355 636	17 589 723	27 136 399

29. OUTROS PASSIVOS NÃO CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica bem como o respectivo plano de pagamentos eram como segue:

	2008	2009 e seguintes	2006 Total
Estado e outros entes públicos - dívidas integradas em planos de pagamento	176 358	354 685	531 043
Dívidas a pagar ao abrigo do Processo Especial de Recuperação de Empresas	2 353 451	-	2 353 451
Dívida pela aquisição da Expolider	258 415	-	258 415
	2 788 224	354 685	3 142 909

	2007	2008	2009 e seguintes	2005 Total
Estado e outros entes públicos - dívidas integradas em planos de pagamento	176 358	176 358	354 685	707 401
Dívidas a pagar ao abrigo do Processo Especial de Recuperação de Empresas	-	2 592 244	-	2 592 244
Dívida pela aquisição da TCS	666 664	-	-	666 664
Dívida pela aquisição da Expolider	335 372	243 098	-	578 470
Dívida pela aquisição da TVI	435 170	-	-	435 170
Dívida pela aquisição da Vizzavi	1 409 436	-	-	1 409 436
	3 023 000	3 011 700	354 685	6 389 385

30. FORNECEDORES E CONTAS A PAGAR

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2006	2005
Fornecedores correntes	27 192 056	29 380 369
Contas a pagar a partes relacionadas (Nota 34)	399 961	-
Custos a pagar:		
Rappel a liquidar	26 287 917	15 550 924
Custos de difusão de programas	3 365 974	2 973 871
Custos de telecomunicações (ISP)	-	163 381
Outros fornecimentos e serviços externos	5 705 856	3 761 641
Remunerações a liquidar	9 235 900	7 696 052
Juros a liquidar	600 828	1 211 301
Direitos de autor e royalties	2 848 473	2 474 944
Devolução de vendas	3 863 686	2 534 659
Outros	3 518 207	2 365 059
	83 018 858	68 112 201

31. OUTROS PASSIVOS CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2006	2005
Fornecedores de imobilizado	2 862 705	1 610 133
Credores diversos:		
Aquisição da TCS	666 665	1 333 333
PT Comunicações, S.A.	-	365 945
Aquisição da NBP, FEALMAR e MULTICENA	1 120 890	1 120 890
Económica, SGPS, S.A.	465 741	747 538
Soingeste - Aquisição da RECTÂNGULO	1 389 067	1 389 067
Aquisição da EXPOLIDER	769 110	769 110
PME Capital	-	334 552
Outros	1 956 353	1 160 828
Adiantamento de clientes	-	3 505
Estado e outros entes públicos (Nota 32)	13 755 466	13 406 895
Contas a pagar de partes relacionadas (Nota 34)	29 368	106 822
Facturação diferida	6 679 341	7 004 433
	29 694 706	29 353 051

32. ESTADO E OUTROS ENTES PÚBLICOS

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	Saldos devedores (Nota 23)	2006 Saldos credores (Nota 31)	Saldos devedores (Nota 23)	2005 Saldos credores (Nota 31)
Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas (a)	1 432 840	67 560	1 145 936	64 707
Imposto sobre o Valor Acrescentado	3 312 345	8 532 699	2 278 299	7 531 097
Contribuições para a Segurança Social	-	1 620 941	-	1 337 225
Imposto sobre o o Rendimento das Pessoas Singulares	-	1 751 617	12 399	2 442 058
Instituto Português de Arte Cinematográfica e Audiovisual/Cinematca Portuguesa	-	1 566 382	-	1 714 566
Dívidas integradas em planos de pagamento - Plano Mateus	-	176 358	-	176 358
Outros	-	39 909	2 097	140 884
	4 745 185	13 755 466	3 438 731	13 406 895

(a) O Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas apresenta o seguinte detalhe:

	2006	2005
Estimativa do imposto corrente sobre o rendimento do exercício (Nota 13)	704 247	742 424
Retenções efectuadas por terceiros e pagamentos por conta	(636 687)	(677 717)
	67 560	64 707

33. INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVADOS

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, o Grupo tinha contratado instrumentos financeiros derivados, essencialmente com o objectivo de minimizar os riscos de exposição a variações de taxa de juro. A contratação deste tipo de instrumentos financeiros é efectuada após análise cuidada dos riscos e benefícios inerentes a este tipo de operações. As referidas operações são sujeitas a aprovação prévia do Conselho de Administração. O valor de mercado (fair value) destes instrumentos é apurado regular e periodicamente ao longo do ano, no sentido de permitir uma avaliação contínua destes instrumentos e das respectivas implicações financeiras.

Em 31 de Dezembro de 2006, os instrumentos derivados contratados são conforme segue:

Equity swap sobre acções próprias

Durante o exercício de 2004, a Empresa contratou com uma instituição financeira, um equity swap sobre acções próprias. Aquele instrumento financeiro prevê que sejam adquiridas acções próprias até ao valor máximo de 10.000.000 euros. Este instrumento financeiro só pode ser liquidado, em dinheiro. Em 31 de Dezembro de 2006, aquela instituição financeira tinha adquirido cerca de 1.146.783 acções (1.566.586 acções em 31 de Dezembro de 2005). Durante o exercício de 2006, foi alienado um conjunto de acções, tendo sido originado um ganho de 246.261 euros, reconhecido na demonstração de resultados. Em 31 de Dezembro de

2006 e 2005 o valor de mercado deste instrumento financeiro é positivo e ascende a 2.805.494 Euros e 1.785.894 Euros, respectivamente.

Derivados de taxa de juro

Em exercícios passados, o Grupo contratou swaps de taxa de juro com o objectivo de cobertura do risco de taxa de juro de parte do empréstimo sindicado. Em 31 de Dezembro de 2006, o montante contratado ascendia a 30.937.500 euros (48.437.500 euros em 31 de Dezembro de 2005), cujo valor de mercado ascendia a 184.302 euros negativos (1.102.395 euros negativos em 31 de Dezembro de 2005). No exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, os encargos com este instrumento ascendiam a 658.048 euros.

Estes derivativos encontram-se avaliados ao seu justo valor, determinado por avaliações efectuadas por instituições financeiras. As variações do justo valor foram registadas na demonstração de resultados na rubrica custos financeiros líquidos (Nota 12).

34. SALDOS E TRANSACÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Os saldos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005 e as transacções efectuadas com empresas relacionadas excluídas da consolidação, no exercício findo naquela data, são os seguintes:

	Cientes e contas a receber (Nota 22)	Outros activos correntes (Nota 18 e 23)	Fornecedores (Nota 30)	Outros passivos correntes (Nota 31)	Vendas	Prestações de serviços	Outros proveitos operacionais	Proveitos financeiros	2006 Fornecimentos e serviços externos
CLMC	2 175 690	1 342 837	211 084	28 733	1 714	1 393 172	-	626 349	126 692
Transjornal	420 907	94 882	149 574	436	-	614 917	3 920	64 588	184 110
Transpublicidade	115 469	4 336	-	-	-	526 959	-	-	1 499 583
União de Leiria	90 508	-	-	-	-	56 100	-	-	-
CD TOP	-	1 496	1 050	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	38 253	199	-	-	-	-	2 487
	2 802 574	1 443 551	399 961	29 368	1 714	2 591 148	3 920	690 937	1 812 872

	activos correntes (Nota 23)	Outros passivos correntes (Nota 31)	Outros prestações de serviços	Outros proveitos operacionais consumidas	Custo das matérias primas	2005 Fornecimentos e serviços externos
CLMC	5 191 130	73 598	1 415 403	5 813	101 500	-
Transjornal	1 131 192	32 174	883 242	-	-	158 856
União de Leiria	22 627	-	56 100	-	-	-
Nanook	20 000	-	-	-	-	-
CD TOP	1 496	1 050	-	-	-	-
	6 366 445	106 822	2 354 745	5 813	101 500	158 856

35. COMPROMISSOS FINANCEIROS

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, existiam contratos e acordos celebrados com terceiros para a exibição de filmes e outros programas nos montantes totais de 20.866.363 euros e 7.990.614 euros, respectivamente. As datas previsíveis em que esses filmes e programas estarão disponíveis para exibição é como segue:

31 DE DEZEMBRO DE 2006: NATUREZA	2007	2008	2009	POR DEFINIR	TOTAL
Filmes	4 465 729	1 154 530	71 927	478 516	6 170 702
Séries	747 922	47 244	-	14 213	809 379
Entretenimento	746 530	-	-	-	746 530
Animação	-	-	-	-	-
Documentários	-	13 385	-	226 357	239 742
Desporto	8 600 000	4 300 010	-	-	12 900 010
	14 560 181	5 515 169	71 927	719 086	20 866 363

31 DE DEZEMBRO DE 2005: NATUREZA	2006	2007	2008	POR DEFINIR	TOTAL
Filmes	2 650 146	819 147	94 566	33 572	3 678 296
Séries	324 744	-	-	-	324 744
Entretenimento	420 280	-	-	-	420 280
Animação	196 151	-	-	-	196 151
Documentários	121 143	-	-	-	121 143
Desporto	3 250 000	-	-	-	3 250 000
	6 962 464	819 147	94 566	33 572	7 990 614

36. COTAÇÕES UTILIZADAS PARA CONVERSÃO DE SALDOS EM MOEDA ESTRANGEIRA

Foram utilizadas em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, as seguintes taxas de câmbio para converter para Euros os activos e passivos expressos em moeda estrangeira:

	2006	2005
Dólar Americano	1,31387	1,1797
Libra Inglesa	0,67071	0,6853

37. ACTIVOS E PASSIVOS CONTINGENTES

Em 31 de Dezembro de 2006, a MEDIA CAPITAL tinha prestado garantias bancárias e outras a terceiros, de acordo com o seguinte detalhe:

Garantias bancárias – fornecedores de programas	9 310 000
Warner Music – garantia bancária no âmbito do acordo com a ENTERTAINMENT (a)	1 500 000
Direcção Geral de Impostos – processos de execução fiscal (b)	1 421 647
CLMC – carta de crédito com 20th Century Fox Home Entertainment (c)	900 000
Garantia bancária – valor em dívida pela aquisição dos 35% da TCS (d)	666 667
Garantia bancária – valor em dívida pela aquisição da EXPOLIDER (d)	645 943
IAPMEI (Nota 27.d))	442 009
Processos judiciais e outros (b)	401 301
Aval relacionado com projectos de expansão de rádio	303 158
União de Leiria, SAD	149 639
CLMC – Livrança avalizada	125 000
Garantias suporte a contratos de arrendamento	66 000
CP – Caminhos de Ferro Portugueses, E.P.	61 807
Garantias bancárias de suporte a contratos de fornecimento de energia eléctrica	24 482
EPUL – Empresa Pública de Urbanização de Lisboa	11 684
Outros	4 988
	16 034 325

(a) Garantia bancária no âmbito do acordo de distribuição exclusiva entre a Warner Music Portugal e a ENTERTAINMENT.

(b) Processos parcialmente provisionados em função dos pareceres obtidos por parte dos consultores legais.

(c) Garantia bancária no âmbito do acordo de distribuição exclusiva de direitos sobre produtos em DVD e vídeo.

(d) Dívidas registadas em balanço.

A NBP constituiu hipoteca sobre um edifício de sua propriedade como garantia de um empréstimo de 1.064.486 euros (Nota 27).

Em 31 de Dezembro de 2006, decorrente do contrato de crédito, com carácter de médio e longo prazo, celebrado entre a participada MEDIA GLOBAL e o sindicato bancário liderado pelo Banco Espírito Santo S.A. (Nota 27), foram prestadas garantias reais, bem como promessas de penhor, como segue:

MEDIA GLOBAL

- Penhor sobre 100% do capital das sociedades MCE, MC OUTDOOR, MED CAP, MC SERVIÇOS, MULTIMÉDIA, KIMBERLEY e MCR;
- Penhor sobre 60% do capital da FEALMAR e NBP;
- Penhor sobre 40% do capital da MULTICENA.

NBP

- Penhor sobre 20% do capital da MULTICENA.

MC OUTDOOR

- Penhor sobre 100% do capital da PRESSETEP.

PRESSETEP

- Penhor sobre 65% do capital da TCS.

KIMBERLEY

- Penhor sobre 91,8% do capital da TVI.

TVI

- Penhor sobre 55% do capital da RETI.

EXPANSÃO

- Penhor sobre 100% do capital da EXPOLÍDER.

MCE

- Penhor sobre 100% do capital da EVENTOS.

MCR

- Penhor sobre 100% do capital das empresas COMERCIAL, REGIONAL e CIDADE.

Adicionalmente, foram constituídos penhores sobre licenças, participações de capital e diversos activos das empresas anteriormente referidas, bem como das restantes empresas consolidadas e referidas na nota introdutória. Foram ainda constituídas promessas de penhor sobre activos a adquirir no futuro pelas referidas empresas do Grupo Media Capital.

38. REMUNERAÇÃO DOS MEMBROS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

As remunerações auferidas pelos membros dos órgãos de administração da Empresa, no exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, foram de 1.605.192 euros (3.371.988 Euros em 2005). Estas remunerações foram auferidas nas diversas empresas incluídas na consolidação.

As remunerações auferidas em 2006 atrás referidas dividem-se em remunerações fixas de 1.315.182 euros, remunerações variáveis de 290.000 euros.

39. PLANO DE INCENTIVOS

O Conselho de Administração aprovou durante 2004, um plano de incentivos para alguns empregados. Este plano é constituído por opções de compra de acções da Empresa representativas de uma percentagem até 5% do seu capital, distribuídos por um período de quatro anos, com início em 2004. O número de acções a atribuir e o seu valor de exercício são definidos em cada ano, a que se refere a atribuição dos direitos. A atribuição e exercício destas opções sobre acções dependem do cumprimento de determinadas metas quantitativas (performance financeira da Empresa) e qualitativas (relativas aos empregados abrangidos pelo plano).

No âmbito deste plano de incentivos, durante 2005, o Conselho de Administração atribuiu aos empregados o direito de aquisição ou subscrição de 803.200 acções, a um preço de exercício de 5,40 euros. Estas opções tinham como justo valor, à data da atribuição do direito, 1.294.514 euros (Nota 11). Este valor foi calculado por terceiras entidades com base no modelo Black Scholes. Em conformidade com o definido na IFRS 2 – Pagamento com base em acções, naquele exercício, foi registado um custo com o pessoal, por contrapartida de reservas. Durante o exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, a Empresa recomprou àqueles empregados o direito de aquisição ou subscrição de 235.250 acções por 599.650 euros.

Em 31 de Dezembro de 2006, o Conselho de Administração estimou o justo valor dos direitos de aquisição ou subscrição de acções a atribuir no exercício findo naquela data em 500.000 euros, nos termos do plano de incentivos referido.

CERTIFICAÇÃO LEGAL DAS CONTAS E RELATÓRIO DE AUDITORIA CONTAS CONSOLIDADAS

Introdução

1. Nos termos da legislação aplicável, apresentamos a Certificação Legal das Contas e o Relatório de Auditoria sobre a informação financeira consolidada contida no relatório de gestão e sobre as demonstrações financeiras consolidadas anexas do exercício findo em 31 de Dezembro de 2006 do Grupo Media Capital, SGPS, S.A. ("Grupo"), as quais compreendem o balanço consolidado em 31 de Dezembro de 2006 que evidencia um total de 348.641.364 Euros e capitais próprios de 146.847.910 Euros, incluindo um resultado líquido de 15.400.399 Euros, as demonstrações consolidadas dos resultados por naturezas, dos fluxos de caixa e das alterações no capital próprio consolidado do exercício findo naquela data e o correspondente anexo.

Responsabilidades

2. É da responsabilidade do Conselho de Administração: (i) a preparação de demonstrações financeiras consolidadas que apresentem de forma verdadeira e apropriada a posição financeira do conjunto das empresas incluídas na consolidação, o resultado consolidado das suas operações, os seus fluxos consolidados de caixa e as alterações no capital próprio consolidado; (ii) que a informação financeira histórica seja preparada de acordo com as normas internacionais de relato financeiro, tal como adoptadas na União Europeia e que seja completa, verdadeira, actual, clara, objectiva e lícita, conforme exigido pelo Código dos Valores Mobiliários; (iii) a adopção de políticas e critérios contabilísticos adequados e a manutenção de sistemas de controlo interno apropriados; e (iv) a informação de qualquer facto relevante que tenha influenciado a actividade do conjunto das empresas incluídas na consolidação, a sua posição financeira ou os seus resultados.
3. A nossa responsabilidade consiste em examinar a informação financeira contida nos documentos de prestação de contas acima referidos, incluindo a verificação se, para os aspectos materialmente relevantes, é completa, verdadeira, actual, clara, objectiva e lícita, conforme exigido pelo Código dos Valores Mobiliários, competindo-nos emitir um relatório profissional e independente baseado no nosso exame.

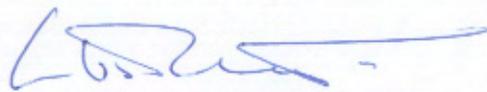
Âmbito

4. O exame a que procedemos foi efectuado de acordo com as Normas Técnicas e as Directrizes de Revisão/Auditoria da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas, as quais exigem que este seja planeado e executado com o objectivo de obter um grau de segurança aceitável sobre se as demonstrações financeiras consolidadas estão isentas de distorções materialmente relevantes. Este exame incluiu a verificação, numa base de amostragem, do suporte das quantias e informações divulgadas nas demonstrações financeiras consolidadas e a avaliação das estimativas, baseadas em juízos e critérios definidos pelo Conselho de Administração, utilizadas na sua preparação. Este exame incluiu, igualmente, a verificação das operações de consolidação, a aplicação do método de equivalência patrimonial e de terem sido apropriadamente examinadas as demonstrações financeiras das empresas incluídas na consolidação, a apreciação sobre se são adequadas as políticas contabilísticas adoptadas, a sua aplicação uniforme e a sua divulgação, tendo em conta as circunstâncias, a verificação da aplicabilidade do princípio da continuidade das operações, a apreciação sobre se é adequada, em termos globais, a apresentação das demonstrações financeiras consolidadas, e a apreciação, para os aspectos materialmente relevantes, se a informação financeira é completa, verdadeira, actual, clara, objectiva e lícita. O nosso exame abrangeu ainda a verificação da concordância da informação financeira consolidada constante do relatório de gestão com os restantes documentos de prestação de contas consolidadas. Entendemos que o exame efectuado proporciona uma base aceitável para a expressão da nossa opinião.

Opinião

5. Em nossa opinião, as demonstrações financeiras consolidadas referidas no parágrafo 1 acima, apresentam de forma verdadeira e apropriada, em todos os aspectos materialmente relevantes, a posição financeira consolidada do Grupo Media Capital, SGPS, S.A. em 31 de Dezembro de 2006, o resultado consolidado das suas operações, os seus fluxos consolidados de caixa e as alterações no capital próprio consolidado do exercício findo naquela data, em conformidade com as normas internacionais de relato financeiro tal como adoptadas na União Europeia e a informação nelas constante é, nos termos das definições incluídas nas directrizes mencionadas no parágrafo 4 acima, completa, verdadeira, actual, clara, objectiva e lícita.

Lisboa, 28 de Fevereiro de 2007



DELOITTE & ASSOCIADOS, SROC S.A.
Representada por Carlos Pereira Freire



CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS AND NOTES
AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005
(Amounts stated in Euros)

Free translation for information purposes only.
In the event of discrepancies the Portuguese language version prevails.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
CONSOLIDATED STATEMENTS OF PROFIT AND LOSS FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2006 AND 2005 (Amounts stated in Euros)
(Translation of consolidated statements of profit and loss originally issued in Portuguese - Note 40)

	NOTES	2006	2005
OPERATING REVENUE			
Sales	9	25 310 241	28 087 013
Services rendered	9	189 360 472	184 228 129
Other operating revenue	9	14 845 028	8 932 276
Total operating revenue		229 515 741	221 247 418
OPERATING EXPENSES			
Cost of programs issued and goods sold	10	(37 832 735)	(35 331 998)
Supplies and services		(90 602 834)	(89 826 498)
Employee benefits	11	(51 917 945)	(51 234 528)
Amortisation and depreciation	16 and 17	(11 516 883)	(11 737 571)
Provisions	28	(227 942)	(530 132)
Other operating expenses		(3 986 724)	(3 860 611)
Total operating expenses		(196 085 063)	(192 521 338)
OPERATING PROFIT		33 430 678	28 726 080
FINANCIAL EXPENSES			
Finance costs, net	12	(5 198 957)	(8 046 221)
Losses on associated companies, net	18	(4 182 875)	(985 164)
		(9 381 832)	(9 031 385)
PROFIT BEFORE TAX		24 048 846	19 694 695
Income tax expense	13	(8 453 479)	(6 954 561)
CONSOLIDATED NET PROFIT FOR THE YEAR		15 595 367	12 740 134
Attributable to:			
Equity holders of the parent		15 400 399	13 013 135
Minority interest	26	194 968	(273 001)
Earnings per share:			
Basic	14	0.1822	0.1557
Diluted	14	0.1800	0.1525

The accompanying notes form an integral part of the consolidated statements of profit and loss for the years ended 31 December 2006 and 2005.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
CONSOLIDATED BALANCE SHEETS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005 (Amounts stated in Euros)
(Translation of consolidated balance sheets originally issued in Portuguese - Note 40)

	NOTES	2006	2005
ASSETS			
NON-CURRENT ASSETS:			
Goodwill	15	174 373 452	174 373 452
Intangible assets	16	11 437 371	12 930 039
Tangible assets	17	37 528 818	34 726 252
Investments	18	653 756	574 772
Transmission rights and television programs	19	39 541 418	47 718 698
Other non-current assets	20	541 222	2 544 587
Deferred tax assets	13	5 559 195	13 691 283
		269 635 232	286 559 083
CURRENT ASSETS:			
Transmission rights and television programs	19	4 630 125	-
Inventories	21	1 956 592	1 990 274
Trade and other receivables	22	46 304 761	42 241 092
Other current assets	23	14 697 905	14 212 896
Cash and cash equivalents	24	8 611 255	3 607 670
Derivative financial instruments	33	2 805 494	1 785 894
		79 006 132	63 837 826
TOTAL ASSETS		348 641 364	350 396 909
EQUITY AND LIABILITIES			
EQUITY:			
Share capital	25	7 606 186	7 606 186
Share premium	25	81 709 213	82 035 267
Reserves	25	10 502 675	10 602 325
Retained earnings	25	28 593 409	15 254 220
Profit for the year	25	15 400 399	13 013 135
Equity attributable to equity holders of the parent		143 811 882	128 511 133
Equity attributable to minority interest	26	3 036 028	2 857 764
TOTAL EQUITY		146 847 910	131 368 897
LIABILITIES:			
NON-CURRENT LIABILITIES:			
Borrowings	27	49 948 887	83 889 674
Provisions	28	6 039 314	7 019 248
Other non-current liabilities	29	3 142 909	6 389 385
Derivative financial instruments	33	184 302	1 102 395
Deferred tax liabilities	13	894 479	1 277 335
		60 209 891	99 678 037
CURRENT LIABILITIES:			
Borrowings	27	28 869 999	21 884 723
Trade and other payables	30	83 018 858	68 112 201
Other current liabilities	31	29 694 706	29 353 051
		141 583 563	119 349 975
TOTAL LIABILITIES		201 793 454	219 028 012
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES		348 641 364	350 396 909

The accompanying notes form an integral part of the consolidated balance sheets as of 31 December 2006 and 2005.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
CONSOLIDATED CASH FLOW STATEMENTS FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2006 AND 2005 (Amounts stated in Euros) (Translation of
consolidated cash flow statements originally issued in Portuguese – Note 40)

	2006	2005
OPERATING ACTIVITIES:		
Cash receipts from customers	294 296 217	275 043 507
Cash paid to suppliers	(138 249 717)	(140 238 340)
Cash paid to employees	(51 316 571)	(50 442 233)
Cash generated from operations	104 729 929	84 362 934
Other cash received/(paid) relating to operating activities	(48 653 763)	(48 253 905)
Net cash from operating activities (1)	56 076 166	36 109 029
INVESTING ACTIVITIES:		
Cash received relating to:		
Disposal of tangible assets	257 120	295 463
Dividends	52 800	243 733
Other investments	-	372 533
	309 920	911 729
Cash paid relating to:		
Acquisition of investments	(2 570 984)	(3 627 724)
Acquisition of tangible assets	(11 669 465)	(7 278 410)
Acquisition of intangible assets	(28 460)	(1 620 445)
Loans granted to associates	(678 006)	(5 361 144)
	(14 946 915)	(17 887 723)
Net cash used in investing activities (2)	(14 636 995)	(16 975 994)
FINANCING ACTIVITIES:		
Cash received relating to:		
Borrowings	628 492	990 000
Capital increase and supplementary capital contributions	-	4 898 217
Interest and other similar income	479 205	242 799
	1 107 697	6 131 016
Cash paid relating to:		
Borrowings	(29 076 238)	(16 524 617)
Payment of principal on finance lease contracts	(1 051 494)	(1 596 476)
Interest and other similar expenses	(4 364 737)	(5 267 731)
Dividends	-	(171 361)
Other financial expenses	(3 050 814)	(3 424 905)
	(37 543 283)	(26 985 090)
Net cash used in financing activities (3)	(36 435 586)	(20 854 074)
Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents (4) = (1) + (2) + (3)		
	5 003 585	(1 721 039)
Cash and cash equivalents at the beginning of the year	3 607 670	5 328 709
Cash and cash equivalents at the end of the year	8 611 255	3 607 670

The accompanying notes form an integral part of the consolidated cash flow statements for the years ended 31 December 2006 and 2005.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
CONSOLIDATED STATEMENT OF CHANGES IN EQUITY FOR THE YEARS
ENDED 31 DECEMBER 2006 AND 2005 (Amounts stated in Euros)
(Translation of consolidated statements of changes in equity originally
issued in Portuguese - Note 40)

	EQUITY ATTRIBUTABLE TO EQUITY HOLDERS OF THE PARENT					EQUITY ATTRIBUTABLE TO MINORITY INTEREST	TOTAL EQUITY	
	CAPITAL	SHARE PREMIUM	RESERVES	RETAINED EARNINGS	PROFIT FOR THE YEAR			TOTAL
Balance at 31 December 2004	7 448 833	187 724 062	9 307 811	(104 627 336)	9 451 897	109 305 267	3 174 098	112 479 365
Issue of share capital (Note 25)	157 353	4 740 864	-	-	-	4 898 217	-	4 898 217
Transfers (Note 25)	-	(110 429 659)	-	110 429 659	-	-	-	-
Transfer of profit for the year (Note 25)	-	-	-	9 451 897	(9 451 897)	-	-	-
Change in the consolidation perimeter and acquisition of minority interest	-	-	-	-	-	-	128 025	128 025
Market value of share purchase options (Note 39)	-	-	1 294 514	-	-	1 294 514	-	1 294 514
Change in equity of controlled companies	-	-	-	-	-	-	(171 358)	(171 358)
Consolidated profit for the year	-	-	-	-	13 013 135	13 013 135	(273 001)	12 740 134
Balance at 31 December 2005	7 606 186	82 035 267	10 602 325	15 254 220	13 013 135	128 511 133	2 857 764	131 368 897
Transfer of profit for the year	-	(326 054)	-	13 339 189	(13 013 135)	-	-	-
Change in the consolidation perimeter and acquisition of minority interest	-	-	-	-	-	-	(16 704)	(16 704)
Market value of share purchase options	-	-	(99 650)	-	-	(99 650)	-	(99 650)
Consolidated profit for the year	-	-	-	-	15 400 399	15 400 399	194 968	15 595 367
Balance at 31 December 2006	7 606 186	81 709 213	10 502 675	28 593 409	15 400 399	143 811 882	3 036 028	146 847 910

The accompanying notes for an integral part of the consolidated statements of changes in equity for the years ended 31 December 2006 and 2005.

INTRODUCTORY NOTE

Grupo Media Capital, SGPS, S.A. (“Media Capital” or “the Company”) was incorporated as a holding company in 1992 and through its subsidiary companies (“the Group” or “the Media Capital Group”) operates in the broadcasting and production of television programs and other media business, the editing, production and multimedia distribution of magazines and the conception, realisation, production and broadcasting of radio programs.

These financial statements were approved by the Board of Directors on 27 February 2007.

Media Capital's shares are listed on Euronext Lisbon – Sociedade Gestora de Mercados Regulamentados, S.A..

The Group operates essentially in the media sector in Portugal, in the television, radio, press, outdoor and internet businesses. The Group also operates in businesses which have synergies with the media, such as the production of television contents, music edition, the distribution of cinema rights and realisation of events, fairs and business expositions.

Television program broadcasting is carried out by TVI – Televisão Independente, S.A. (“TVI”), under a television operating licence. Part of the television contents broadcasted by TVI is produced by the NBP Group, headed up by NBP – Produção em Vídeo, S.A. (“NBP”) and including Fealmar – Empresa Teatro Estúdio de Lisboa, S.A. (“Fealmar”).

MCR – Sociedade Unipessoal, S.A. (“MCR”) is the sub-holding company for the radio activity, and owns the companies Rádio Comercial, S.A. (“Comercial”), R. Cidade, S.A. (“Cidade”), Rádio Regional de Lisboa, S.A. (“Regional”) and Rádio XXI, Lda. (“Rádio XXI”), holders of the respective radio broadcasting licences.

Media Capital Outdoor – Publicidade, S.A. (“MC Outdoor”) is the sub-holding company for outdoor advertising, and has more than 14 thousand spots in all market segments: public transport advertising, urban furniture and billboards. This company also holds the rights to operate television screens in the Lisbon underground, under the MCO TV brand.

Media Capital Edições, S.A. (“MCE”) publishes and distributes magazines.

Media Capital – Editora Multimédia, S.A. (“Multimédia”) and Media Capital Telecomunicações, S.A. (“MCT”) operate in the Internet segment, supported by the www.iol.pt portal.

2. MAIN ACCOUNTING POLICIES

2.1 Basis of presentation

The financial statements have been prepared on going concern basis from the accounting records of the companies included in the consolidation (Note 4).

The financial statements have been prepared in accordance with the International Financial Reporting Standards (“IFRS”) issued by the International Accounting Standards Board (“IASB”), adopted by the European Union, with the interpretations of the International Financial Reporting Interpretation Committee (“IFRIC”).

IFRS was adopted for the first time in 2005 and accordingly, the transition date from Portuguese generally accepted accounting principles (“POC”) to the IFRS was defined as of 1 January 2004, in accordance with the requirements of IFRS 1 – First-time Adoption of International Financial Reporting Standards (“IFRS 1”).

2.2 Consolidation principles

The consolidation methods used by the Group were as follows:

a) Controlled companies

Investments in controlled companies, defined as companies in which the Group holds, directly and indirectly, more than 50% of the voting rights at the Shareholders' General Meetings, or has the power to control their financial and operating policies (control definition adopted by the Group), were fully consolidated. Equity and the net result of these companies, corresponding to third party participation in them, are reflected separately in the consolidated balance sheet and consolidated statement of profit and loss in the caption “Minority interest”. The companies included in the consolidation are listed in Note 4.

Where losses attributable to minority interests exceed their respective interest in the equity of controlled companies, the Group absorbs the excess and any additional losses, except where the minority shareholders are required, and have the ability, to cover such losses. Where the subsidiary company subsequently reports profits, the Group appropriates such profits up to the amount of the losses previously absorbed.

Assets, liabilities and contingent liabilities in controlled companies acquired as from 1 January 2004 are identified at their fair value as of the acquisition date. Any excess of cost over the fair value of the net assets acquired is recognised as goodwill

(Note 2.3.). If the difference between cost and the fair value of the net assets acquired is negative, it is recognised in results for the period. Minority interest is recognised in proportion to the fair value of the identified assets and liabilities.

The results of subsidiaries acquired or sold during the period are included in the consolidated statement of profit and loss from the date of their acquisition, or up to the date of their sale.

Whenever necessary, adjustments are made to the financial statements of subsidiaries for them to conform to the Group's accounting policies. Transactions, balances and dividends distributed between Group companies are eliminated in the consolidation process.

b) Associated companies

Investments in associated companies (those in which the Group has significant influence but does not have direct or indirect control – generally investments representing participations between 20% and 50%) are recognised in accordance with the equity method of accounting.

In accordance with the equity method investments are adjusted periodically by the amount corresponding to the participation in the net results of associated companies, by corresponding entry to gain or loss on investments and by other changes in the assets and liabilities acquired. In addition, participations are adjusted to recognise impairment losses.

Losses in associated companies exceeding the investment in them are not recognised, except where the Group has assumed commitments to such companies or to its creditors.

Any excess of cost over the fair value of the identifiable net assets of associated companies as of the acquisition date is recognised as goodwill and reflected in the amount of the investment in associated companies. If the fair value of the identifiable net assets exceeds cost, the difference is recognised as income for the period.

The Group makes periodic assessments of its investments in associated companies to determine the existence of impairment losses. Any impairment losses are recognised in the period on which they occur.

Investments in associated companies are listed in Note 5.

c) Investments in other companies

Investments in other companies, which represent participations of less than 20%, are recorded at the lower of cost or estimated realisable value.

2.3 Goodwill

Goodwill represents the excess of cost over the Group's interest in the fair value of the identifiable assets and liabilities of controlled companies as of the date of acquisition, in accordance with IFRS 3 – Business Combinations. The Group applied the provisions of IFRS 3 only for acquisitions after 1 January 2004, in accordance with the exception allowed by IFRS 1. Goodwill on acquisitions up to 1 January 2004 has been maintained rather than being recalculated in accordance with IFRS 3 and is subject to annual impairment tests as from that date.

In accordance with IFRS 3, goodwill is not amortised. Impairment losses are recorded in the statement of profit and loss in the caption “Provisions and impairment losses”. Such impairment losses cannot be reversed.

For purposes of determining impairment losses, goodwill is allocated to the Group's cash-generating units that are expected to benefit from the synergies resulting from the acquisition of the investments. Impairment tests of each cash-generating unit are carried out annually or more frequently when required. If the recoverable amount of the cash-generating unit is less than its book value, the impairment loss is allocated first to the book value of goodwill and then to the book value of assets of the unit in proportion to their value.

Goodwill is included in determining the gain or loss on the sale of investments in controlled and associated companies.

2.4 Intangible assets

Intangible assets are recorded at cost less accumulated amortisation and, where applicable, impairment losses. Intangible assets are only recognised when it is probable that they will bring future financial benefits, they are controllable and their value can be reasonably determined.

Intangible assets are amortised on a straight-line basis as from the time they start being used, over the estimated period in which they are expected to generate future benefits.

2.5 Tangible assets

Tangible assets are recorded at cost less accumulated depreciation and, where applicable, impairment losses.

Cost includes the purchase price, plus any related purchase costs. Additionally where applicable, the estimated cost of dismantling and removing any assets and re-qualifying the location is added as purchase cost.

Estimated losses resulting from the replacement of equipment before the end of its useful life, due to technological obsolescence, are recognised as a deduction from the cost of the corresponding asset, being expensed in the period they occur.

Maintenance and repair costs of a current nature are expensed when incurred. Costs of significant amount incurred to improve tangible assets, are capitalised and depreciated over the estimated period to recover such costs, when it is probable that the asset will generate future financial benefits which can be reliably measured.

Tangible assets in progress are recorded at cost, less any recognised accumulated impairment losses and start to be depreciated when the assets are ready for their intended use. When tangible assets are considered as being held for sale they are no longer depreciated and are reclassified to non-current assets held for sale. The gain or loss arising from the disposal of tangible assets, which is determined by the difference between the sales proceeds and the book value of the asset, is recognised in the statement of profit and loss captions "Other operating expenses" or "Other operating revenue".

The cost of such assets, less their residual value, is depreciated on a straight-line basis over their estimated useful lives, as from the month they are available for use.

The depreciation rates used correspond to the following average periods of useful life:

	YEARS
Buildings and other constructions	10 - 50
Machinery and equipment	6 - 15
Transportation equipment	4
Tools and utensils	3 - 10
Administrative equipment	3 - 10
Other tangible assets	3 - 10

2.6 Leases

a) Finance leases

Fixed assets held under lease contracts are recognised as assets under finance lease where substantially all the risks and benefits of their ownership are transferred. Such assets are recorded at the lower of the present value of the future lease instalments or the market value of the asset as of the date of the contract, by corresponding entry to the liability caption "Borrowings". Such assets are depreciated over the period of their estimated useful lives, the lease instalments paid are recognised as decreases in the liability and the interest is recognised in the statement of profit and loss for the period to which they correspond.

b) Operating leases

Where lease contracts are classified as operating leases, the lease instalments due are recognised as a cost, on a straight-line basis, in the statement of profit and loss over the period of the lease contract.

2.7 Transmission rights and television programs

Transmission rights and television programs correspond essentially to contracts or agreements with third parties for the exhibition of films, series and other television programs and include acquired rights and expenses incurred with the production of programs. The cost of programs broadcasted is recognised in the statement of profit or loss at the time the programs are exhibited, considering the estimated number of transmissions and the estimated benefits of each transmission.

Such assets are subject to annual impairment tests and whenever changes or situations occur that indicate that their book value exceeds their recoverable amount, and the corresponding impairment losses recorded.

Transmission rights acquired from third parties are recorded as assets, at cost, when the Group controls the rights to them and has assumed the risks and benefits relating to their content. These rights are split between current and non-current assets on the balance sheet, based on their contractual period and estimated date of exhibition.

Information regarding financial commitments relating to the acquisition of these rights is disclosed in Note 35.

2.8 Non-current assets held for sale

Non-current assets held for sale (or discontinued operations) are classified as held for sale and are recorded at the lower of their book value or fair value, less costs to sell.

Non-current assets are classified as held for sale when their book value is to be recovered through sale rather than through their continued use. This condition is considered to have been met only when the sale is highly probable, the asset is available for immediate sale in its present condition and the Group has assumed the commitment to sell it. In addition, the asset must be expected to be sold within twelve months of the date of such classification. As of 31 December 2006 and 2005 the Group had no discontinuing operations.

2.9 Balance sheet classification

Assets to be realised and liabilities to be settled within one year from the balance sheet date, or expected to be realised in the normal course of operations, are classified as current assets and liabilities. All other assets and liabilities are classified as non-current.

2.10 Financial instruments

2.10.1 Inventories

Inventories are stated at the lower of cost and net realisable value. Cost is calculated using the weighted average method. Where cost exceeds net realisable value an impairment loss is considered to exist.

2.10.2 Trade and other receivables and other current assets

Trade and other receivables and other current assets are initially recognised at their nominal value and are reflected net of impairment losses. Impairment losses are recognised when there is objective evidence that all the amounts due will not be collected in accordance with the terms originally established to settle the third party receivables. The amount of the loss corresponds to the difference between the amount recorded and the amount recoverable, the latter being the present value of the estimated future cash flows discounted at the effective interest rate. The loss is recognised in the statement of profit and loss for the period.

2.10.3 Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents comprise cash on hand, demand and term deposits and other short-term highly liquid investments maturing in less than three months, that are readily convertible to cash with an insignificant risk of change in value.

2.10.4 Trade and other payables and other current liabilities

Trade and other payables and other current liabilities are recognised at their nominal value, discounted for possible interest payable in the future.

2.10.5 Borrowings

Borrowings are initially recognised at their fair value, net of transaction costs incurred. In subsequent periods borrowings are recognised at amortised cost, the difference between the amounts received (net of transaction costs) and the amounts payable is recognised in the statement of profit and loss over the period of the borrowings, using the effective interest rate method.

Borrowings are classified as current liabilities, unless there is an unconditional right to defer settlement of the liability for more than twelve months after the balance sheet date.

2.10.6 Derivative financial instruments

The Group has the policy of resorting to derivative financial instruments to hedge the financial risks to which it is exposed, due essentially to changes in interest rates.

The use of financial derivatives is governed by the Group's internal policies defined by the Board of Directors. The Group does not use derivative financial instruments for speculative purposes.

Derivative financial instruments are measured at fair value and classified in the balance sheet as held for trading, changes in fair value being recognised in the statement of profit and loss for the period in which they occur.

2.11 Revenue recognition

Sales comprise mainly the sale of CD's, magazines and related products and are recognised in the statement of profit and loss when the risks and rewards of ownership of the assets are transferred to the buyer and the amount of revenue can be reasonably quantified. Returns of CD's, magazines and related products sold are recorded as a reduction in sales, in the period to which they relate. Revenue from magazine subscriptions is deferred over the subscription period.

Services rendered include mainly the sale of advertising space and are recognised when the advertising is broadcasted or published. Quantity discounts given, are recorded as a reduction in revenue in the period to which they relate.

Revenue and costs relating to Internet access services provided are recognised in the period in which the access is made.

Other revenue refers mainly to support services rendered for the production of television soaps and series, revenue from written message services in television programs and the exhibition and sale of images, which are recognised when the services are rendered.

Costs and revenue are recognised in the period they relate to, regardless of the date they are paid or received. Estimates of costs and revenue are done when these are not specifically known.

2.12 Provisions, liabilities and contingent liabilities

Provisions are recognised when there exists a present obligation resulting from past events, it is probable that the Group has to spend resources to settle the obligation and the amount of the obligation can be reliably estimated.

Provisions for restructuring are recognised when there is a detailed formal plan identifying their main characteristics and the facts are communicated to the parties involved. The amount of the provision is reviewed and adjusted at each balance sheet date to reflect the best estimate at the time. When any of the above mentioned conditions are not met, the provision is not recorded and a contingent liability is disclosed, unless an outflow of funds affecting future financial benefits is remote, in which case no disclosure is made.

When past events result in the possibility of an asset, the existence of which depends on the occurrence of one or more uncertain future events not completely under the Company's control, the future economic benefit is disclosed as a contingent asset.

2.13 Impairment of non-current assets except goodwill

Impairment tests are performed at each balance sheet date, whenever events or changes in circumstances indicating the impairment of the carrying amount of the assets are identified.

Whenever the book value of an asset exceeds its recoverable amount an impairment loss is recognised in the statement of profit and loss caption "Provisions and impairment losses".

The recoverable amount is the higher of the net selling price and the value in use. The net selling price is the amount that would be obtained from selling the asset in a transaction between independent knowledgeable parties, less the costs directly attributable to the sale. Value in use is the present value of the estimated future cash flows resulting from the continued use of the asset and its sale at the end of its useful life. The recoverable amount is estimated for each asset individually or, where this is not possible, for the cash generating unit to which the asset belongs.

Impairment losses recognised in prior periods are reversed when it is concluded that such losses no longer exist or have decreased. This review is always made when there are indications that the impairment recognised earlier no longer exists. The reversal of impairment losses is recognised in the statement of profit or loss caption "Other operating revenue". However, impairment losses are only reversed up to the amount that would have been recognised (net of amortisation and de-

preciation) if the impairment loss had not been recognised in previous periods.

2.14 Income tax

Income tax for the period consists of the current tax and deferred tax.

The Group is covered by the special regime for taxation of groups of companies, which covers all the subsidiaries in which MEGLO – Media Global, SGPS, S.A. ("Media Global"), a fully owned subsidiary company, has a direct or indirect participation exceeding 90% and have the necessary conditions to be included in this regime. The conditions include being resident in Portugal and being subject to corporate income tax, as well as the existence or not of tax losses carried forward from periods prior to the inclusion in the regime.

Deferred tax is calculated based on the temporary differences between the amount of assets and liabilities for accounting and for tax purposes. Deferred tax assets and liabilities are calculated and revised periodically to the tax rates in force, or announced to be in force, on the dates the temporary differences are expected to reverse.

Deferred tax assets are only recognised when there is reasonable expectation that there will be sufficient future taxable profits to use them or in situations in which there are taxable timing differences that compensate deductible timing differences in the period they reverse. At each balance sheet date a review is made of such deferred taxes, these being adjusted whenever their future use is no longer probable.

Deferred taxes are recorded as costs or income for the year, except when they result from amounts recorded directly in equity, in which case the deferred taxes are also recognised in equity.

2.15 Foreign currency transactions and balances

Exchange gains and losses arising from differences between the exchange rates prevailing on the dates of the transactions and those in force on the dates of collection, payment or on the date of the balance sheet are recorded in the consolidated statement of profit and loss for the period.

2.16 Subsequent events

Events occurring after the balance sheet date that provide additional information on the conditions that existed as of that date, are reflected in the consolidated financial statements.

Events occurring after the balance sheet date that provide additional information on the conditions that existed after that date, if material, are disclosed in the notes to the consolidated financial statements.

3. CHANGES IN ACCOUNTING POLICIES, JUDGEMENTS, ESTIMATES AND CORRECTIONS OF FUNDAMENTAL ERRORS

There were no changes in accounting policies in 2006 in relation to those used to prepare the financial information for 2005 in accordance with the requirements of the IFRS, presented herein, and no significant corrections of prior year errors were recognised.

In preparing the accompanying financial statements the Board of Directors used its knowledge and experience of past and/or current events and on assumptions relating to future events to make accounting estimates.

The more significant accounting estimates reflected in the consolidated financial statements as of 31 December 2006 are as follows:

- Useful life of tangible and intangible assets;
- Impairment tests of goodwill and other assets;
- Accounting for provisions;
- Calculation of the market value of financial instruments.

The estimates were made based in the best information available at the time the consolidated financial statements were prepared. However, events can occur in subsequent periods which, due to their unpredictability, were not considered in these estimates. Significant changes to these estimates, occurring after the date the financial statements were prepared are reflected in the statement of profit or loss on a prospective basis, as defined in IAS 8.

4. COMPANIES INCLUDED IN THE CONSOLIDATION

The companies included in the consolidation by the full consolidation method, their head offices and the proportion of capital effectively held in them at 31 December 2006 and 2005 were as follows:

SUBSIDIARIES	HEAD OFFICES	EFFECTIVE PARTICIPATION HELD	
		2006	2005
Grupo Media Capital SGPS S.A.	Barcarena	Holding	Holding
MEGLO - Media Global SGPS S.A.	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL - Serviços de Consultoria e Gestão S.A. ("MC SERVIÇOS")	Barcarena	100	100
Publipartner - Projectos de Media e Publicidade Unipessoal Lda. ("Publipartner")	Barcarena	100	100
Med Cap Technologies – Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação S.A. ("MED CAP")	Barcarena	100	100
MCE - Media Capital Edições Lda. ("MCE")	Barcarena	100	100
EXPANSÃO ECONÓMICA – Eventos Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais S.A. ("EVENTOS")	Barcarena	100	100
EDIÇÕES EXPANSÃO ECONÓMICA Lda. ("EXPANSÃO")	Barcarena	100	100
EXPOLIDER – Feiras Exposições e Congressos S.A. ("EXPOLIDER")	Barcarena	100	100
CENA EDITORIAL – Edição de Publicações Periódicas S.A. ("CENA")	Barcarena	100	100
MCR – Radiofonia e Publicidade Sociedade Unipessoal S.A. ("MCR")	Barcarena	100	100
CENTRAL DISCOS – Produções Discográficas S.A. ("CENTRAL DISCOS")	Barcarena	100	100
FAROL MÚSICA – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual Lda. ("FAROL")	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL ENTERTAINMENT - Produção de Eventos Lda. ("ENTERTAINMENT")	Odivelas	100	100
R. CIDADE – Produções Audiovisuais S.A. ("CIDADE")	Lisboa	100	100
RÁDIO REGIONAL DE LISBOA – Emissões de Radiodifusão S.A. ("REGIONAL")	Lisboa	100	100
RÁDIO COMERCIAL S.A. ("COMERCIAL")	Lisboa	100	100
Rádio XXI Lda. ("XXI")	Lisboa	100	100
KIMBERLEY TRADING S.A. ("KIMBERLEY")	Barcarena	100	100
TVI – Televisão Independente S.A. ("TVI")	Barcarena	100	100
RETI – Rede Teledifusora Independente S.A. ("RETI")	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL OUTDOOR - PUBLICIDADE S.A. ("MC OUTDOOR")	Barcarena	100	100
PRESSETEP – Comunicação e Meios Publicitários S.A. ("PRESSETEP")	Barcarena	100	100
TCS – Publicidade em Transportes e Meios de Comunicação S.A. ("TCS")	Barcarena	100	100
STM – Serviços Técnicos de Manutenção de Publicidade S.A. ("STM")	Barcarena	100	100
PUBLIMETRO – Publicidade em Meios de Transporte e Outros S.A. ("PUBLIMETRO")	Barcarena	60	60
BTP – Publicidade e Transportes e Meios de Comunicação S.A. ("BTP")	Barcarena	55	55
PUBLICARRIS – Publicidade na Companhia de Carris de Ferro de Lisboa S.A. ("PUBLICARRIS")	Barcarena	55	55
MEDIA CAPITAL – Editora Multimédia S.A. ("MULTIMÉDIA")	Barcarena	100	100
AGEFINAN - Agência de Notícias Financeiras S.A. ("AGEFINAN")	Lisboa	100	50
MEDIA CAPITAL TELECOMUNICAÇÕES S.A. ("MCT")	Barcarena	100	100
DIRECTÓRIO IOL - Serviços de Internet S.A. (a)	Porto	69	69
LÚDICODROME - EDITORA Unipessoal Lda (b)	Barcarena	100	-
UNIDIVISA - Promoção de Projectos de Media S.A. ("UNIDIVISA")	Barcarena	100	100
FEALMAR – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa S.A. ("FEALMAR")	Lisboa	60	60
NBP – Produção em Vídeo S.A. ("NBP")	Lisboa	60	60
MULTICENA – Equipamento de Imagem e Som S.A. ("MULTICENA")	Lisboa	60	60
NBP – Oficina de Actores Lda. ("Oficina Actores") (c)	Lisboa	-	60
Teatro Mais – Actividades Teatrais Lda. ("Teatro Mais")	Lisboa	60	60
CAMARINS – Sociedade de Aluguer e Venda de Guarda Roupa Lda. ("CAMARINS") (c)	Lisboa	-	60
NBP – Ibérica - Producciones Audiovisuales S.A.	Madrid (ESP)	59	59
CASA DA CRIAÇÃO – Argumentos para Audiovisual Lda. ("CASA DA CRIAÇÃO")	Lisboa	60	54
EMAV – Empresa de Meios Audiovisuais Lda. ("EMAV")	Vialonga	54	54
EPC – Empresa Portuguesa de Cenários Lda. ("EPC")	Vialonga	60	51
Móveis de Novela Lda. ("Móveis de Novela") (c)	Lisboa	-	36

- a) Up to 24 February 2006 called Auto Basic Motor – Comércio de Veículos, S.A..
b) This company was incorporated on 28 December 2006.
c) These companies were liquidated in 2006.

5. ASSOCIATED COMPANIES

The associated companies, their head offices and proportion of capital effectively held in them at 31 December 2006 and 2005 were as follows:

ASSOCIATED COMPANIES	HEAD OFFICES	EFFECTIVE PARTICIPATION	
		2006	2005
CLMC – Multimedia, S.A. ("CLMC")	Lisbon	50	50
SETEPCOM – Equipamentos e Espaços Comerciais, S.A. ("Setepcom")	Lisbon	-	50
TRANSJORNAL – Edições de Publicações, S.A. ("Transjornal")	Lisbon	35	35
TRANSPUBLICIDADE – Publicidade em Transportes, S.A. ("Transpublicidade")	Lisbon	40	30
União de Leiria, SAD ("União de Leiria")	Lisbon	20	20
Nanook – Empresa Europeia de Produção de Documentários, Lda. ("Nanook")	Lisbon	16	16

The associated companies are included in the consolidated financial statements in accordance with the equity method of accounting, as explained in Note 2.2.b).

The participation in the company Setepcom was sold in 2006 in exchange for an additional 10% participation in Transpublicidade.

6. OTHER COMPANIES

Other companies, their head offices and proportion of capital effectively held in them at 31 December 2006 and 2005, were as follows:

OTHER COMPANIES	HEAD OFFICES	EFFECTIVE PARTICIPATION	
		2006	2005
CD TOP – Sociedade Internacional de Audiovisual, S.A. ("CD TOP")	Lisbon	23	23
JC Decaux Airport Portugal – Publicidade em Aeroportos, S.A. ("JC Decaux")	Lisbon	15	15
FERGRÁFICA – Artes Gráficas, S.A. ("Fergráfica")	Lisbon	6	6
UNITÉNIS – Sociedade de Empreendimentos de Ténis, S.A. ("Uniténis")	Lisbon	-	-
NP - Notícias de Portugal, Cooperativa de Utentes de Serviço de Informação, CRL	Lisbon	-	-

The investments in these companies are stated at cost or estimated realisable value as explained in Note 2.2.c).

7. CHANGES IN THE CONSOLIDATION PERIMETER

There were no changes in the consolidation perimeter in 2006.

8. SEGMENT REPORTING

The Group identifies its reporting segments based essentially on the combination of the differences in the products and services and differences in the legal framework of the markets in which it operates. These segments are consistent with the manner in which the Board of Directors manages and controls the business. Therefore, considering these factors, the Group has identified the following reporting segments:

a) Television

The television segment involves fundamentally broadcasting by one generalist TV channel (TVI), the production of programs/series (NBP) and the sale of related products;

b) Radio

The Radio segment involves the broadcasting of radio programs, through own antennas and publicity space utilisation contracts with third parties;

c) Outdoors

The Outdoor segment refers to the sale of publicity space on outdoors installed in public places, public transport and others;

d) Others

The Others segment includes essentially written press business (mainly the editing of Maxmen, Lux, Lux Woman and Casas de Portugal magazines), internet business (IOL), the Group's holding company and intra-group eliminations.

Contribution of the principal business segments to the consolidated results for the years ended 31 December 2006 and 2005 was as follows:

	TELEVISION	RADIO	2006 OUTDOORS	OTHERS	CONSOLIDATED
Operating revenue:					
Services rendered - external	141 796 480	12 885 751	16 649 413	18 028 828	189 360 472
Services rendered - internal	1 809 070	437 418	678 950	(2 925 438)	-
Sales	13 627 936	-	-	11 682 305	25 310 241
Other operating revenue - external	14 200 899	255 069	71 259	317 801	14 845 028
Other operating revenue - internal	517 372	301 864	-	(819 236)	-
Total operating revenue	171 951 757	13 880 102	17 399 622	26 284 260	229 515 741
Operating expenses:					
Broadcasting costs	(30 205 457)	-	-	-	(30 205 457)
Cost of goods sold	(4 922 936)	-	-	(2 704 342)	(7 627 278)
Supplies and services	(55 553 449)	(8 028 692)	(10 261 422)	(16 759 271)	(90 602 834)
Employee benefits	(28 803 745)	(4 962 969)	(3 234 362)	(14 916 869)	(51 917 945)
Depreciation and amortisation	(6 177 786)	(1 809 467)	(1 209 866)	(2 319 764)	(11 516 883)
Provisions	(227 942)	-	-	-	(227 942)
Other operating expenses	(1 208 698)	(211 025)	(2 130 411)	(436 590)	(3 986 724)
Total operating expenses	(127 100 013)	(15 012 153)	(16 836 061)	(37 136 836)	(196 085 063)
Operating profit	44 851 744	(1 132 051)	563 561	(10 852 576)	33 430 678
Net financial items					(9 381 832)
Profit before tax					24 048 846
Income tax expense					(8 453 479)
Profit for the year					15 595 367
Attributable to:					
Equity holders of the parent					15 400 399
Minority interest					194 968

	TELEVISION	RADIO	2005 OUTDOORS	OTHERS	CONSOLIDATED
Operating revenue:					
Services rendered - external	134 880 112	13 566 706	15 400 530	20 380 781	184 228 129
Services rendered - internal	2 179 935	870 426	1 131 013	(4 181 374)	-
Sales	13 437 563	-	-	14 649 450	28 087 013
Other operating revenue - external	8 061 876	104 462	55 515	710 423	8 932 276
Other operating revenue - internal	902 145	386 240	-	(1 288 385)	-
Total operating revenue	159 461 631	14 927 834	16 587 058	30 270 895	221 247 418
Operating expenses:					
Broadcasting costs	(27 599 981)	-	-	-	(27 599 981)
Cost of goods sold	(5 215 609)	-	-	(2 516 408)	(7 732 017)
Supplies and services	(50 440 627)	(8 463 913)	(9 667 548)	(21 254 410)	(89 826 498)
Employee benefits	(26 987 926)	(5 129 411)	(3 072 735)	(16 044 456)	(51 234 528)
Depreciation and amortisation	(6 410 945)	(1 352 235)	(1 303 764)	(2 670 627)	(11 737 571)
Provisions	(447 962)	(5 007)	-	(77 163)	(530 132)
Other operating expenses	(328 648)	(870 614)	(2 333 701)	(327 648)	(3 860 611)
Total operating expenses	(117 431 698)	(15 821 180)	(16 377 748)	(42 890 712)	(192 521 338)
Operating profit	42 029 933	(893 346)	209 310	(12 619 817)	28 726 080
Net financial items					(9 031 385)
Profit before tax					19 694 695
Income tax expense					(6 954 561)
Profit for the year					12 740 134
Attributable to:					
Equity holders of the parent					13 013 135
Minority interest					(273 001)

Additional relevant segment reporting information is as follows:

	TELEVISION	RADIO	2006 OUTDOORS	OTHERS	CONSOLIDATED
Assets	330 935 230	57 491 223	35 239 900	(75 024 989)	348 641 364
Liabilities	150 519 092	53 949 950	30 059 805	(32 735 393)	201 793 454
Other information:					
Capital expenditure - tangible assets	10 235 835	1 353 855	125 244	1 270 825	12 985 759
Capital expenditure - intangible assets	-	110 560	-	-	110 560

	TELEVISION	RADIO	2005 OUTDOORS	OTHERS	CONSOLIDATED
Assets	285 072 109	55 455 448	36 089 827	(26 220 475)	350 396 909
Liabilities	135 185 119	50 062 176	30 300 986	3 479 731	219 028 012
Other information:					
Capital expenditure - tangible assets	5 468 748	804 694	611 654	1 777 629	8 662 725
Capital expenditure - intangible assets	4 270	3 855 221	-	-	3 859 491

9. OPERATING INCOME BY NATURE

Following is a breakdown of consolidated operating revenue for the years ended 31 December 2006 and 2005:

	2006	2005
Sales:		
Magazines	7 518 329	8 073 910
CD's	13 623 649	13 433 800
Complementary press products	3 839 997	6 265 582
Other	328 266	313 721
	25 310 241	28 087 013
Services rendered:		
Advertising on television	141 209 494	134 117 675
Advertising on radio	12 392 643	13 566 705
Advertising on outdoors	16 199 538	15 400 530
Advertising in press	6 404 242	6 233 919
Advertising in internet	3 040 672	2 617 703
Other	10 113 883	12 291 597
	189 360 472	184 228 129
Other operating revenue:		
Support services to the production of television series	3 459 205	1 991 893
Written message services	6 890 302	4 094 284
Transmission rights and telecommunication services	1 842 085	1 679 731
Other operating revenue	2 653 436	1 166 368
	14 845 028	8 932 276

10. COST OF PROGRAMS BROADCASTED AND GOODS SOLD

This caption for the years ended 31 December 2006 and 2005, is made up as follows:

	2006	2005
Programs broadcasted	26 500 650	29 173 290
Variation of production	3 704 807	(1 573 309)
Goods sold	4 404 297	5 215 609
Materials consumed	3 222 981	2 516 408
	37 832 735	35 331 998

11. EMPLOYEE BENEFITS

Employee benefits for the years ended 31 December 2006 and 2005, are made up as follows:

	2006	2005
Wages and salaries	35 804 189	34 471 864
Social security contributions	7 603 169	7 197 417
Performance bonus	3 960 869	2 825 563
Stock options (Note 39) (a)	500 000	1 294 514
Severance payments	1 750 650	4 061 240
Insurance	536 700	465 660
Other	1 762 368	918 270
	51 917 945	51 234 528

(a) The decrease in this caption is due essentially to the decrease in the number of employees that benefit from the stock option program.

The average number of employees, per segment, of the companies included in the consolidation in the years ended 31 December 2006 and 2005, was as follows:

	2006	2005
Television	645	625
Radio	178	193
Outdoors	68	73
Other	294	276
	1 185	1 167

12. FINANCE COSTS, NET

The caption finance costs, net for the years ended 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006	2005
Financial costs:		
Interest expense	6 340 215	8 761 347
Foreign exchange losses	43 820	248 536
Losses arising on the valuation of derivatives	-	224 837
Other	1 929 343	1 274 435
	8 313 378	10 509 155
Financial income:		
Interest income	1 092 890	397 848
Foreign exchange gain	304 614	76 587
Gains in affiliated companies	52 800	197 775
Gains arising on the valuation of derivatives (Note 33)	1 525 906	1 761 894
Other	138 211	28 830
	3 114 421	2 462 934
	5 198 957	8 046 221

13. DIFFERENCE BETWEEN ACCOUNTING AND TAX RESULTS

The Grupo Media Capital companies are subject to corporate income tax at the normal rate of 25%, plus a Municipal Surcharge of 10%, resulting in an aggregate tax rate of 27.5%. As from 1 January 2007 the Portuguese Municipalities can launch a Municipal Surcharge up to the maximum of 1.5% of the taxable profit subject to, and not exempt from corporate income tax. Therefore, the change in the form of calculating the Municipal Surcharge from up to 10% of the income tax due to up to 1.5% of the taxable profit, will result in an aggregate income tax rate of 26.5% for 2007.

In the year ended 31 December 2006 the subsidiary MEDIA GLOBAL and its 90% or more owned subsidiaries which complied with the requirements of article 63 of the Corporation Income Tax Code were covered by the special regime for taxation of groups of companies, in this case: MC Serviços, MCR, Cidade, Comercial, Regional, Farol, Central Discos, Entertainment, TVI, Kimberley, Multimédia, Med Cap, MCT, Expansão, Eventos, MCE, Expolider, Cena, MC Outdoor, Pressetep,

Publipartner, TCS, STM, Unidivisa and RETI. The remaining group companies are taxed individually.

Representation expenses and costs incurred with light passenger vehicles are subject to autonomous taxation at the rate of 5%, irrespective of the existence of tax losses. Allowances and compensation for the use of employees' own vehicles not billed to clients are also subject to the 5% tax.

The Group has tax losses carried forward that result in deferred tax assets as shown in the following tables, calculated in accordance with tax rules currently applicable to the Media Capital Group and the best estimate of the amounts recoverable, based on the projected future taxable income.

At 31 December 2006 and 2005 the tax losses carried forward, by year they expire, were as follows:

LOSSES	2006	2005
2006	-	12 600 000
2007	3 300 000	17 300 000
2008	6 000 000	18 000 000
2009	3 600 000	4 000 000
2010	2 000 000	2 300 000
2011	4 500 000	4 600 000
2012	4 600 000	-
	24 000 000	58 800 000

In accordance with current Portuguese legislation, tax returns are subject to review and correction by the tax authorities during a period of four years (ten years for Social Security up to 2000, inclusive, and five years as from 2001). Consequently, the tax returns of the Group companies for the years from 2003 to 2006, inclusive, are still subject to review and correction. The Board of Directors believes that any correction to the tax returns that might result from reviews carried out by the tax authorities will not have a significant effect on the consolidated financial statements.

Reconciliation of the tax rate for the years ended 31 December 2006 and 2005, is as follows:

(a) Reconciliation of the tax rate

	2006	2005
Profit before tax	24 048 846	19 694 695
Nominal income tax rate	27.50%	27.50%
Estimated tax charge	6 613 433	5 416 041
Permanent differences (i)	875 796	685 336
Unrecoverable deferred tax asset (ii)	274 103	508 020
Changes in equity (iii)	(164 904)	-
Autonomous taxation (iv)	304 995	345 164
Tax rate change	550 056	-
	8 453 479	6 954 561
Current tax (Nota 32)	704 247	742 424
Deferred income tax for the year	7 749 232	6 212 137
	8 453 479	6 954 561
Effective income tax rate	35.15%	35.31%

(i) These amounts for the years ended 31 December 2006 and 2005 are made up as follows:

	2006	2005
Non deductible amortisation	1 022 548	322 662
Fines and other penalties	288 638	547 455
Non tax deductible allowances	20 493	59 261
Tax benefits	(874 867)	(982 351)
Provisions not considered for the calculation of deferred taxes	619 313	741 943
Net loss of affiliated companies (Note 18)	4 182 875	985 164
Public Share Offering expenses	(2 040 909)	(2 040 909)
Stock options	500 000	1 294 514
Others, net	(533 378)	1 564 392
	3 184 713	2 492 131
	27.50%	27.50%
	875 796	685 336

(ii) This amount corresponds to the tax loss carried forward for the year, which the Board of Directors believes is not recoverable.

(iii) This amount relates to the purchase of equity instruments.

(iv) These amounts represent autonomous taxation of certain expenses.

(b) Temporary differences – changes in deferred taxes

	BEGINNING BALANCES	INCREASE (DECREASE)	TAX RATE CHANGE	ENDING BALANCES
Deferred tax assets:				
Provisions	5 223 799	(1 868 906)	(121 996)	3 232 897
Unrecognition of intercompany margins	957 294	439 852	(50 805)	1 346 341
Derivatives	(187 962)	(532 866)	26 212	(694 616)
Tax losses carried forward	16 170 421	(9 562 549)	(600 715)	6 007 157
Unrecoverable deferred taxes	(8 472 269)	3 976 192	163 493	(4 332 584)
	13 691 283	(7 548 277)	(583 811)	5 559 195
Deferred tax liabilities:				
Unrecognition of intercompany margins	68 731	(25 982)	(1 556)	41 193
Financial expenses	1 061 646	(262 406)	(29 063)	770 177
Amortised cost	134 345	(60 880)	(2 671)	70 794
Revaluation reserves	12 613	167	(465)	12 315
	1 277 335	(349 101)	(33 755)	894 479

14. EARNINGS PER SHARE

Earnings per share for the year, were calculated considering the following amounts.

	2006	2005
Result		
Earnings attributable to equity holders' of the parent for purposes of calculating earnings per share (profit for the year)	15 400 399	13 013 135
Number of shares		
Average number of shares for purposes of calculating basic earnings per share	84 513 180	83 576 647
Effect of the additional shares resulting from the employee incentive plan	1 038 450	1 739 733
Average number of shares for purposes of calculating diluted earnings per share	85 551 630	85 316 380
Earnings per share:		
Basic	0.1822	0.1557
Diluted	0.1800	0.1525

15. GOODWILL

Goodwill at 31 December 2006 and 2005, by business segment and company, is as follows:

	2006	2005
By segment:		
Television	88 476 018	88 476 018
Radio	21 643 989	21 643 989
Outdoors	27 035 913	27 035 913
	137 155 920	137 155 920
By company:		
MEDIA GLOBAL	30 373 945	30 373 945
EXPOLIDER	4 751 445	4 751 445
MCT	1 055 925	1 055 925
Other	1 036 217	1 036 217
	37 217 532	37 217 532
	174 373 452	174 373 452

For impairment analysis purposes, the Company allocated goodwill to the cash generating units, which correspond to the Group's reporting segments. In this respect, the Board of Directors based on the amount of the forecasted cash flow

of these segments, discounted at the applicable rate to each of those segments, has concluded that the book value of the investments, including goodwill, at 31 December 2006 and 2005 does not exceed their recoverable amount. The cash flows considered correspond to the most recent business plans approved by the Board of Directors.

16. INTANGIBLE ASSETS

The changes in intangible assets and related accumulated amortisation and impairment losses in the years ended 31 December 2006 and 2005, are as follows:

	Vizzavi ISP assets (a)	Other (b)	Total
Gross amounts:			
Balance at 31 December 2004	7 434 360	7 696 306	15 130 666
Increases	-	3 859 491	3 859 491
Reductions and write-offs	-	(5)	(5)
Balance at 31 December 2005	7 434 360	11 555 792	18 990 152
Increases	-	110 560	110 560
Balance at 31 December 2006	7 434 360	11 666 352	19 100 712

	Vizzavi ISP assets (a)	Other (b)	Total
Accumulated amortisation:			
Balance at 31 December 2004	(4 460 169)	(577 912)	(5 038 081)
Increase for the year	(991 000)	(31 032)	(1 022 032)
Balance at 31 December 2005	(5 451 169)	(608 944)	(6 060 113)
Increase for the year	(991 000)	(735 006)	(1 726 006)
Regularisations	-	122 778	122 778
Balance at 31 December 2006	(6 442 169)	(1 221 172)	(7 663 341)

	Vizzavi ISP assets (a)	Other (b)	Total
Net book value at 31 December 2005	1 983 191	10 946 848	12 930 039
Net book value at 31 December 2006	992 191	10 445 180	11 437 371

(a) These amounts relate to the acquisition, in July 2002, of Vizzavi's Internet accesses which include the database and contractual relationship with Vizzavi ISP users and the right to use Vodafone's infrastructure network.

(b) These captions include essentially investments in radio transmission rights, which are being amortised over their estimated period of recovery.

17. TANGIBLE ASSETS

The changes in tangible assets and corresponding accumulated depreciation and impairment losses in the years ended 31 December 2006 and 2005 are as follows:

	Lands, buildings and other constructions	Machinery and equipment	Transport equipment	Tools and utensils	Administrative equipment	Other fixed assets	Fixed assets in progress	Total
Gross amount:								
Balance at 31 December 2004	8 838 695	84 752 670	7 266 111	2 580 877	12 063 287	4 987 678	2 144 694	122 634 012
Changes in consolidation perimeter	-	67 793	-	-	-	-	-	67 793
Acquisitions	1 086 731	2 628 788	1 682 990	206 663	987 171	214 542	1 855 840	8 662 725
Disposals and write-offs	-	(2 238 339)	(1 796 449)	(7 333)	(924 273)	(193 462)	(39 074)	(5 198 930)
Transfers	-	1 263 005	-	1 540	30 325	108 507	(1 403 377)	-
Balance at 31 December 2005	9 925 426	86 473 917	7 152 652	2 781 747	12 156 510	5 117 265	2 558 083	126 165 600
Acquisitions	277 394	2 380 774	1 652 046	145 357	1 191 046	189 796	7 149 346	12 985 759
Disposals and write-offs	(31 675)	(2 597 825)	(1 373 938)	(18 656)	(249 246)	(12 766)	(7 019)	(4 291 125)
Transfers	872 138	1 312 688	109 306	(3 972)	(57 385)	(104 679)	(2 128 096)	-
Balance at 31 December 2006	11 043 283	87 569 554	7 540 066	2 904 476	13 040 925	5 189 616	7 572 314	134 860 234

	Lands, buildings and other constructions	Machinery and equipment	Transport equipment	Tools and utensils	Administrative equipment	Other fixed assets	Fixed assets in progress	Total
Accumulated depreciation and impairment losses:								
Balance at 31 December 2004	(3 644 537)	(63 292 341)	(4 453 139)	(2 097 192)	(8 981 749)	(3 125 435)	-	(85 594 393)
Changes in consolidation perimeter	-	(32 232)	-	-	-	-	-	(32 232)
Depreciation for the year	(424 064)	(6 935 532)	(1 565 356)	(220 498)	(1 077 777)	(492 312)	-	(10 715 539)
Disposals and write-offs	-	2 179 692	1 618 265	7 335	919 167	178 357	-	4 902 816
Balance at 31 December 2005	(4 068 601)	(68 080 413)	(4 400 230)	(2 310 355)	(9 140 359)	(3 439 390)	-	(91 439 348)
Depreciation for the year	(526 474)	(5 888 152)	(1 536 676)	(218 901)	(1 120 531)	(500 143)	-	(9 790 877)
Disposals and write-offs	31 677	2 422 076	1 175 903	17 779	231 949	19 425	-	3 898 809
Transfers	(62 939)	(16 614)	-	-	(60 373)	139 926	-	-
Balance at 31 December 2006	(4 626 337)	(71 563 103)	(4 761 003)	(2 511 477)	(10 089 314)	(3 780 182)	-	(97 331 416)

	Lands, buildings and other constructions	Machinery and equipment	Transport equipment	Tools and utensils	Administrative equipment	Other fixed assets	Fixed assets in progress	Total
Net book value:								
Net book value at 31 December 2005	5 856 825	18 393 504	2 752 422	471 392	3 016 151	1 677 875	2 558 083	34 726 252
Net book value at 31 December 2006	6 416 946	16 006 451	2 779 063	392 999	2 951 611	1 409 434	7 572 314	37 528 818

18. INVESTMENTS

The changes in investments in the years ended 31 December 2006 and 2005 are as follows:

	Investments in associates	Investments in other companies	Securities and other financial participations	Advances on account of investments	Total
Balance at 31 December 2004	676 083	45 690	4 227	4 736 684	5 462 684
Inclusion on the consolidation perimeter	-	-	-	(4 736 684)	(4 736 684)
Application of the equity method	(149 352)	-	-	-	(149 352)
Impairment losses	-	-	(1 583)	-	(1 583)
Other changes	-	(293)	-	-	(293)
Balance at 31 December 2005	526 731	45 397	2 644	-	574 772
Application of the equity method	126 026	-	-	-	126 026
Disposals	(72 767)	-	-	-	(72 767)
Impairment losses	-	(2 993)	-	-	(2 993)
Other changes	28 727	(9)	-	-	28 718
Balance at 31 December 2006	608 717	42 395	2 644	-	653 756

Investments at 31 December 2006 are made up as follows:

Company	Head offices	Total assets	Total revenue	Shareholders' equity	Result for the year	Effective participation of the Group	Book value
Associates:							
CLMC	Lisboa	11 058 930	11 937 127	(3 809 085)	(3 647 422)	50%	-
Transjornal	Lisboa	1 980 126	414 000	(3 806 000)	(1 026 000)	35%	-
Transpublicidade	Barcarena	1 741 528	1 623 145	356 245	90 698	40%	153 747
União de Leiria	Leiria	1 759 725	7 631 263	2 705 744	(138 027)	20%	454 970
Nanook	Lisboa	131 629	57 057	(147 593)	4 263	16%	-
							608 717
Other companies:							
CD Top		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	23%	-
JC Decaux		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	15%	37 406
Fergráfica		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	6%	-
Uniténis		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-	-
Notícias de Portugal		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-	4 989
							42 395
Other							2 644
Total recorded in the balance sheet as investment							653 756

In addition, the caption "Other current assets" at 31 December 2006 includes loans to these companies, of which the nominal amount and estimated losses are as follows:

Nominal amount	6 806 104
Estimated impairment losses	(5 362 553)
Other current assets (Note 34)	1 443 551
Additional responsibilities assumed (Note 28)	311 111

The changes in estimated losses in the year ended 31 December 2006 were as follows:

Balance at 31 December 2005	430 000
Increases	4 308 901
Reclassifications (Note 28)	623 652
Balance at 31 December 2006	5 362 553

The following amounts in the caption "Gain (losses) in associated companies" were recorded in the years ended 31 December 2006 and 2005, as a result of applying the equity method of accounting:

Company	Gains (losses) in associated companies	
	2006	2005
CLMC	(3 946 636)	(54 368)
União de Leiria	87 226	(110 295)
Transjornal	(362 265)	(795 883)
Nanook	-	(29 931)
Transpublicidade	38 800	5 313
	(4 182 875)	(985 164)

19. TRANSMISSION RIGHTS AND TELEVISION PROGRAMS

Transmission rights and television programs at 31 December 2006 and 2005 include soaps, series, documentaries, films and other sports and entertainment programs, as follows:

NATURE	2006	2005
Entertainment	3 008 822	3 713 658
Films	6 681 486	7 693 269
Soaps	27 214 341	27 374 436
Series	5 987 743	7 940 946
Sports	463 462	312 469
Other	815 690	683 920
	44 171 543	47 718 698
Non-current assets	39 541 418	47 718 698
Current assets	4 630 125	-
	44 171 543	47 718 698

20. OTHER NON-CURRENT ASSETS

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006		2005	
	Gross	Net	Gross	Net
Hiba Investments LLC	-	-	17 094 967	(17 094 967)
Radio expansion project	541 222	541 222	26 312	-
Drums Comunicações Sonoras, S.A.	-	-	1 663 741	-
State and other public entities - special payment on account	-	-	854 534	-
	541 222	541 222	19 639 554	(17 094 967)
				2 544 587

21. INVENTORIES

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006		2005	
	Gross	Accumulated impairment losses (Note 28)	Gross	Accumulated impairment losses (Note 28)
Raw, subsidiary and consumable materials	1 393 727	(10 715)	1 383 012	(56 297)
Merchandise	753 905	(180 325)	481 858	(101 567)
	2 147 632	(191 040)	1 956 592	(157 864)
				1 990 274

22. TRADE AND OTHER RECEIVABLES

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006		2005	
	Gross	Accumulated impairment losses (Note 28)	Gross	Accumulated impairment losses (Note 28)
Customers	49 596 982	(9 355 636)	49 713 930	(9 280 135)
Related parties (Note 34)	2 802 574	-	-	-
Amounts to be invoiced	3 260 841	-	3 260 841	-
	55 660 397	(9 355 636)	51 521 227	(9 280 135)
				42 241 092

23. OTHER CURRENT ASSETS

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006		2005	
	Gross	Accumulated impairment losses (Note 28)	Gross	Accumulated impairment losses (Note 28)
State and other public entities (Note 32)	4 745 185	-	4 745 185	-
Sundry creditors (a)	21 860 318	(17 589 723)	1 828 259	(464 711)
Accounts receivable from related parties (Note 34)	1 443 551	-	6 366 445	-
Advances to suppliers	229 582	-	175 272	-
Prepayments	4 008 992	-	2 868 900	-
	32 287 628	(17 589 723)	14 677 607	(464 711)
				14 212 896

(a) This caption includes a receivable of 17,094,967 Euros relating to the sale of one investment in previous years, having been reclassified from non current assets (Note 20), which is fully provided for.

24. CASH AND CASH EQUIVALENTS

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006	2005
Demand and term deposits	8 337 229	3 394 469
Cash at hand	274 026	213 201
	8 611 255	3 607 670

25. EQUITY ATTRIBUTABLE TO EQUITY HOLDERS OF THE PARENT

Capital: The Company's fully subscribed and paid up capital at 31 December 2006 consisted of 84,513,180 shares of nine cents each.

(d) The caption "Other loans" includes a loan from IAPMEI, relating to subsidies granted under the Operational Program of the Economy. This loan is repayable in four instalments as follows:

NOMINAL AMOUNT REPAYABLE	
March 2007	2 073
April 2007	70 496
September 2007	2 073
October 2007	211 484
	286 126
March 2008	2 073
September 2008	2 073
March 2009	2 394
	6 540

28. PROVISIONS AND ACCUMULATED IMPAIRMENT LOSSES

The changes in provisions in the years ended 31 December 2006 and 2005 are as follows:

	Taxes	Legal processes in progress	Losses on investments (Note 18)	Total
Balance at 31 December 2004	3 031 920	3 206 286	484 581	6 722 787
Increases	-	530 132	-	530 132
Changes in other operating costs	63 215	78 490	-	141 705
Decreases	-	(92 058)	-	(92 058)
Utilisations	(294 371)	(590 604)	-	(884 975)
Reclassifications	(51 827)	203 302	450 182	601 657
Balance at 31 December 2005	2 748 937	3 335 548	934 763	7 019 248
Increases	-	227 942	-	227 942
Decreases	-	(55 011)	-	(55 011)
Utilisations	-	(529 213)	-	(529 213)
Reclassifications	(552 955)	552 955	(623 652)	(623 652)
Balance at 31 December 2006	2 195 982	3 532 221	311 111	6 039 314

The provision for taxes is to cover estimated tax payable in the future.

The changes in impairment losses in the years ended 31 December 2006 and 2005 are as follows:

	Non-current assets (Note 20)	Inventories (Note 21)	Customers and accounts receivable (Note 22)	Other current assets (Note 23)	Total
Balance at 31 December 2004	16 650 306	159 806	9 886 891	464 711	27 161 714
Increases	444 661	-	476 913	-	921 574
Decreases	-	-	(386 715)	-	(386 715)
Utilisations	-	(1 942)	(545 479)	-	(547 421)
Reclassifications	-	-	(151 475)	-	(151 475)
Balance at 31 December 2005	17 094 967	157 864	9 280 135	464 711	26 997 677
Increases	-	150 000	776 530	-	926 530
Decreases	-	-	(54 736)	-	(54 736)
Utilisations	-	(116 824)	(616 248)	-	(733 072)
Reclassifications	(17 094 967)	-	(30 045)	17 125 012	-
Balance at 31 December 2006	-	191 040	9 355 636	17 589 723	27 136 399

29. OTHER NON-CURRENT LIABILITIES

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up and payable as follows:

	2008	2009 and following	2006 Total
State and other public entities - liabilities included in payment plans	176 358	354 685	531 043
Liabilities payable under the Special Company Recovery Process	2 353 451	-	2 353 451
Liability for the acquisition of Expolider	258 415	-	258 415
	2 788 224	354 685	3 142 909

	2007	2008	2009 and following	2005 Total
State and other public entities - liabilities included in payment plans	176 358	176 358	354 685	707 401
Liabilities payable under the Special Company Recovery Process	-	2 592 244	-	2 592 244
Liability for the acquisition of TCS	666 664	-	-	666 664
Liability for the acquisition of Expolider	335 372	243 098	-	578 470
Liability for the acquisition of TVI	435 170	-	-	435 170
Liability for the acquisition of Vizzavi	1 409 436	-	-	1 409 436
	3 023 000	3 011 700	354 685	6 389 385

30. TRADE AND OTHER PAYABLES

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006	2005
Current suppliers	27 192 056	29 380 369
Related parties (Note 34)	399 961	-
Accounts payables:		
Accrued trade discounts	26 287 917	15 550 924
Program broadcasting costs	3 365 974	2 973 871
Telecommunications costs (ISP)	-	163 381
Other external supplies and services	5 705 856	3 761 641
Accrued remuneration	9 235 900	7 696 052
Accrued interest	600 828	1 211 301
Rights and royalties	2 848 473	2 474 944
Sales returns	3 863 686	2 534 659
Other	3 518 207	2 365 059
	83 018 858	68 112 201

31. OTHER CURRENT LIABILITIES

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006	2005
Suppliers of fixed assets	2 862 705	1 610 133
Sundry creditors:		
Aquisition of TCS	666 665	1 333 333
PT Comunicações, S.A.	-	365 945
Aquisition of NBP, FEALMAR and MULTICENA	1 120 890	1 120 890
Económica, SGPS, S.A.	465 741	747 538
Soingeste - Aquisition of RECTÂNGULO	1 389 067	1 389 067
Aquisition of EXPOLIDER	769 110	769 110
PME Capital	-	334 552
Others	1 956 353	1 160 828
Customers' advances	-	3 505
State and other public entities (Note 32)	13 755 466	13 406 895
Accounts payable to related parties (Note 34)	29 368	106 822
Deferred revenue	6 679 341	7 004 433
	29 694 706	29 353 051

32. STATE AND OTHER PUBLIC ENTITIES

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006		2005	
	Receivable (Note 23)	Payable (Note 31)	Receivable (Note 23)	Payable (Note 31)
Corporate Income Tax (a)	1 432 840	67 560	1 145 936	64 707
Value Added Tax	3 312 345	8 532 699	2 278 299	7 531 097
Social Security contributions	-	1 620 941	-	1 337 225
Personal Income Tax	-	1 751 617	12 399	2 442 058
Instituto Português de Arte Cinematográfica e Audiovisual/Cinemateca Portuguesa	-	1 566 382	-	1 714 566
Liabilities included in tax payment plans	-	176 358	-	176 358
Others	-	39 909	2 097	140 884
	4 745 185	13 755 466	3 438 731	13 406 895

(a) Corporate income tax is made up as follows:

	2006	2005
Current income tax for the year (Note 13)	704 247	742 424
Third party withholdings and payments on account	(636 687)	(677 717)
	67 560	64 707

33. DERIVATIVE FINANCIAL INSTRUMENTS

At 31 December 2006 and 2005 the Group had derivative financial instruments for the purpose, essentially, of hedging exposure to changes in interest rates. Financial instruments of this kind are contracted after careful analysis of the risks and benefits of this type of operation. Such operations are subject to prior approval by the Board of Directors. The fair value of these instruments is determined on a regular periodic basis throughout the year so as to continuously evaluate them and their respective financial implications.

At 31 December 2006 the Group had the following derivative instruments:

Equity swaps over own shares

In 2004 the Company contracted an equity swap with a financial institution over own shares. The financial instrument establishes that own shares will be acquired up to a maximum of 10,000,000 Euros. The instrument can only be settled in cash. At 31 December 2006 the financial institution had acquired approximately 1,146,783 shares (1,566,586 shares at 31 December 2005). In 2006 a group of shares was sold at a profit of 246,261 Euros, which was recognised in the statement of profit and loss. The fair value of the financial instrument at 31 December 2006 and 2005 was positive and amounted to 2,805,494 Euros and 1,785,894 Euros, respectively.

Interest rate swap

In preceding years the Group contracted interest rate swaps for the purpose of hedging interest rate risk on part of the syndicated bank loan. At 31 December 2006 the amount contracted totalled 30,937,500 Euros (48,437,500 Euros at 31 December 2005), the negative fair value of which was 184,302 Euros (1,102,395 Euros negative at 31 December 2005). The charges for this instrument for the year ended 31 December 2006 amounted to 658,048 Euros.

These derivatives are stated at fair value as of the balance sheet date, determined based on valuations made by financial institutions. Changes in fair value are recorded on the income statement caption "Finance costs, net" (Note 12).

34. BALANCES AND TRANSACTIONS WITH RELATED COMPANIES

The balances at 31 December 2006 and 2005 and transactions for the years then ended with related companies excluded from consolidation were as follows:

2006									
	Trade and other receivables (Note 22)	Other current assets (Notes 18 and 23)	Trade payables (Note 30)	Other current liabilities (Note 31)	Sales	Services rendered	Other operating revenue	Financial income	External supplies and services
CLMC	2 175 690	1 342 837	211 084	28 733	1 714	1 393 172	-	626 349	126 692
Transjornal	420 907	94 882	149 574	436	-	614 917	3 920	64 588	184 110
Transpublicidade	115 469	4 336	-	-	-	526 959	-	-	1 499 583
União de Leiria	90 508	-	-	-	-	56 100	-	-	-
CD TOP	-	1 496	1 050	-	-	-	-	-	-
Others	-	-	38 253	199	-	-	-	-	2 487
	2 802 574	1 443 551	399 961	29 368	1 714	2 591 148	3 920	690 937	1 812 872

2005						
	Other current assets (Note 23)	Other current liabilities (Note 31)	Services rendered	Other operating revenue	Cost of raw materials consumed	External supplies and services
CLMC	5 191 130	73 598	1 415 403	5 813	101 500	-
Transjornal	1 131 192	32 174	883 242	-	-	158 856
União de Leiria	22 627	-	56 100	-	-	-
Nanook	20 000	-	-	-	-	-
CD TOP	1 496	1 050	-	-	-	-
	6 366 445	106 822	2 354 745	5 813	101 500	158 856

35. FINANCIAL COMMITMENTS

In the years ended 31 December 2006 and 2005 the Company had contracts or agreements with third parties to broadcast films and other programs in the amounts of 20,866,363 Euros and 7,990,614 Euros, respectively, the estimated year in which they will be available for broadcasting being as follows:

31 DECEMBER 2006:	2007	2008	2009	TO BE DEFINED	TOTAL
NATURE					
Films	4 465 729	1 154 530	71 927	478 516	6 170 702
Series	747 922	47 244	-	14 213	809 379
Entertainment	746 530	-	-	-	746 530
Animation	-	-	-	-	-
Documentaries	-	13 385	-	226 357	239 742
Sports	8 600 000	4 300 010	-	-	12 900 010
	14 560 181	5 515 169	71 927	719 086	20 866 363

31 DECEMBER 2005:	2006	2007	2008	TO BE DEFINED	TOTAL
NATURE					
Filmes	2 650 146	819 147	94 566	33 572	3 678 296
Series	324 744	-	-	-	324 744
Entertainment	420 280	-	-	-	420 280
Animation	196 151	-	-	-	196 151
Documentaries	121 143	-	-	-	121 143
Sports	3 250 000	-	-	-	3 250 000
	6 962 464	819 147	94 566	33 572	7 990 614

36. RATES USED TO TRANSLATE FOREIGN CURRENCY BALANCES

The following rates of exchange were used to translate foreign currency assets and liabilities to Euros at 31 December 2006 and 2005:

	2006	2005
US Dollars	1.31387	1.1797
British Pounds	0.67071	0.6853

37. CONTINGENT ASSETS AND LIABILITIES

At 31 December 2006 Media Capital had the following bank and other guarantees given to third parties:

Bank guarantees – suppliers of programs	9 310 000
Warner Music – bank guarantee under an agreement with ENTERTAINMENT (a)	1 500 000
General Directorate of Taxes – tax processes under execution (b)	1 421 647
CLMC – letter of credit with 20th Century Fox Home Entertainment (c)	900 000
Bank guarantee – amount due for the acquisition of TCS (d)	666 667
Bank guarantee – amount due for the acquisition of EXPOLIDER (d)	645 943
IAPMEI (Note 27.d))	442 009
Legal processes and others (b)	401 301
Guarantee relating to radio expansion projects	303 158
União de Leiria, SAD	149 639
CLMC – guarantee of promissory note	125 000
Support guarantees and rent contracts	66 000
CP – Caminhos de Ferro Portugueses, E.P.	61 807
Bank guarantees relating to electricity supply contracts	24 482
EPUL – Empresa Pública de Urbanização de Lisboa	11 684
Others	4 988
	16 034 325

(a) Bank guarantee under an exclusive distribution agreement between Warner Music Portugal and Entertainment.

(b) Processes provided for in part, based on opinions of legal consultants.

(c) Bank guarantee under an exclusive distribution agreement for DVD and video products.

(d) Liabilities reflected on the balance sheet.

NBP has mortgaged a building owned by it in guarantee of a loan of 1,064,486 Euros (Note 27).

At 31 December 2006 the following real guarantees and promissory pledges had been given as a result of the medium and long term loan contract between the subsidiary Media Global and a banking syndicate led by the bank Banco Espírito Santo S.A (Note 27):

MEDIA GLOBAL

■ Pledge over 100% of the capital of the companies MCE, MC OUTDOOR, MED CAP, MC SERVIÇOS, MULTIMÉDIA, KIMBERLEY and MCR;

■ Pledge over 60% of the capital of FEALMAR and NBP;

■ Pledge over 40% of the capital of MULTICENA.

NBP

■ Pledge over 20% of the capital of MULTICENA.

MC OUTDOOR

■ Pledge over 100% of the capital of PRESSETEP.

PRESSETEP

■ Pledge over 65% of the capital of TCS.

KIMBERLEY

■ Pledge over 91.8% of the capital of TVI.

TVI

■ Pledge over 55% of the capital of RETI.

EXPANSÃO

■ Pledge over 100% of the capital of EXPOLÍDER.

MCE

■ Pledge over 100% of the capital of EVENTOS.

MCR

■ Pledge over 100% of the capital of the companies COMERCIAL, REGIONAL and CIDADE.

In addition, the licences, equity investments and several assets of the above mentioned companies, as well as of the remaining consolidated companies mentioned in the introductory note, were pledged in guarantee. Promissory pledges were also given over assets to be acquired in the future by the above mentioned MEDIA CAPITAL Group companies.

38. REMUNERATION OF THE MEMBERS OF THE BOARD OF DIRECTORS

Remuneration of the members of the Company's Board of Directors in the year ended 31 December 2006 amounted to 1,605,192 Euros (3,371,988 Euros in 2005). The remuneration was earned in the various companies included in the consolidation.

The above mentioned remuneration for 2005 consists of fixed remuneration of 1,315,182 Euros and variable remuneration of 290,000 Euros.

39. INCENTIVE PLAN

In 2004 the Board of Directors approved an incentive plan for some employees of the Media Capital Group. The plan consists of options to purchase shares in the Company up to a maximum of 5% of its capital, over a period of four years as from 2004. The number of shares to be attributed and the exercise price are defined in each year to which the rights granted refer. The granting and exercise of these options over own shares depend on compliance with certain quantity (the Company's financial performance) and quality (relating to the employees covered by the plan) targets.

In 2005, under the incentive plan, the Board of Directors attributed the right for employees to acquire or subscribe 803.200 shares at the exercise price of 5.40 Euros. These options had a fair value of 1,294,514 Euros as of the date the right was attributed (Note 11). Fair value was calculated by third party entities based on the Black Scholes model. As required by IFRS 2 – Share based payments, this amount was recorded as an employee benefit by corresponding entry to reserves. In the year ended 31 December 2006 the Company repurchased, from the employees, the rights to acquire or subscribe 235.250 shares at an expense of 599,650 Euros.

The Board of Directors estimated the fair value of the rights to acquire or subscribe the shares to be attributed in the year ended 31 December 2006 under the terms of the incentive plan, at 500,000 Euros as of that date.

40. NOTE ADDED FOR TRANSLATION

The accompanying consolidated financial statements are a translation of consolidated financial statements originally issued in Portuguese, in accordance with IFRS. In the event of discrepancies, the Portuguese language version prevails.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

BALANÇOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005

(Montantes expressos em Euros)

<u>ACTIVO</u>	<u>Notas</u>	<u>2006</u>	<u>2005</u>
ACTIVOS NÃO CORRENTES:			
Activos tangíveis	9	30.834	34.321
Investimentos financeiros	10	<u>182.518.819</u>	<u>182.518.819</u>
		<u>182.549.653</u>	<u>182.553.140</u>
ACTIVOS CORRENTES:			
Clientes e contas a receber	18	2.349.342	-
Outros activos correntes	11	29.077.936	11.651.502
Caixa e seus equivalentes	12	2.548	10.683
Instrumentos financeiros derivados	17	<u>2.805.494</u>	<u>1.785.894</u>
		<u>34.235.320</u>	<u>13.448.079</u>
TOTAL DO ACTIVO		<u><u>216.784.973</u></u>	<u><u>196.001.219</u></u>
<hr/>			
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO			
CAPITAL PRÓPRIO:			
Capital	13	7.606.186	7.606.186
Prémio de emissão de acções	13	81.709.213	82.035.267
Reservas	13	1.294.907	1.394.557
Resultados transitados	13	103.973.474	104.964.974
Resultado líquido do exercício	13	<u>19.479.771</u>	<u>(1.317.554)</u>
Total do capital próprio		<u>214.063.551</u>	<u>194.683.430</u>
PASSIVO:			
PASSIVO CORRENTE:			
Fornecedores e contas a pagar	14	2.174.888	425.790
Outros passivos correntes	15	<u>546.534</u>	<u>891.999</u>
Total do passivo		<u>2.721.422</u>	<u>1.317.789</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO		<u><u>216.784.973</u></u>	<u><u>196.001.219</u></u>

O anexo faz parte integrante dos balanços em 31 de Dezembro de 2006 e 2005.

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTAS

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES DE RESULTADOS

DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005

(Montantes expressos em Euros)

	<u>Notas</u>	<u>2006</u>	<u>2005</u>
<u>PROVEITOS OPERACIONAIS:</u>			
Prestações de serviços	4	110.053	-
Outros proveitos operacionais	4	<u>2.260.000</u>	<u>133.620</u>
Total de proveitos operacionais		<u>2.370.053</u>	<u>133.620</u>
<u>CUSTOS OPERACIONAIS:</u>			
Fornecimentos e serviços externos		(2.080.457)	(1.248.351)
Custos com pessoal	5	(1.612.144)	(1.494.181)
Amortizações	9	(5.608)	(5.988)
Outros custos operacionais		<u>(2.809)</u>	<u>(327)</u>
Total de custos operacionais		<u>(3.701.018)</u>	<u>(2.748.847)</u>
Resultados operacionais		<u>(1.330.965)</u>	<u>(2.615.227)</u>
<u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u>			
Proveitos financeiros, líquidos	6	1.302.819	1.302.787
Ganhos em subsidiárias	10	<u>19.509.291</u>	<u>-</u>
		<u>20.812.110</u>	<u>1.302.787</u>
Resultados antes de impostos		<u>19.481.145</u>	<u>(1.312.440)</u>
Imposto sobre o rendimento do exercício	7	(1.374)	(5.114)
Resultado líquido do exercício		<u>19.479.771</u>	<u>(1.317.554)</u>
Resultado por acção			
Básico	8	0,2305	(0,0158)
Diluído	8	<u>0,2277</u>	<u>(0,0154)</u>

O anexo faz parte integrante das demonstrações dos resultados dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005.

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTAS

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA

DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005

(Montantes expressos em Euros)

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
<u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	69.890	316.302
Pagamentos a fornecedores	(972.174)	(1.363.685)
Pagamentos ao pessoal	<u>(711.215)</u>	<u>(251.084)</u>
Fluxos gerados pelas operações	(1.613.499)	(1.298.467)
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	<u>(11.462)</u>	<u>(14.384)</u>
Fluxos das actividades operacionais (1)	<u>(1.624.961)</u>	<u>(1.312.851)</u>
<u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos concedidos a empresas participadas	<u>1.926.815</u>	<u>-</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Aquisição de activos tangíveis	(448)	-
Empréstimos concedidos a empresas participadas	<u>-</u>	<u>(3.145.382)</u>
Fluxos das actividades de investimento (2)	<u>(448)</u>	<u>(3.145.382)</u>
	<u>1.926.367</u>	<u>(3.145.382)</u>
<u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Capital e prémios de emissão de acções	-	4.898.217
Juros e proveitos similares	<u>104.506</u>	<u>1.189</u>
	<u>104.506</u>	<u>4.899.406</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Outras despesas financeiras	<u>(414.047)</u>	<u>(449.204)</u>
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<u>(414.047)</u>	<u>(449.204)</u>
	<u>(309.541)</u>	<u>4.450.202</u>
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(8.135)	(8.031)
Caixa e seus equivalentes no início do período	10.683	18.714
Caixa e seus equivalentes no fim do período	2.548	10.683

O anexo faz parte integrante das demonstrações dos fluxos de caixa dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005.

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTAS

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES DAS ALTERAÇÕES NO CAPITAL PRÓPRIO

DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005

(Montantes expressos em Euros)

	<u>Capital</u>	<u>Prémio de emissão de acções</u>	<u>Ajustamentos de partes de capital em filiais e associadas</u>	<u>Reservas</u>	<u>Resultados transitados</u>	<u>Resultado líquido do exercício</u>	<u>Total do capital próprio</u>
Saldo em 1 de Janeiro de 2005 (POC)	7.448.833	197.928.606	8.863.910	7.402	(104.627.336)	(5.802.323)	103.819.092
Impacto da adopção dos IFRS em 1 de Janeiro de 2005 (Nota 21)	-	(10.204.544)	(8.863.910)	92.641	98.954.612	6.010.362	85.989.161
Saldo em 1 de Janeiro de 2005 reexpresso	<u>7.448.833</u>	<u>187.724.062</u>	<u>-</u>	<u>100.043</u>	<u>(5.672.724)</u>	<u>208.039</u>	<u>189.808.253</u>
Aumento de capital (Nota 13)	157.353	4.740.864	-	-	-	-	4.898.217
Aplicação de resultados	-	-	-	-	208.039	(208.039)	-
Cobertura de prejuízos (Nota 13)	-	(110.429.659)	-	-	110.429.659	-	-
Plano de atribuição de opções de compra de acções (Nota 20)	-	-	-	1.294.514	-	-	1.294.514
Resultado consolidado líquido do exercício	-	-	-	-	-	(1.317.554)	(1.317.554)
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	<u>7.606.186</u>	<u>82.035.267</u>	<u>-</u>	<u>1.394.557</u>	<u>104.964.974</u>	<u>(1.317.554)</u>	<u>194.683.430</u>
Aplicação de resultados	-	-	-	-	(1.317.554)	1.317.554	-
Cobertura de prejuízos (Nota 13)	-	(326.054)	-	-	326.054	-	-
Plano de atribuição de opções de compra de acções	-	-	-	(99.650)	-	-	(99.650)
Resultado consolidado líquido do exercício	-	-	-	-	-	19.479.771	19.479.771
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	<u>7.606.186</u>	<u>81.709.213</u>	<u>-</u>	<u>1.294.907</u>	<u>103.973.474</u>	<u>19.479.771</u>	<u>214.063.551</u>

O anexo faz parte integrante das demonstrações consolidadas das alterações do capital próprio dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005.

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTAS

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

NOTA INTRODUTÓRIA

Grupo Media Capital, SGPS, S.A. (“Empresa”), constituiu-se em 1992, tendo como actividade principal a gestão de participações sociais noutras sociedades, como forma indirecta do exercício de actividade económica.

As presentes demonstrações financeiras foram aprovadas pelo Conselho de Administração em 27 de Fevereiro de 2007.

A Empresa encabeça o Grupo Media Capital, que desenvolve as actividades de difusão e produção de programas televisivos e outras actividades de media, de edição, produção e distribuição multimédia de revistas e concepção, produção e difusão de programas radiofónicos.

As acções da Empresa encontram-se cotadas na Euronext Lisbon – Sociedade Gestora de Mercados Regulamentados, S.A..

2. PRINCIPAIS POLÍTICAS CONTABILÍSTICAS

2.1 Bases de apresentação

As demonstrações financeiras foram preparadas no pressuposto da continuidade das operações, segundo o qual os activos devem ser realizados e os passivos liquidados no decurso normal das operações e a partir dos livros e registos contabilísticos da Empresa.

Estas demonstrações financeiras individuais, foram elaboradas de acordo as *International Financial Reporting Standards* (“IFRS”) emitidas pelo *International Accounting Standards Board* (“IASB”), tal como adoptadas pela União Europeia, e com as interpretações do *International Financial Reporting Interpretation Committee* (“IFRIC”), para aprovação e publicação nos termos da legislação em vigor. Conforme previsto nos IFRS, os investimentos financeiros foram registados ao custo de aquisição, consequentemente as demonstrações financeiras anexas não incluem o efeito da consolidação de activos, passivos, capitais próprios, proveitos, custos e resultados, o que será efectuado nas demonstrações financeiras consolidadas a aprovar e publicar em separado. O efeito desta consolidação consiste em aumentar o activo, passivo e os proveitos operacionais em 131.856.391 Euros, 199.072.032 Euros e 227.145.688 Euros, respectivamente e em diminuir o capital próprio e o resultado líquido do exercício em 67.215.641 Euros e 4.079.372 Euros, respectivamente.

A adopção das IFRS ocorreu pela primeira vez em 2006, pelo que a data de transição dos princípios contabilísticos portugueses (“POC”) para esse normativo foi fixada em 1 de Janeiro de 2005, de acordo com o disposto na IFRS 1 – Adopção pela primeira vez das normas internacionais de relato financeiro (“IFRS 1”).

2.2 Activos tangíveis

Os activos tangíveis encontram-se registados ao custo de aquisição, deduzido de amortizações acumuladas e de perdas de imparidade acumuladas, se aplicável.

Considera-se como custo de aquisição, o preço de compra adicionado das despesas imputáveis à compra. Adicionalmente sempre que seja aplicável, é adicionado ao preço de compra a estimativa dos custos de desmantelamento, remoção dos activos e requalificação do local.

Os activos tangíveis são amortizados a partir do momento em que os activos subjacentes estejam concluídos. A amortização destes activos, deduzidos do seu valor residual, é realizada de acordo com o método das quotas constantes, a partir do mês que se encontram disponíveis para utilização, em conformidade com a sua vida útil, definida em função da sua utilidade esperada.

As taxas de amortização praticadas correspondem, em média, às seguintes vidas úteis:

	<u>Anos</u>
Equipamento administrativo	4
Outras imobilizações corpóreas	10

2.3 Classificação de balanço

Os activos realizáveis e os passivos exigíveis a menos de um ano da data do balanço, ou que são expectáveis que se realizem no decurso normal das operações, ou ainda que são detidos com a intenção de transacção, são classificados, respectivamente, no activo e no passivo como correntes. Todos os restantes activos e passivos são considerados como não correntes.

2.4 Instrumentos financeiros

2.4.1 Investimentos financeiros

Os investimentos financeiros representativos de partes de capital em empresas participadas, encontram-se registados ao custo de aquisição, deduzido das perdas de imparidade, quando estas se verificarem.

Os dividendos atribuídos pelas empresas participadas são registados como proveitos financeiros, na medida em que resultem de lucros gerados após a sua aquisição. Os dividendos atribuídos que excedam aqueles lucros são registados como uma diminuição do valor do investimento financeiro.

2.4.2 Clientes, contas a receber e outros activos correntes

As contas a receber e outros activos correntes são reconhecidos inicialmente pelo seu valor nominal e são apresentados deduzidos de eventuais perdas por imparidade. A perda por imparidade destes activos é registada quando existe evidência objectiva de que não se irão cobrar todos os montantes devidos, de acordo com os termos originalmente estabelecidos para liquidação das dívidas de terceiros. O montante da perda corresponde à diferença entre o valor nominal e o valor recuperável, sendo este o valor presente dos “cash-flows” esperados, descontados à taxa efectiva. O valor da perda é reconhecido na demonstração de resultados do período.

2.4.3 Caixa e seus equivalentes

Os montantes incluídos na rubrica de caixa e seus equivalentes correspondem aos valores em caixa e depósitos à ordem imediatamente mobilizáveis.

2.4.4 Fornecedores, contas a pagar e outros passivos correntes

As contas a pagar são registadas pelo seu valor nominal, descontado de eventuais juros a pagar no futuro.

2.4.5 Instrumentos financeiros derivados

A Empresa tem como política recorrer a instrumentos financeiros derivados com o objectivo de efectuar cobertura dos riscos financeiros a que se encontra exposta.

O recurso à contratação de instrumentos financeiros derivados obedece às políticas internas definidas pelo Conselho de Administração, não sendo política a contratação de instrumentos com objectivos especulativos.

Os instrumentos financeiros derivados são mensurados pelo respectivo justo valor e classificados no balanço como detidos para negociação, sendo as variações no justo valor registadas na demonstração de resultados no período em que ocorrem.

2.5 Provisões, passivos e activos contingentes

As provisões são registadas quando existe uma obrigação presente resultante de eventos passados, seja provável que na liquidação dessa obrigação seja necessário um dispêndio de recursos e o montante da referida obrigação seja estimada com fiabilidade.

As provisões para reestruturação apenas são reconhecidas quando existe um plano detalhado e formalizado, identificando as suas principais características e após terem sido comunicados esses factos às partes envolvidas. O valor da provisão é revisto e ajustado a cada data do balanço, de modo a reflectir a melhor estimativa nesse momento. Quando uma das condições acima descritas não é preenchida, a provisão não é registada e procede-se à divulgação do evento como um passivo contingente, a menos que a possibilidade de uma saída de fundos de fundos afectando benefícios económicos futuros seja remota, caso em que não são objecto de divulgação.

Quando existe a possibilidade de um activo decorrente de eventos passados, cuja existência dependa da ocorrência de um ou mais eventos futuros incertos que não estão completamente sob o controlo da empresa, é divulgado o benefício económico como activo contingente.

2.6 Imparidade de activos

São efectuados testes de imparidade à data de cada balanço e sempre que seja identificado um evento ou alteração nas circunstâncias, que indiquem que o montante pelo qual o activo se encontra registado possa não ser recuperado.

Sempre que o montante pelo qual o activo se encontra registado é superior à sua quantia recuperável, é reconhecida uma perda de imparidade, registada na demonstração de resultados como um custo operacional do exercício.

A quantia recuperável é a mais alta entre o preço de venda líquido e o valor de uso. O preço de venda líquido é o montante que se obteria com a alienação do activo, numa transacção entre entidades independentes e conhecedoras, deduzido dos custos directamente atribuíveis à alienação. O valor de uso é o valor presente dos fluxos de caixa futuros estimados, inerentes ao uso continuado do activo e da sua alienação no final da sua vida útil. A quantia recuperável é estimada para cada activo, individualmente ou, no caso de não ser possível, para a unidade geradora de fluxos de caixa à qual pertence o activo.

A reversão de perdas de imparidade reconhecidas em períodos anteriores é registada quando se conclui que essas perdas já não existem ou diminuíram. Esta análise é efectuada sempre que existam indícios que a perda por imparidade anteriormente reconhecida tenha revertido. A reversão das perdas de imparidade é reconhecida na demonstração de resultados como um proveito operacional. Contudo, a reversão da perda de imparidade é efectuada até ao limite da quantia que estaria reconhecida (líquida de amortização), caso essa perda não tivesse sido registada em períodos anteriores.

2.7 Imposto sobre o rendimento

O imposto sobre o rendimento do período é composto por imposto corrente e imposto diferido.

Os impostos diferidos são calculados com base nas diferenças temporárias entre o montante dos activos e passivos para efeitos de reporte contabilístico e os respectivos montantes para efeitos de tributação. Os impostos diferidos activos e passivos são calculados e anualmente avaliados às taxas de tributação em vigor, ou anunciadas estarem em vigor, à data expectável da reversão das diferenças temporárias.

Os impostos diferidos activos são reconhecidos unicamente quando existem expectativas razoáveis de lucros fiscais futuros suficientes para a sua utilização, ou nas situações em que existam diferenças temporárias tributáveis que compensem as diferenças temporárias dedutíveis no período da sua reversão. No final de cada exercício é efectuada uma revisão desses impostos diferidos, sendo os mesmos reduzidos sempre que deixe de ser provável a sua utilização futura.

Os impostos diferidos são registados como custo ou proveito do exercício, excepto se resultarem de valores registados directamente em capital próprio, situação em que o imposto diferido é também registado na mesma rubrica.

2.8 Rédito e especialização dos exercícios

Os proveitos decorrentes da prestação de serviços são reconhecidos na demonstração de resultados com referência à fase de acabamento da prestação de serviços à data do balanço.

Os custos e proveitos são contabilizados no exercício a que dizem respeito, independentemente da data do seu pagamento ou recebimento. Os custos e proveitos cujo valor real não seja conhecido são estimados.

2.9 Saldos e transacções expressos em moeda estrangeira

As diferenças de câmbio, favoráveis e desfavoráveis, originadas pelas diferenças entre as taxas de câmbio em vigor na data das transacções e as vigentes na data das cobranças, pagamentos ou à data de balanço, são registadas como proveitos e custos na demonstração de resultados do período.

2.10 Eventos subsequentes

Os eventos ocorridos após a data de balanço que proporcionem informação adicional sobre as condições que existiam a essa data, são reflectidos nas demonstrações financeiras. Os eventos ocorridos após a data de balanço, que proporcionem informação sobre as condições que ocorreram após essa data, são divulgados no anexo às demonstrações financeiras, se materiais.

3. ALTERAÇÕES DE POLÍTICAS CONTABILÍSTICAS, JULGAMENTOS, ESTIMATIVAS E CORRECÇÃO DE ERROS FUNDAMENTAIS

Durante o exercício de 2006 não ocorreram alterações de políticas contabilísticas, face àquelas consideradas na preparação da informação financeira relativa ao exercício de 2005, segundo as disposições dos IFRS, apresentada em anexo, nem foram reconhecidos erros materiais relativos a períodos anteriores.

Na preparação das demonstrações financeiras anexas, o Conselho de Administração, baseou-se no conhecimento e experiência de eventos passados e/ou correntes e em pressupostos relativos a eventos futuros para determinar as estimativas contabilísticas.

A estimativa contabilística mais significativa, reflectida nas demonstrações financeiras dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, inclui o cálculo do valor de mercado dos instrumentos financeiros.

Esta estimativa foi determinada com base na melhor informação disponível à data de preparação das demonstrações financeiras. No entanto, poderão ocorrer eventos em períodos subsequentes que, em virtude da sua tempestividade, não foram considerados nesta estimativa. Alterações significativas a esta estimativa, que ocorram posteriormente à data das demonstrações financeiras, são registadas em resultados de forma prospectiva em conformidade com o disposto na IAS 8.

4. RECEITAS OPERACIONAIS POR NATUREZA

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, as receitas operacionais respeitam essencialmente a serviços prestados a empresas participadas.

5. CUSTOS COM PESSOAL

Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os custos com pessoal foram como segue:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Ordenados	631.455	190.219
Encargos sobre remunerações	120.840	6.000
Prémios de desempenho	328.000	-
<i>Stock options</i> (Nota 20) (a)	500.000	1.294.514
Indemnizações por rescisões contratuais	14.670	-
Seguros de acidentes de trabalho e outros afins	5.730	248
Outros	11.449	3.200
	<u>1.612.144</u>	<u>1.494.181</u>

(a) A redução nesta rubrica é explicada essencialmente pela redução nos empregados beneficiários do programa de *stock options*.

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, o número médio de pessoal foi de 24 e 3 empregados, respectivamente.

6. CUSTOS FINANCEIROS, LÍQUIDOS

Os custos e proveitos financeiros dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, têm a seguinte composição:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
<u>Custos financeiros:</u>		
Perdas na valorização de instrumentos derivados	-	395.340
Juros suportados	1.524	44.795
Outros custos financeiros	<u>34.501</u>	<u>20.610</u>
	<u>36.025</u>	<u>460.745</u>
<u>Proveitos financeiros:</u>		
Ganhos na valorização de instrumentos derivados (Nota 17)	1.265.861	1.761.894
Outros proveitos financeiros	<u>72.983</u>	<u>1.638</u>
	<u>1.338.844</u>	<u>1.763.532</u>
	<u>1.302.819</u>	<u>1.302.787</u>

7. DIFERENÇA ENTRE RESULTADOS CONTABILÍSTICO E FISCAL

A Empresa encontra-se sujeita a imposto sobre lucros em sede de IRC – Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas (“IRC”), à taxa normal de 25%, acrescida de Derrama à taxa de 10%, resultando uma taxa de imposto agregada de 27,5%. A partir de 1 de Janeiro de 2007, os Municípios Portugueses podem lançar uma derrama até o limite máximo de 1,5% sobre o lucro tributável sujeito e não isento de IRC. Altera-se assim a forma de cálculo de até 10% sobre a colecta para até 1,5% sobre o lucro tributável, resultando a partir de 2007 uma taxa de imposto agregada de 26,5%.

As despesas de representação e os encargos com viaturas ligeiras de passageiros são tributados autonomamente à taxa de 5%, independentemente da existência de prejuízos fiscais. São ainda tributados à taxa de 5% os encargos com ajudas de custo e com compensação pela deslocação em viatura própria dos empregados, não facturados a clientes.

Face à sua natureza jurídica e objecto social a Empresa encontra-se abrangida pela legislação fiscal que rege as sociedades gestoras de participações sociais. De acordo com esta legislação, os dividendos recebidos das empresas participadas e os ganhos decorrentes da alienação de participações financeiras não são tributados. Por outro lado, os encargos financeiros incorridos com financiamentos obtidos e utilizados na aquisição de participações financeiras e as perdas originadas na alienação de participações financeiras, não relevam para efeitos fiscais.

De acordo com a legislação em vigor, as declarações fiscais estão sujeitas a revisão e correcção por parte das autoridades fiscais durante um período de quatro anos e dez anos para a Segurança Social até 2000, inclusive e cinco anos a partir de 2001, excepto quando tenha havido prejuízos fiscais, tenham sido concedidos benefícios fiscais, ou estejam em curso inspecções, reclamações ou impugnações, casos estes em que, dependendo das circunstâncias os prazos são alargados ou suspensos. Deste modo, as declarações fiscais da Empresa dos anos de 2003 a 2006 inclusive poderão vir ainda ser sujeitas a revisão. O Conselho de Administração considera que dessas revisões não surgirão correcções à matéria colectável declarada, que tenham impacto significativo nas demonstrações financeiras.

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005
(Montantes expressos em Euros)

De acordo com a legislação em vigor, os prejuízos fiscais são reportáveis durante um período de seis anos após a sua ocorrência e susceptíveis de dedução a lucros fiscais gerados durante esse período. Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os prejuízos fiscais reportáveis ascendiam a, 10.890.572 Euros e 8.596.163 Euros, respectivamente, os quais caducam conforme segue:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
2006	-	790.208
2007	644.514	644.514
2008	768.542	768.542
2009	1.420.177	1.420.177
2010	1.213.225	1.213.225
2011	3.759.497	3.759.497
2012	3.084.617	-
	<u>10.890.572</u>	<u>8.596.163</u>

A reconciliação da taxa de imposto dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, é conforme segue:

(a) Reconciliação da taxa de imposto

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Resultados antes de impostos	19.481.145	(1.312.440)
Taxa nominal de imposto	27,50%	27,50%
Imposto estimado	<u>5.357.315</u>	<u>(360.921)</u>
Diferenças permanentes (i)	(5.760.688)	(200.709)
Varição patrimonial negativa (ii)	(164.904)	-
Imposto diferido activo não realizável (iii)	568.277	561.630
Ajustamento à colecta (iv)	1.374	5.114
	<u>1.374</u>	<u>5.114</u>
Imposto corrente	<u>1.374</u>	<u>5.114</u>

(i) Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, estes montantes tinham a seguinte composição:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Dividendos	(19.509.291)	-
Custos com Oferta Pública de Venda	(2.040.909)	(2.040.909)
<i>Stock options</i>	500.000	1.294.514
Outros, líquidos	102.244	16.544
	<u>(20.947.956)</u>	<u>(729.851)</u>
	27,5%	27,5%
	<u>(5.760.688)</u>	<u>(200.709)</u>

(ii) Este montante respeita à recompra de instrumentos de capital próprio.

(iii) Este montante corresponde a activos por impostos diferidos gerados no exercício, os quais o Conselho de Administração entende não serem recuperáveis.

(iv) Este montante representa a parcela de impostos relativo à tributação autónoma de certas despesas.

(b) Diferenças temporárias – movimento nos impostos diferidos nos exercícios em 31 de Dezembro de 2006 e 2005

	31 de Dezembro de 2005	Constituição	Reversão	Alteração de taxa	31 de Dezembro de 2006
Prejuízos fiscais reportáveis	2.363.944	848.270	(217.307)	(272.264)	2.722.643
Instrumentos financeiros derivados	(491.121)	(280.390)	-	28.055	(743.456)
Custo amortizado	(397)	397	-	-	-
	1.872.426	568.277	(217.307)	(244.209)	1.979.187
Estimativa de impostos diferidos não realizáveis	(1.872.426)	(568.277)	217.307	244.209	(1.979.187)
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-

	31 de Dezembro de 2004	Constituição	Reversão	Alteração de taxa	31 de Dezembro de 2005
Prejuízos fiscais reportáveis	1.394.596	1.033.862	(64.514)	-	2.363.944
Instrumentos financeiros derivados	(6.600)	(484.521)	-	-	(491.121)
Custo amortizado	(12.686)	12.289	-	-	(397)
	1.375.310	561.630	(64.514)	-	1.872.426
Estimativa de impostos diferidos não realizáveis	(1.375.310)	(561.630)	64.514	-	(1.872.426)
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-

8. RESULTADO POR ACÇÃO

Os resultados por acção foram calculados tendo em consideração o seguinte:

	2006	2005
<u>Resultado</u>		
Resultado líquido do exercício	19.479.771	(1.317.554)
<u>Número de acções</u>		
Número médio ponderado de acções para efeito de cálculo dos resultado líquido por acção básico	84.513.180	83.576.647
Efeito das acções adicionais decorrentes dos planos de incentivos a empregados	1.038.450	1.739.733
Número médio ponderado de acções para efeito de cálculo do resultado líquido por acção diluído	85.551.630	85.316.380
Resultado por acção		
Básico	0,2305	(0,0158)
Diluído	0,2277	(0,0154)

9. ACTIVOS TANGÍVEIS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os movimentos ocorridos nos activos tangíveis, bem como nas respectivas amortizações e perdas de imparidade acumuladas, foram como segue:

	<u>Equipamento administrativo</u>	<u>Outras imobilizações corpóreas</u>	<u>Total</u>
<u>Valor bruto :</u>			
Saldo em 1 de Janeiro de 2005	3.635	50.413	54.048
Ajustamentos efectuados na conversão para IFRS	-	-	-
Saldo em 1 de Janeiro de 2005 reexpresso	<u>3.635</u>	<u>50.413</u>	<u>54.048</u>
Aquisições	955	-	955
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	<u>4.590</u>	<u>50.413</u>	<u>55.003</u>
Aquisições	2.121	-	2.121
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	<u>6.711</u>	<u>50.413</u>	<u>57.124</u>
	<u>Equipamento administrativo</u>	<u>Outras imobilizações corpóreas</u>	<u>Total</u>
<u>Amortizações e perdas de imparidade acumuladas:</u>			
Saldo em 1 de Janeiro de 2005	(2.383)	(12.311)	(14.694)
Ajustamentos efectuados na conversão para IFRS	-	-	-
Saldo em 1 de Janeiro de 2005 reexpresso	<u>(2.383)</u>	<u>(12.311)</u>	<u>(14.694)</u>
Reforço	(948)	(5.040)	(5.988)
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	<u>(3.331)</u>	<u>(17.351)</u>	<u>(20.682)</u>
Reforço	(567)	(5.041)	(5.608)
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	<u>(3.898)</u>	<u>(22.392)</u>	<u>(26.290)</u>
	<u>Equipamento administrativo</u>	<u>Outras imobilizações corpóreas</u>	<u>Total</u>
<u>Valor líquido:</u>			
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2005	<u>1.259</u>	<u>33.062</u>	<u>34.321</u>
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2006	<u>2.813</u>	<u>28.021</u>	<u>30.834</u>

10. INVESTIMENTOS FINANCEIROS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, os movimentos ocorridos nos investimentos financeiros foram como segue:

	<u>Partes de capital em empresas do grupo</u>	<u>Empréstimos de financiamento</u>	<u>Total</u>
Saldo em 1 de Janeiro de 2005 (POC)	(14.935.450)	102.795.213	87.859.763
Ajustamentos efectuados na conversão para IFRS	94.659.056	-	94.659.056
Saldo em 1 de Janeiro de 2005 reexpresso	<u>79.723.606</u>	<u>102.795.213</u>	<u>182.518.819</u>
Aumento de capital	62.591.533	(62.591.533)	-
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	<u>142.315.139</u>	<u>40.203.680</u>	<u>182.518.819</u>
Aumentos/(Diminuições)	-	-	-
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	<u>142.315.139</u>	<u>40.203.680</u>	<u>182.518.819</u>

Os empréstimos de financiamento, referem-se a prestações acessórias de capital concedidas a empresas participadas, não vencem juros e só poderão ser reembolsadas em conformidade com a legislação em vigor. Esta, essencialmente, indica que o reembolso só será possível se após este, os capitais próprios da participada forem superiores à soma do capital com a reserva legal e prémio de emissão de acções.

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005
(Montantes expressos em Euros)

Em 31 de Dezembro de 2006, os investimentos financeiros em empresas do grupo respeitavam ao investimento na Meglo – Media Global, SGPS, S.A., cuja sede, activo, capital próprio, proveitos totais e resultado líquido do exercício eram os seguintes:

<u>Denominação</u>	<u>Sede</u>	<u>Activo total</u>	<u>Capital próprio</u>	<u>Proveitos totais</u>	<u>Resultado do exercício</u>	<u>Percentagem de participação</u>	<u>Valor de balanço</u>
MEGLO - Media Global, SGPS, S.A. ("Meglo")	Lisboa	442.580.971	51.698.550	228521	6.220.965	100%	182.518.819

Durante o exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, a Meglo distribuiu dividendos de 19.509.291 Euros, conforme deliberado na respectiva Assembleia Geral, realizada em 29 de Setembro de 2006. Este montante foi registado na demonstração de resultados na rubrica "Ganhos em subsidiárias".

Para efeitos da análise de imparidade, o investimento financeiro foi avaliado considerando as unidades geradoras de caixa existentes, sendo que estas correspondem aos segmentos de negócio. O Conselho de Administração, suportado no valor dos fluxos de caixa previsionais daqueles segmentos, descontos à taxa considerada aplicável a cada negócio, concluiu que em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, o valor contabilístico do investimento financeiro, não excede o seu valor recuperável. Os fluxos de caixa considerados correspondem aos últimos planos de negócio aprovados pelo Conselho de Administração.

11. OUTROS ACTIVOS CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Estado e outros entes públicos (Nota 16)	948.295	866.495
Devedores diversos	94.105	2.785
Contas a receber de partes relacionadas (Nota 18)	28.021.911	10.758.160
Adiantamento a fornecedores	-	4.852
Pagamentos antecipados	13.625	19.210
	<u>29.077.936</u>	<u>11.651.502</u>

12. CAIXA E SEUS EQUIVALENTES

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Depósitos bancários	2.359	10.412
Caixa	189	271
	<u>2.548</u>	<u>10.683</u>

13. CAPITAL PRÓPRIO

Composição do capital: Em 31 de Dezembro de 2006, o capital da Empresa, totalmente subscrito e realizado, era composto por 84.513.180 acções com o valor nominal de nove cêntimos cada.

Em 27 de Junho de 2005, decorrente da atribuição de um bónus extraordinário ao Presidente do Conselho de Administração, foram emitidas 705.000 novas acções com um valor nominal unitário de nove cêntimos, a que correspondeu um aumento de capital de 63.450 Euros, com um prémio de emissão de 296.100 Euros. Este aumento de capital foi na sua totalidade realizado em dinheiro.

Em 21 de Julho de 2005, no âmbito do plano de incentivos para empregados (Nota 20), foram emitidas 1.043.372 novas acções, a um preço de 4,35 Euros, correspondendo a um aumento de capital de 93.903 Euros, com um prémio de emissão de 4.444.764 Euros.

Em 22 de Abril de 2005 e 20 de Março de 2006, a Assembleia Geral de accionistas aprovou a cobertura de resultados transitados negativos, através da utilização de prémios de emissão de acções.

Em 31 de Dezembro de 2006, o capital da Empresa era detido pelos seguintes accionistas:

	<u>Nº de acções</u>	<u>Percentagem</u>
UFA Film (Bertelsmann Group)	27.889.350	33,00
Vértix, SGPS, S.A. ("VERTIX")	27.889.349	33,00
Outros, inferiores a 10% do capital	28.734.481	34,00
	-----	-----
	84.513.180	100,00
	=====	=====

Em 9 de Fevereiro de 2007, em resultado da oferta pública de aquisição, a VERTIX passou a deter 73,7% do capital da Empresa.

Prémios de emissão de acções: Os prémios de emissão de acções resultam de ágios obtidos com aumentos de capital. Conforme dispõe a legislação em vigor aplicável às sociedades emittentes de acções admitidas à negociação em mercados regulamentados, sujeitos à supervisão da Comissão do Mercado de Valores Mobiliários, os valores englobados nesta rubrica só podem ser utilizados para aumentar o capital ou absorver resultados transitados negativos (sem necessidade de prévia utilização de outras reservas), não podendo ser utilizados para atribuição de dividendos ou para aquisição de acções próprias.

Reserva legal: A legislação comercial estabelece que, pelo menos, 5% do resultado líquido anual tem de ser destinado ao reforço da reserva legal, até que esta represente pelo menos 20% do capital. Esta reserva não é distribuível a não ser em caso de liquidação da empresa, mas pode ser utilizada para absorver prejuízos ou incorporada no capital.

14. FORNECEDORES E CONTAS A PAGAR

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Fornecedores correntes	504.730	323.901
Contas a pagar a partes relacionadas (Nota 18)	102.638	-
Custos a pagar:		
Outros fornecimentos e serviços externos	1.015.050	-
Remunerações a liquidar	499.430	13.159
Despesas financeiras	-	64.916
Outros	53.040	23.814
	<u>2.174.888</u>	<u>425.790</u>

15. OUTROS PASSIVOS CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Fornecedores de imobilizado	1.053	1.157
Credores diversos:		
Cofina, SGPS, S.A.	-	435.164
Outros	23.371	33.789
Estado e outros entes públicos (Nota 16)	106.207	24.525
Contas a pagar de partes relacionadas (Nota 18)	415.903	397.364
	<u>546.534</u>	<u>891.999</u>

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005
(Montantes expressos em Euros)16. ESTADO E OUTROS ENTES PÚBLICOS

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2006		2005	
	Saldos devedores (Nota 11)	Saldos credores (Nota 15)	Saldos devedores (Nota 11)	Saldos credores (Nota 15)
Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas	7.336	-	7.268	4.817
Imposto sobre o Valor Acrescentado	940.959	-	859.227	-
Contribuições para a Segurança Social	-	48.838	-	1.274
Imposto sobre o o Rendimento das Pessoas Singulares	-	57.369	-	18.434
	<u>948.295</u>	<u>106.207</u>	<u>866.495</u>	<u>24.525</u>

17. INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVADOS

A Empresa durante o exercício de 2004 contratou com uma instituição financeira, um *equity swap* sobre acções próprias. Este instrumento financeiro prevê que sejam adquiridas acções próprias até ao valor máximo de 10.000.000 Euros, só podendo ser liquidado em dinheiro. Em 31 de Dezembro de 2006, a instituição financeira tinha adquirido cerca de 1.146.783 acções (1.566.586 acções em 31 de Dezembro de 2005). Durante o exercício de 2006, foi alienado um conjunto de acções, tendo originado um ganho de 246.261 Euros, reconhecido na demonstração de resultados. Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005 o valor de mercado deste instrumento financeiro é positivo e ascende a 2.805.494 Euros e 1.785.894 Euros, respectivamente.

Este derivado encontra-se avaliado pelo seu justo valor, à data do balanço, determinado por avaliações efectuadas por instituições financeiras. As variações do justo valor foram registadas na demonstração de resultados na rubrica proveitos financeiros, líquidos (Nota 6).

18. PARTES RELACIONADAS

Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, as partes relacionadas eram essencialmente as empresas participadas pela Meglo, conforme segue:

Denominação social	Sede	Percentagem efectiva do capital detido	
		2006	2005
Meglo	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL - Serviços de Consultoria e Gestão, S.A. ("MC SERVIÇOS")	Barcarena	100	100
Publipartner - Projectos de Media e Publicidade, Unipessoal, Lda. ("Publipartner")	Barcarena	100	100
Med Cap Technologies – Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação, S.A. ("MED CAP")	Barcarena	100	100
MCE - Media Capital Edições, Lda. ("MCE")	Barcarena	100	100
EXPANSÃO ECONÓMICA – Eventos, Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais, S.A. ("EVENTOS")	Barcarena	100	100
EDIÇÕES EXPANSÃO ECONÓMICA, Lda. ("EXPANSÃO")	Barcarena	100	100
EXPOLIDER – Feiras, Exposições e Congressos, S.A. ("EXPOLIDER")	Barcarena	100	100
CENA EDITORIAL – Edição de Publicações Periódicas, S.A. ("CENA")	Barcarena	100	100
CLMC – Multimedia, S.A. ("CLMC")	Lisboa	50	50
MCR – Radiofonia e Publicidade, Sociedade Unipessoal, S.A. ("MCR")	Barcarena	100	100
CENTRAL DISCOS – Produções Discográficas, S.A. ("CENTRAL DISCOS")	Barcarena	100	100
FAROL MÚSICA – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda. ("FAROL")	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL ENTERTAINMENT - Produção de Eventos, Lda. ("ENTERTAINMENT")	Odivelas	100	100
R. CIDADE – Produções Audiovisuais, S.A. ("CIDADE")	Lisboa	100	100
RÁDIO REGIONAL DE LISBOA – Emissões de Radiodifusão, S.A. ("REGIONAL")	Lisboa	100	100
RÁDIO COMERCIAL, S.A. ("COMERCIAL")	Lisboa	100	100
Rádio XXI, Lda. ("XXI")	Lisboa	100	100
KIMBERLEY TRADING, S.A. ("KIMBERLEY")	Barcarena	100	100

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005
(Montantes expressos em Euros)

TVI – Televisão Independente, S.A. ("TVI")	Barcarena	100	100
RETI – Rede Televisora Independente, S.A. ("RETI")	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL OUTDOOR - PUBLICIDADE, S.A. ("MC OUTDOOR")	Barcarena	100	100
PRESSETEP – Comunicação e Meios Publicitários, S.A. ("PRESSETEP")	Barcarena	100	100
TCS – Publicidade em Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("TCS")	Barcarena	100	100
STM – Serviços Técnicos de Manutenção de Publicidade, S.A. ("STM")	Barcarena	100	100
PUBLIMETRO – Publicidade em Meios de Transporte e Outros, S.A. ("PUBLIMETRO")	Barcarena	60	60
BTP – Publicidade e Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("BTP")	Barcarena	55	55
PUBLICARRIS – Publicidade na Companhia de Carris de Ferro de Lisboa, S.A. ("PUBLICARRIS")	Barcarena	55	55
MEDIA CAPITAL – Editora Multimédia, S.A. ("MULTIMÉDIA")	Barcarena	100	100
AGEFINAN - Agência de Notícias Financeiras, S.A. ("AGEFINAN")	Lisboa	100	50
MEDIA CAPITAL TELECOMUNICAÇÕES, S.A. ("MCT")	Barcarena	100	100
DIRECTÓRIO IOL - Serviços de Internet, S.A. (a)	Porto	69	69
LÚDICODROME - EDITORA, Unipessoal, Lda. (b)	Barcarena	100	-
UNIDIVISA - Promoção de Projectos de Média, S.A. ("UNIDIVISA")	Barcarena	100	100
FEALMAR – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, S.A. ("FEALMAR")	Lisboa	60	60
NBP – Produção em Vídeo, S.A. ("NBP")	Lisboa	60	60
MULTICENA – Equipamento de Imagem e Som, S.A. ("MULTICENA")	Lisboa	60	60
NBP – Oficina de Actores, Lda. ("Oficina Actores") (c)	Lisboa	-	60
Teatro Mais – Actividades Teatrais, Lda. ("Teatro Mais")	Lisboa	60	60
CAMARINS – Sociedade de Aluguer e Venda de Guarda Roupas, Lda. ("CAMARINS") (c)	Lisboa	-	60
NBP – Ibérica - Producciones Audiovisuales, S.A.	Madrid (ESP)	59	59
CASA DA CRIAÇÃO – Argumentos para Audiovisual, Lda. ("CASA DA CRIAÇÃO")	Lisboa	60	54
EMAV – Empresa de Meios Audiovisuais, Lda. ("EMAV")	Vialonga	54	54
EPC – Empresa Portuguesa de Cenários, Lda. ("EPC")	Vialonga	60	51
Móveis de Novela, Lda. ("Móveis de Novela") (c)	Lisboa	-	36
SETEPCOM – Equipamentos e Espaços Comerciais, S.A. ("Setepcom")	Lisboa	-	50
TRANSJORNAL – Edições de Publicações, S.A. ("Transjornal")	Lisboa	35	35
TRANSPUBLICIDADE – Publicidade em Transportes, S.A. ("Transpublicidade")	Lisboa	40	30
União de Leiria, SAD ("União de Leiria")	Leiria	20	20
Nanook – Empresa Europeia de Produção de Documentários, Lda. ("Nanook")	Lisboa	16	16
CD TOP – Sociedade Internacional de Audiovisual, S.A. ("CD TOP")	Lisboa	23	23
JC Decaux Airport Portugal – Publicidade em Aeroportos, S.A. ("JC Decaux")	Lisboa	15	15
FERGRÁFICA – Artes Gráficas, S.A. ("Fergráfica")	Lisboa	6	6
UNITÉNIS – Sociedade de Empreendimentos de Ténis, S.A. ("Uniténis")	Lisboa	-	-
NP - Notícias de Portugal, Cooperativa de Utentes de Serviço de Informação, CRL	Lisboa	-	-

Os saldos em 31 de Dezembro de 2006 e 2005 e as transacções efectuadas naqueles exercícios com estas empresas, são os seguintes:

	2006			
	Cientes e contas a receber	Outros activos correntes (Nota 11)	Fornecedores (Nota 14)	Outros passivos correntes (Nota 15)
MC SERVIÇOS	2.261.753	268.365	3.003	29.135
TVI	80.667	13.457	-	45.361
CLMC	6.352	-	-	-
ENTERTAINMENT	570	1.141	-	-
Meglo	-	27.509.216	1.895	233.737
Publipartner	-	-	5.895	2.358
FAROL	-	-	1.163	-
MCE	-	-	4.717	3.539
COMERCIAL	-	323	159	25.086
MULTIMÉDIA	-	104.742	78.941	59.549
MED CAP	-	808	6.865	-
EXPANSÃO	-	2.420	-	-
EXPOLIDER	-	2.420	-	-
CENA	-	3.025	-	-
REGIONAL	-	49.415	-	-
MC OUTDOOR	-	66.579	-	17.138
	<u>2.349.342</u>	<u>28.021.911</u>	<u>102.638</u>	<u>415.903</u>

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005
(Montantes expressos em Euros)

	2006			
	Prestações de serviços	Outros proveitos operacionais	Fornecimentos e serviços externos	Custos com o pessoal
MC SERVIÇOS	1.811	2.260.000	-	-
TVI	83.333	-	-	-
CLMC	13.125	-	-	-
ENTERTAINMENT	2.357	-	-	-
Meglo	-	-	-	-
Publipartner	-	-	4.872	1.949
FAROL	-	-	1.163	-
MCE	-	-	-	-
COMERCIAL	-	-	-	-
MULTIMÉDIA	-	-	97.861	-
MED CAP	-	-	9.524	-
Outros	9.427	-	-	-
	<u>110.053</u>	<u>2.260.000</u>	<u>113.420</u>	<u>1.949</u>

	2005		
	Outros activos correntes (Nota 11)	Outros passivos correntes (Nota 15)	Outros proveitos operacionais
MEGLO - Media Global, SGPS, S.A.	10.096.493	7.378	-
KIMBERLEY	436.608	-	6.100
MULTIMÉDIA	104.742	20.000	9.000
MC OUTDOOR	55.172	17.138	19.000
REGIONAL	49.415	-	4.000
MCE	6.050	-	5.000
CENA	3.025	-	2.500
EXPANSÃO	2.420	-	2.000
EXPOLIDER	2.420	-	2.000
EVENTOS	1.815	-	1.500
MC SERVIÇOS	-	283.281	-
TVI	-	44.387	18.800
COMERCIAL	-	25.086	8.300
MED CAP	-	94	2.720
FEALMAR	-	-	12.000
NBP	-	-	11.800
CIDADE	-	-	6.200
MCT	-	-	6.000
FAROL	-	-	4.000
RETI	-	-	4.000
UNIDIVISA	-	-	2.000
PUBLIMETRO	-	-	2.000
ENTERTAINMENT	-	-	1.500
MCR	-	-	1.400
CENTRAL DISCOS	-	-	1.300
XXI	-	-	500
	<u>10.758.160</u>	<u>397.364</u>	<u>133.620</u>

19. COTAÇÕES UTILIZADAS PARA CONVERSÃO DE SALDOS EM MOEDA ESTRANGEIRA

Foram utilizadas em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, as seguintes taxas de câmbio para converter para Euros os activos e passivos expressos em moeda estrangeira:

	2006	2005
Dólar Americano	1,31387	1,1797
Libra Inglesa	0,67071	0,6853

20. PLANO DE INCENTIVOS

O Conselho de Administração aprovou durante o exercício de 2004, um plano de incentivos para alguns empregados. Este plano é constituído por opções de compra de acções da Empresa representativas de até 5% do seu capital, ao longo de um período de quatro anos, com início em 2004. O número de acções a atribuir e o seu valor de exercício são definidos em cada exercício, a que se refere a atribuição dos direitos. A atribuição e exercício destas opções sobre acções dependem do cumprimento de determinadas metas quantitativas (performance financeira da Empresa) e qualitativas (relativas aos empregados abrangidos pelo plano).

No âmbito deste plano de incentivos, durante o exercício de 2005, o Conselho de Administração atribuiu aos empregados o direito de aquisição ou subscrição de 803.200 acções, a um preço de exercício de 5,40 Euros. Estas opções tinham como justo valor, à data da atribuição do direito, 1.294.514 Euros (Nota 5). Este valor foi calculado por terceiras entidades com base no modelo *Black Scholes*. Em conformidade com o definido na IFRS 2 – Pagamento com base em acções, naquele exercício, foi registado um custo com o pessoal, por contrapartida de reservas. Durante o exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, a Empresa recomprou àqueles empregados o direito de aquisição ou subscrição de 235.250 acções por 599.650 Euros.

Em 31 de Dezembro de 2006, o Conselho de Administração estimou o justo valor dos direitos de aquisição ou subscrição de acções a atribuir no exercício findo naquela data em 500.000 Euros, nos termos do plano de incentivos referido.

21. PRIMEIRA APLICAÇÃO DAS NORMAS INTERNACIONAIS DE RELATO FINANCEIRO (IFRS)

A Empresa adoptou as Normas Internacionais de Relato Financeiro no exercício de 2006, na preparação das demonstrações financeiras individuais, aplicando para o efeito o IFRS1 – Adopção pela primeira vez das normas internacionais de relato financeiro, sendo a data de transição para efeitos da apresentação destas demonstrações financeiras 1 de Janeiro de 2005.

Anteriormente, as demonstrações financeiras individuais da Empresa eram apresentadas de acordo com os princípios de contabilidade geralmente aceites em Portugal, conforme definidos no Plano Oficial de Contabilidade e demais legislação complementar.

O detalhe dos ajustamentos efectuados com efeitos em capital próprio reportados a 1 de Janeiro de 2005 e 31 de Dezembro de 2005, para efeito de conversão para as Normas Internacionais de Relato Financeiro, é como segue:

Capitais próprios na data de transição (1 de Janeiro de 2005)

Capitais próprios em 1 de Janeiro de 2005 (POC)	<u>103.819.092</u>
Anulação do efeito da equivalência patrimonial (a)	94.659.056
Reclassificação dos custos com Oferta Pública de Venda ("OPV") (b)	(8.740.026)
Desconto dos saldos a liquidar (c)	46.131
Derivados registados ao justo valor (d)	24.000
	<u>85.989.161</u>
Capitais próprios em 1 de Janeiro de 2005 (IAS/IFRS)	<u><u>189.808.253</u></u>

Capitais próprios em 31 de Dezembro de 2005

Capitais próprios em 31 de Dezembro de 2005 (POC)	<u>108.391.254</u>
Ajustamentos de transição a 1 de Janeiro de 2005	85.989.161
Registo da atribuição de stock options (Nota 20)	1.294.514
Diferenças entre POC e IFRS nos resultados líquidos	<u>(991.499)</u>
	<u>86.292.176</u>
Capitais próprios em 31 de Dezembro de 2005 (IAS/IFRS)	<u><u>194.683.430</u></u>

Resultado líquido na data da transição (1 de Janeiro de 2005)

Resultado líquido em 1 de Janeiro de 2005 (POC)	<u>(5.802.323)</u>
Anulação do efeito da equivalência patrimonial (a)	4.568.354
Derivados registados ao justo valor (d)	24.000
Desconto dos saldos a liquidar (c)	(46.509)
Reclassificação dos custos com OPV - impacto nas amortizações do exercício (b)	1.464.517
	<u>6.010.362</u>
Resultado líquido em 1 de Janeiro de 2005 (IAS/IFRS)	<u>208.039</u>

Resultado líquido do exercício findo em 31 de Dezembro de 2005

Resultado líquido em 31 de Dezembro de 2005 (POC)	<u>(326.055)</u>
Anulação do efeito da equivalência patrimonial (a)	(3.455.101)
Derivados registados ao justo valor (d)	1.761.894
Desconto dos saldos a liquidar (c)	(44.687)
Reclassificação dos custos com OPV - impacto nas amortizações do exercício (b)	2.040.909
Registo da atribuição de stock options (Nota 20)	(1.294.514)
	<u>(991.499)</u>
Resultado líquido em 31 de Dezembro de 2005 (IAS/IFRS)	<u>(1.317.554)</u>

Os principais ajustamentos efectuados nas demonstrações financeiras em resultado da conversão para IFRS são como segue:

(a) Anulação do efeito da equivalência patrimonial

A participação financeira na MEGLO era registada pelo método de equivalência patrimonial, conforme definido pelo POC. Em consequência da adopção dos IFRS às demonstrações financeiras individuais, aquela participação financeira foi registada pelo custo de aquisição, conforme previsto no IAS 27. Neste sentido, foram revertidos os efeitos da aplicação daquele método, incluindo as amortizações do *goodwill*. A participação financeira passou a ser registada ao custo de aquisição, sendo sujeita a testes periódicos de imparidade.

(b) Reclassificação dos custos incorridos com OPV

De acordo com os IAS/IFRS, os custos suportados com aumentos de capital, devem ser deduzidos aos prémios de emissão de acções assim obtidos. O último aumento de capital na Empresa ocorreu no segundo trimestre de 2004. No POC, os custos incorridos nesse aumento de capital, foram classificados como imobilizações incorpóreas e amortizados num período de cinco anos. Em IAS/IFRS procedeu-se à sua reclassificação para capital próprio e à anulação da sua amortização.

(c) Registo de contas a pagar pelo valor presente

A Empresa tem contas a pagar a médio e longo prazo que não vencem juros. De acordo com os IAS/IFRS, os passivos financeiros a médio e longo prazo que não vençam juros, devem ser registados ao valor descontado dos *cash flows* futuros. Assim, à data da transição, foi reconhecida uma redução dos passivos por contrapartida de resultados transitados, pelo valor da diferença entre o valor presente dos valores a liquidar a médio e longo prazo e o seu valor contabilístico. Nos períodos subsequentes, será feita a actualização do valor presente das dívidas a liquidar a médio e longo prazo, e a variação será registada como um custo líquido de financiamento na demonstração dos resultados.

(d) Derivados registados ao justo valor

Conforme explicado na Nota 17, a Empresa contratou instrumentos financeiros derivados, tendo optado por os classificar, como instrumentos derivados de negociação. De acordo com os IAS/IFRS, estes derivados deverão ser relevados nas demonstrações financeiras pelo seu justo valor. Assim, à data da transição, foi reconhecido um activo por contrapartida de resultados transitados, pelo justo valor destes instrumentos. Durante o exercício de 2004, a Empresa contratou um *equity swap* sobre acções próprias, liquidável apenas em dinheiro, tendo registado, para efeitos de IFRS, este instrumento ao valor de mercado, no balanço. Em 31 de Dezembro de 2006 e 2005, foi feita a actualização do valor de mercado destes derivados e as variações ocorridas foram registadas na demonstração dos resultados.

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005
(Montantes expressos em Euros)

O efeito, nos balanços em 1 de Janeiro de 2005 e 31 de Dezembro de 2005 e nas demonstrações de resultados do exercício findo em 31 de Dezembro de 2005, da conversão das demonstrações financeiras preparadas de acordo com o POC para as demonstrações reexpressas em conformidade com as IFRS, pode ser detalhado como segue:

ACTIVO	1 de Janeiro de 2005		
	POC	Ajustamentos de conversão	IFRS
ACTIVOS NÃO CORRENTES:			
Activos intangíveis	8.740.027	(8.740.027)	-
Goodwill	28.350.966	(28.350.966)	-
Activos tangíveis	39.354	-	39.354
Investimentos financeiros	102.795.213	79.723.606	182.518.819
	<u>139.925.560</u>	<u>42.632.613</u>	<u>182.558.173</u>
ACTIVOS CORRENTES:			
Outros activos correntes	9.480.478	-	9.480.478
Caixa e seus equivalentes	18.714	-	18.714
Instrumentos financeiros derivados	-	24.000	24.000
	<u>9.499.192</u>	<u>24.000</u>	<u>9.523.192</u>
TOTAL DO ACTIVO	<u>149.424.752</u>	<u>42.656.613</u>	<u>192.081.365</u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO			
CAPITAL PRÓPRIO:			
Capital	7.448.833	-	7.448.833
Prémio de emissão de acções	197.928.606	(10.204.544)	187.724.062
Ajustamentos de partes de capital em filiais e associadas	8.863.910	(8.863.910)	-
Reservas	7.402	92.641	100.043
Resultados transitados	(104.627.336)	98.954.612	(5.672.724)
Resultado líquido do exercício	(5.802.323)	6.010.362	208.039
Capital próprio	<u>103.819.092</u>	<u>85.989.161</u>	<u>189.808.253</u>
PASSIVO:			
PASSIVO NÃO CORRENTE:			
Provisões	43.286.416	(43.286.416)	-
PASSIVO CORRENTE:			
Fornecedores e contas a pagar	424.688	-	424.688
Outros passivos correntes	1.894.556	(46.132)	1.848.424
Total do passivo	<u>45.605.660</u>	<u>(43.332.548)</u>	<u>2.273.112</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u>149.424.752</u>	<u>42.656.613</u>	<u>192.081.365</u>

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006 E 2005
(Montantes expressos em Euros)

ACTIVO	31 de Dezembro de 2005		
	POC	Ajustamentos de conversão	IFRS
ACTIVOS NÃO CORRENTES:			
Activos intangíveis	6.699.118	(6.699.118)	-
Goodwill	26.327.987	(26.327.987)	-
Activos tangíveis	34.321	-	34.321
Investimentos financeiros	64.986.876	117.531.943	182.518.819
	<u>98.048.302</u>	<u>84.504.838</u>	<u>182.553.140</u>
ACTIVOS CORRENTES:			
Outros activos correntes	11.651.502	-	11.651.502
Caixa e seus equivalentes	10.683	-	10.683
Instrumentos financeiros derivados	-	1.785.894	1.785.894
	<u>11.662.185</u>	<u>1.785.894</u>	<u>13.448.079</u>
TOTAL DO ACTIVO	<u>109.710.487</u>	<u>86.290.732</u>	<u>196.001.219</u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO			
CAPITAL PRÓPRIO:			
Capital	7.606.186	-	7.606.186
Prémio de emissão de acções	92.239.811	(10.204.544)	82.035.267
Ajustamentos de partes de capital em filiais e associadas	8.863.910	(8.863.910)	-
Reservas	7.402	1.387.155	1.394.557
Resultados transitados	-	104.964.974	104.964.974
Resultado líquido do exercício	(326.055)	(991.499)	(1.317.554)
Capital próprio	<u>108.391.254</u>	<u>86.292.176</u>	<u>194.683.430</u>
PASSIVO:			
PASSIVO CORRENTE			
Fornecedores e contas a pagar	425.791	-	425.791
Outros passivos correntes	893.442	(1.444)	891.998
Total do passivo	<u>1.319.233</u>	<u>(1.444)</u>	<u>1.317.789</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u>109.710.487</u>	<u>86.290.732</u>	<u>196.001.219</u>
PROVEITOS OPERACIONAIS:			
Outros proveitos operacionais	133.620	-	133.620
Total de proveitos operacionais	<u>133.620</u>	<u>-</u>	<u>133.620</u>
CUSTOS OPERACIONAIS:			
Fornecimentos e serviços externos	(1.248.351)	-	(1.248.351)
Custos com pessoal	(199.667)	(1.294.514)	(1.494.181)
Amortizações	(4.069.878)	4.063.890	(5.988)
Outros custos operacionais	(76)	(251)	(327)
Total de custos operacionais	<u>(5.517.972)</u>	<u>2.769.125</u>	<u>(2.748.847)</u>
Resultados operacionais	<u>(5.384.352)</u>	<u>2.769.125</u>	<u>(2.615.227)</u>
RESULTADOS FINANCEIROS:			
Custos financeiros	(416.057)	-	-
Proveitos financeiros	5.479.719	(3.760.875)	1.302.787
Resultados extraordinários	(251)	251	-
	<u>5.063.411</u>	<u>(3.760.624)</u>	<u>1.302.787</u>
Resultados antes de impostos	<u>(320.941)</u>	<u>(991.499)</u>	<u>(1.312.440)</u>
Imposto sobre o rendimento do exercício	(5.114)	-	(5.114)
Resultado consolidado líquido do exercício	<u>(326.055)</u>	<u>(991.499)</u>	<u>(1.317.554)</u>

CERTIFICAÇÃO LEGAL DAS CONTAS E RELATÓRIO DE AUDITORIA CONTAS INDIVIDUAIS

Introdução

1. Nos termos da legislação aplicável, apresentamos a Certificação Legal das Contas e Relatório de Auditoria sobre a informação financeira contida no Relatório de Gestão e sobre as demonstrações financeiras anexas do exercício findo em 31 de Dezembro de 2006 do Grupo Media Capital, SGPS, S.A. ("Empresa"), as quais compreendem o balanço em 31 de Dezembro de 2006 que evidencia um total de 216.784.973 Euros e capitais próprios de 214.063.551 Euros, incluindo um resultado líquido de 19.479.771 Euros, as demonstrações dos resultados por naturezas, dos fluxos de caixa e das alterações no capital próprio do exercício findo naquela data e o correspondente anexo.

Responsabilidades

2. É da responsabilidade do Conselho de Administração: (i) a preparação de demonstrações financeiras que apresentem de forma verdadeira e apropriada a posição financeira da Empresa, o resultado das suas operações, os seus fluxos de caixa e as alterações no capital próprio; (ii) que a informação financeira histórica seja preparada de acordo com as normas internacionais de relato financeiro tal como adoptadas na União Europeia e que seja completa, verdadeira, actual, clara, objectiva e lícita, conforme exigido pelo Código dos Valores Mobiliários; (iii) a adopção de políticas e critérios contabilísticos adequados e a manutenção de um sistema de controlo interno apropriado; (iv) a informação de qualquer facto relevante que tenha influenciado a sua actividade, posição financeira ou resultados.
3. A nossa responsabilidade consiste em examinar a informação financeira contida nos documentos de prestação de contas acima referidos, incluindo a verificação se, para os aspectos materialmente relevantes, é completa, verdadeira, actual, clara, objectiva e lícita, conforme exigido pelo Código dos Valores Mobiliários, competindo-nos emitir um relatório profissional e independente baseado no nosso exame.

60

Âmbito

4. O exame a que procedemos foi efectuado de acordo com as Normas Técnicas e as Directrizes de Revisão/Auditoria da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas, as quais exigem que este seja planeado e executado com o objectivo de obter um grau de segurança aceitável sobre se as demonstrações financeiras estão isentas de distorções materialmente relevantes. Este exame incluiu a verificação, numa base de amostragem, do suporte das quantias e informações divulgadas nas demonstrações financeiras e a avaliação das estimativas, baseadas em juízos e critérios definidos pelo Conselho de Administração, utilizadas na sua preparação. Este exame incluiu, igualmente, a apreciação sobre se são adequadas as políticas contabilísticas adoptadas e a sua divulgação, tendo em conta as circunstâncias, a verificação da aplicabilidade do princípio da continuidade das operações, a apreciação sobre se é adequada, em termos globais, a apresentação das demonstrações financeiras, e a apreciação, para os aspectos materialmente relevantes, se a informação financeira é completa, verdadeira, actual, clara, objectiva e lícita. O nosso exame abrangeu ainda a verificação da concordância da informação financeira constante do Relatório de Gestão com os restantes documentos de prestação de contas. Entendemos que o exame efectuado proporciona uma base aceitável para a expressão da nossa opinião.

Opinião

5. Em nossa opinião, as demonstrações financeiras referidas no parágrafo 1 acima, apresentam de forma verdadeira e apropriada para os fins indicados no parágrafo 7 abaixo, em todos os aspectos materialmente relevantes, a posição financeira do Grupo Media Capital, SGPS, S.A. em 31 de Dezembro de 2006, o resultado das suas operações, os seus fluxos de caixa e as alterações no capital próprio do exercício findo naquela data, em conformidade com as normas internacionais de relato financeiro tal como adoptadas na União Europeia, e a informação financeira nelas constante é, nos termos das definições incluídas nas directrizes mencionadas no parágrafo 4 acima, completa, verdadeira, actual, clara, objectiva e lícita.

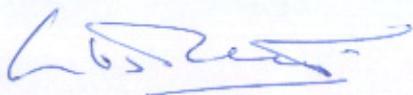
Ênfases

6. Conforme divulgado na nota 2 do anexo às demonstrações financeiras, a Empresa adoptou pela primeira vez em 2006 as Normas Internacionais de Relato Financeiro tal como adoptadas na União Europeia (IAS/IFRS), na apresentação das suas demonstrações financeiras. No processo de transição das normas contabilísticas anteriormente adoptadas (Plano Oficial de Contabilidade – POC) para os IAS/IFRS, a Empresa seguiu os requisitos previstos na Norma Internacional de Relato Financeiro 1 – Adopção pela primeira vez das normas internacionais de relato financeiro, tendo a data de transição sido reportada a 1 de Janeiro de 2005, pelo que a informação financeira referida àquela data e ao exercício de 2005, anteriormente apresentada de acordo com o POC, foi reexpressa para os IAS/IFRS para efeitos de comparabilidade. Inclui-se na nota 21 do anexo às demonstrações financeiras, as divulgações adicionais exigidas relativamente ao processo de transição para os IAS/IFRS.

Página 3 de 3

7. As demonstrações financeiras mencionadas no parágrafo 1, referem-se à actividade da Empresa a nível individual e foram preparadas para aprovação e publicação nos termos da legislação em vigor. Conforme previsto nos IAS/IFRS os investimentos financeiros foram registados ao custo de aquisição, consequentemente as demonstrações financeiras anexas não incluem o efeito da consolidação de activos, passivos, capital próprio e resultados das empresas participadas, o que será efectuado nas demonstrações financeiras consolidadas a aprovar e a publicar em separado.

Lisboa, 28 de Fevereiro de 2007



DELOITTE & ASSOCIADOS, SROC S.A.
Representada por Carlos Pereira Freire

I

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.BALANCE SHEETS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005

(Amounts stated in Euros)

(Translation of balance sheets originally issued in Portuguese - Note 22)

<u>ASSETS</u>	<u>Notes</u>	<u>2006</u>	<u>2005</u>
NON-CURRENT ASSETS:			
Tangible assets	9	30.834	34.321
Investments	10	<u>182.518.819</u>	<u>182.518.819</u>
		<u>182.549.653</u>	<u>182.553.140</u>
CURRENT ASSETS:			
Trade and other receivables	18	2.349.342	-
Other current assets	11	29.077.936	11.651.502
Cash and cash equivalents	12	2.548	10.683
Derivative financial instruments	17	<u>2.805.494</u>	<u>1.785.894</u>
		<u>34.235.320</u>	<u>13.448.079</u>
TOTAL ASSETS		<u><u>216.784.973</u></u>	<u><u>196.001.219</u></u>
<u>EQUITY AND LIABILITIES</u>			
EQUITY:			
Capital	13	7.606.186	7.606.186
Share premium	13	81.709.213	82.035.267
Reserves	13	1.294.907	1.394.557
Retained earnings	13	103.973.474	104.964.974
Profit for the year	13	<u>19.479.771</u>	<u>(1.317.554)</u>
Total equity		<u>214.063.551</u>	<u>194.683.430</u>
LIABILITIES:			
CURRENT LIABILITIES:			
Trade and other payables	14	2.174.888	425.790
Other current liabilities	15	<u>546.534</u>	<u>891.999</u>
Total liabilities		<u>2.721.422</u>	<u>1.317.789</u>
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES		<u><u>216.784.973</u></u>	<u><u>196.001.219</u></u>

The accompanying notes form an integral part of the balance sheets as of 31 December 2006 and 2005.

THE BOOKKEEPERTHE BOARD OF DIRECTORS

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

STATEMENTS OF PROFIT AND LOSS

FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2006 AND 2005

(Amounts stated in Euros)

(Translation of statements of profit and loss originally issued in Portuguese - Note 22)

	Notes	2006	2005
<u>OPERATING REVENUE:</u>			
Services rendered	4	110.053	-
Other operating revenue	4	2.260.000	133.620
Total operating revenue		<u>2.370.053</u>	<u>133.620</u>
<u>OPERATING EXPENSES:</u>			
Supplies and services		(2.080.457)	(1.248.351)
Employee benefits	5	(1.612.144)	(1.494.181)
Depreciation	9	(5.608)	(5.988)
Other operating expenses		(2.809)	(327)
Total operating expenses		<u>(3.701.018)</u>	<u>(2.748.847)</u>
Operating loss		<u>(1.330.965)</u>	<u>(2.615.227)</u>
<u>FINANCIAL INCOME:</u>			
Financial income, net	6	1.302.819	1.302.787
Gains in subsidiaries	10	19.509.291	-
Profit before tax		<u>20.812.110</u>	<u>1.302.787</u>
		<u>19.481.145</u>	<u>(1.312.440)</u>
Income tax expense	7	<u>(1.374)</u>	<u>(5.114)</u>
Net profit/(loss) for the year		<u>19.479.771</u>	<u>(1.317.554)</u>
Earnings per share:			
Basic	8	0,2305	(0,0158)
Diluted	8	<u>0,2277</u>	<u>(0,0154)</u>

The accompanying notes form an integral part of the statements of profit and loss for the years ended 31 December 2006 and 2005.

THE BOOKKEEPER

THE BOARD OF DIRECTORS

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

CASH FLOW STATEMENTS

FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2006 AND 2005

(Amounts stated in Euros)

(Translation of consolidated cash flow statements originally issued in Portuguese - Note 22)

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
<u>OPERATING ACTIVITIES:</u>		
Cash receipts from customers	69.890	316.302
Cash paid to suppliers	(972.174)	(1.363.685)
Cash paid to employees	(711.215)	(251.084)
Cash used in operations	(1.613.499)	(1.298.467)
Other cash received/(paid) relating to operating activities	(11.462)	(14.384)
Net cash used in operating activities (1)	<u>(1.624.961)</u>	<u>(1.312.851)</u>
<u>INVESTING ACTIVITIES:</u>		
Cash received relating to:		
Loans to participated companies	1.926.815	-
Cash paid relating to:		
Acquisition of tangible assets	(448)	-
Loans to participated companies	-	(3.145.382)
Net cash from/ (used in) investing activities (2)	<u>1.926.367</u>	<u>(3.145.382)</u>
<u>FINANCING ACTIVITIES:</u>		
Cash received relating to:		
Capital increase and share premium	-	4.898.217
Interest and other similar income	104.506	1.189
	<u>104.506</u>	<u>4.899.406</u>
Cash paid relating to:		
Other financial expenses	(414.047)	(449.204)
Net cash from/ (used in) investing activities (3)	<u>(309.541)</u>	<u>4.450.202</u>
Net decrease in cash and cash equivalents (4) = (1) + (2) + (3)	(8.135)	(8.031)
Cash and cash equivalents at the beginning of the year	10.683	18.714
Cash and cash equivalents at the end of the year	2.548	10.683

The accompanying notes form an integral part of the cash flow statements
for the years ended 31 December 2006 and 2005.

THE BOOKKEEPER

THE BOARD OF DIRECTORS

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY
FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2006 AND 2005

(Amounts stated in Euros)

(Translation of statements of changes in equity originally issued in Portuguese - Note 22)

	<u>Capital</u>	<u>Share premium</u>	<u>Adjustments in equity investments in subsidiaries and associates</u>	<u>Reserves</u>	<u>Retained earnings</u>	<u>Profit/(loss) for the year</u>	<u>Total equity</u>
Balance at 1 January 2005 (PGAAP)	7.448.833	197.928.606	8.863.910	7.402	(104.627.336)	(5.802.323)	103.819.092
Impact of restatement to IFRS at 1 January 2005 (Note 21)		(10.204.544)	(8.863.910)	92.641	98.954.612	6.010.362	85.989.161
Restated balance at 1 January 2005	<u>7.448.833</u>	<u>187.724.062</u>	<u>-</u>	<u>100.043</u>	<u>(5.672.724)</u>	<u>208.039</u>	<u>189.808.253</u>
Capital increase (Note 13)	157.353	4.740.864	-	-	-	-	4.898.217
Transfer of profit for the year	-	-	-	-	208.039	(208.039)	-
Absorbtion of losses (Note 13)	-	(110.429.659)	-	-	110.429.659	-	-
Share purchase option plan (Note 20)	-	-	-	1.294.514	-	-	1.294.514
Net profit for the year	-	-	-	-	-	(1.317.554)	(1.317.554)
Balance at 31 December 2005	<u>7.606.186</u>	<u>82.035.267</u>	<u>-</u>	<u>1.394.557</u>	<u>104.964.974</u>	<u>(1.317.554)</u>	<u>194.683.430</u>
Transfer of profit for the year	-	-	-	-	(1.317.554)	1.317.554	-
Absorbtion of losses (Note 13)	-	(326.054)	-	-	326.054	-	-
Share purchase option plan	-	-	-	(99.650)	-	-	(99.650)
Net profit for the year	-	-	-	-	-	19.479.771	19.479.771
Balance at 31 December 2006	<u>7.606.186</u>	<u>81.709.213</u>	<u>-</u>	<u>1.294.907</u>	<u>103.973.474</u>	<u>19.479.771</u>	<u>214.063.551</u>

The accompanying notes for an integral part of the statements of changes in equity for the years ended 31 December 2006 and 2005.

THE BOOKKEEPER

THE BOARD OF DIRECTORS

INTRODUCTORY NOTE

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A. (“the Company”) was incorporated in 1992, its principal activity being to manage participations in other companies as an indirect form of exercising economic activity.

These financial statements were approved by the Board of Directors on 27 February 2007.

The Company is the holding company of subsidiary companies that operate in the areas of broadcasting and production of television programs and other media activities, the editing, production and multimedia distribution of magazines and the conception, production and broadcasting of radio programs.

The Company’s shares are listed on the Euronext Lisbon – Sociedade Gestora de Mercados Regulamentados, S.A. stock exchange.

2. MAIN ACCOUNTING POLICIES

2.1 Bases of presentation

These financial statements have been prepared on a going concern basis, under which assets must be realised and liabilities settled in the normal course of business, based on the Company’s accounting records.

These separate financial statements were prepared in accordance with International Financial Reporting Standards (“IFRS”) issued by the International Accounting Standards Board (“IASB”) adopted by the European Union, with the interpretations of the International Financial Reporting Interpretation Committee (“IFRIC”), for approval and publication under the terms of current legislation. In accordance with IFRS investments are recorded at cost and, consequently, the accompanying financial statements do not include the effect of the consolidation of assets, liabilities, equity, revenue, costs and results, which will be done in consolidated financial statements to be prepared, approved and published separately. The approximate effect of such a consolidation would be to increase assets, liabilities and operating revenue by 131,900,000 Euros, 199,000,000 Euros and 227,100,000 Euros, respectively and to decrease equity and net profit for the year by 67,200,000 Euros and 4,100,000 Euros, respectively.

IFRS were adopted for the first time in 2006 and so the transition adjustments from Portuguese accounting standards (“POC”) to IFRS were made as of 1 January 2005 in accordance with the requirements of IFRS 1 – First time adoption of international financial reporting standards (“IFRS 1”).

2.2 Tangible assets

Tangible fixed assets are recorded at cost less accumulated depreciation and, where applicable, impairment losses.

Cost includes the purchase price, plus any related purchase costs. In addition, whenever applicable, estimated costs of dismantling and removing any assets and re-qualifying the location are added to cost.

Tangible assets are depreciated as from the time the underlying assets are completed. The cost of such assets, less their residual value, is depreciated on a straight-line basis over their estimated useful lives, as from the month they are available for use.

The depreciation rates used correspond to the following average periods of useful life:

	<u>Years</u>
Administrative equipment	4
Other tangible assets	10

2.3 Balance sheet classification

Assets to be realised and liabilities to be settled within one year from the balance sheet date, or expected to be realised in the normal course of operations, or held with the intention of being traded, are classified as current assets and liabilities, respectively. All other assets and liabilities are classified as non-current.

2.4 Financial instruments

2.4.1 Investments

Equity investments are recorded at cost less, where applicable, impairment losses.

Dividends from such investments and out of post- acquisition profits, are recorded as financial income. Dividends which exceed such profits are recorded as decreases in the investments.

2.4.2 Trade and other current assets

Trade receivables and other current assets are initially recognised at their nominal value and are reflected net of impairment losses. Impairment losses are recognised when there is objective evidence that all the amounts due will not be collected in accordance with the terms originally established to settle the third party receivables. The amount of the loss corresponds to the difference between the nominal amount and the amount recoverable, the latter being the present value of the estimated future cash flows discounted at the effective interest rate. The loss is recognised in the statement of profit and loss for the period.

2.4.3 Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents comprise cash on hand and demand deposits.

2.4.4 Trade payables and other current liabilities

Accounts payable are recognised at their nominal value, discounted for possible interest payable in the future.

2.4.5 Derivative financial instruments

The Company has the policy of resorting to derivative financial instruments to hedge the financial risks to which it is exposed.

The use of financial derivatives is governed by the Group's internal policies defined by the Board of Directors. The Group does not use derivative financial instruments for speculative purposes.

Derivative financial instruments are measured at fair value and classified in the balance sheet as held for trading, changes in fair value being recognised in the statement of profit and loss for the period in which they occur.

2.5 Provisions and contingent liabilities and assets

Provisions are recognised when there exists a present obligation resulting from past events, it is probable that the Company has to spend resources to settle the obligation and the amount of the obligation can be reliably estimated.

Provisions for restructuring are recognised when there is a detailed formal plan identifying their main characteristics and the facts are communicated to the parties involved. The amount of the provision is reviewed and adjusted at each balance sheet date to reflect the best estimate at the time. When any of the above mentioned conditions are not met, the provision is not recorded and a contingent liability is disclosed, unless an outflow of funds affecting future financial benefits is remote, in which case no disclosure is made.

When past events result in the possibility of an asset, the existence of which depends on the occurrence of one or more uncertain future events not completely under the Company's control, the future economic benefit is disclosed as a contingent asset.

2.6 Impairment of assets

Impairment tests are performed at each balance sheet date and whenever an event or change in circumstances is noted that indicates that the book value of an asset is not recoverable.

Whenever the book value of an asset exceeds its recoverable value an impairment loss is recognised as an operational expense in the statement of profit and loss.

The amount recoverable is the higher of the net selling price and the value in use. The net selling price is the amount that would be obtained from selling the asset in a transaction between independent knowledgeable parties, less the costs directly attributable to the sale. Value in use is the present value of the estimated future cash flows resulting from the continued use of the asset and its sale at the end of its useful life. The recoverable amount is estimated for each asset individually or, where this is not possible, for the cash generating unit to which the asset belongs.

Impairment losses recognised in prior periods are reversed when it is concluded that such losses no longer exist or have decreased. This review is always made when there are indications that the impairment recognised earlier no longer exists. The reversal of impairment losses is recognised as operating revenue in the statement of profit and loss. However impairment losses are only reversed up to the amount that would have been recognised (net of amortisation and depreciation) if the impairment loss had not been recognised in previous periods.

2.7 Income tax

Income tax for the period consists of the current tax and deferred tax.

Deferred tax is calculated based on the temporary differences between the amount of assets and liabilities for accounting and for tax purposes. Deferred tax assets and liabilities are calculated and revised periodically to the tax rates in force, or announced to be in force, on the dates the temporary differences are expected to reverse.

Deferred tax assets are only recognised when there is reasonable expectation that there will be sufficient future taxable profits to use them, or in situations in which there are taxable timing differences that compensate deductible timing differences in the period they reverse. At the end of each year a review is made of such deferred taxes, these being decreased whenever their future use is no longer probable.

Deferred taxes are recorded as costs or income for the year, except when they result from amounts recorded directly in equity, in which case the deferred taxes are also recognised in equity.

2.8 Revenue recognition

Revenue from services rendered is recognised in the statement of profit and loss based on the phase of completion of the services as of the date of the balance sheet.

Costs and revenue are recognised in the period they relate to, regardless of the date they are paid or received. The Company estimates the amount of costs and revenue where this is uncertain.

2.9 Foreign currency balances and transactions

Exchange gains and losses arising from differences between the exchange rates prevailing on the dates of the transactions and those in force on the dates of collection, payment or on the date of the balance sheet are recorded in the statement of profit and loss for the period.

2.10 Subsequent events

Events occurring after the balance sheet date that provide additional information on the conditions that existed as of that date, are reflected in the financial statements. Events occurring after the balance sheet date that provide additional information on the conditions that existed after that date, if material, are disclosed in the notes to the financial statements.

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

3. CHANGES IN ACCOUNTING POLICIES, JUDGEMENTS, ESTIMATES AND CORRECTIONS OF FUNDAMENTAL ERRORS

There were no changes in accounting policies in 2006 in relation to those used to prepare the financial information for 2005 in accordance with the requirements of the IFRS, presented herein, and no significant corrections of prior year errors were recognised.

In preparing the accompanying financial statements the Board of Directors used its knowledge and experience of past and/or current events and on assumptions relating to future events to make accounting estimates.

The most significant accounting estimate reflected in the financial statements as of 31 December 2006 and 2005 was the calculation of the market value of the financial instruments.

That estimate was made based in the best information available at the time of preparing the financial statements. However, events can occur in subsequent periods which, due to their unpredictability, were not considered in that estimate. Significant changes to that estimate, occurring after the date the financial statements were prepared, are reflected in the statement of profit and loss on a prospective basis, as defined in IAS 8.

4. OPERATING INCOME BY NATURE

Operating income for 2006 and 2005 consists essentially of services rendered to participated companies.

5. EMPLOYEE BENEFITS

Employee benefits for the years ended 31 December 2006 and 2005, are made up as follows:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Wages and salaries	631,455	190,219
Social security contributions	120,840	6,000
Performance bonus	328,000	-
Stock options (Note 20) (a)	500,000	1,294,514
Severance payments	14,670	-
Labour accident insurance and related costs	5,730	248
Other	11,449	3,200
	<u>1,612,144</u>	<u>1,494,181</u>

(a) The decrease in this caption is due essentially to the decrease in the number of employees that benefit from the stock option programs.

The average number of employees in the years ended 31 December 2006 and 2005 was 24 and 3, respectively.

6. FINANCIAL INCOME, NET

Financial income, net for the years ended 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
<u>Financial costs:</u>		
Loss arising on the valuation of derivative instruments	-	395,340
Interest expense	1,524	44,795
Other	34,501	20,610
	<u>36,025</u>	<u>460,745</u>
<u>Financial income:</u>		
Gain arising on the valuation of derivative instruments (Note 17)	1,265,861	1,761,894
Other	72,983	1,638
	<u>1,338,844</u>	<u>1,763,532</u>
	<u>1,302,819</u>	<u>1,302,787</u>

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

7. DIFFERENCE BETWEEN ACCOUNTING AND TAX RESULTS

The Company is subject to corporate income tax at the normal rate of 25%, plus a Municipal Surcharge of 10%, resulting in an aggregate tax rate of 27.5%. As from 1 January 2007 the Portuguese Municipalities can launch a Municipal Surcharge up to the maximum of 1.5% of the taxable profit subject to, and not exempt from corporate income tax. Therefore, the change in the form of calculating the Municipal Surcharge from up to 10% of the income tax due to up to 1.5% of the taxable profit, will result in an aggregate income tax rate of 26.5% for 2007.

Representation expenses and costs incurred with light passenger vehicles are subject to autonomous taxation at the rate of 5%, irrespective of the existence of tax losses. Allowances and compensation for the use of employees' own vehicles not billed to clients are also subject to the 5% tax.

Considering the legal nature and corporate objects of the Company, it is covered by the tax legislation applicable to holding companies. In accordance with that legislation dividends received from companies in which participations are held and gains and losses on the sale of participations are not taxable.

In accordance with current Portuguese legislation, tax returns are subject to review and correction by the tax authorities during a period of four years (ten years for Social Security up to 2000, inclusive, and five years as from 2001), except when there are tax losses, tax benefits have been granted, tax inspections are in progress or there are claims or appeals, in which case the period can be extended or suspended, depending on the circumstances. Consequently, the Company's tax returns for the years from 2003 to 2006 are still subject to review and correction. The Board of Directors believes that any correction to the tax returns that might result from reviews carried out by the tax authorities will not have a significant effect on the financial statements.

Under current legislation tax losses can be carried forward to offset against taxable profits during a period of six years. At 31 December 2006, tax losses available to be carried forward amount to 10,890,572 Euros and 8,596,163 Euros, respectively, and expire as follows:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
2006	-	790,208
2007	644,514	644,514
2008	768,542	768,542
2009	1,420,177	1,420,177
2010	1,213,225	1,213,225
2011	3,759,497	3,759,497
2012	3,084,617	-
	<u>10,890,572</u>	<u>8,596,163</u>

Reconciliation of the tax rate for the years ended 31 December 2006 and 2005 is as follows:

(a) Reconciliation of the tax rate

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Profit/(loss) before tax	19,481,145	(1,312,440)
Nominal income tax rate	27.50%	27.50%
Estimated tax charge	<u>5,357,315</u>	<u>(360,921)</u>
Permanent differences (i)	(5,760,688)	(200,709)
Changes in equity (ii)	(164,904)	-
Unrecoverable deferred tax assets	568,277	561,630
Autonomous taxation	1,374	5,114
	<u>1,374</u>	<u>5,114</u>
Current tax	<u>1,374</u>	<u>5,114</u>

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

9. TANGIBLE ASSETS

The changes in tangible assets and corresponding accumulated depreciation and impairment losses in the years ended 31 December 2006 and 2005, are as follows:

	Administrative equipment	Other tangible assets	Total
<u>Gross:</u>			
Balance at 1 January 2005	3,635	50,413	54,048
Adjustments for transition to IFRS	-	-	-
Restated balance at 1 January 2005	3,635	50,413	54,048
Purchases	955	-	955
Balance at 31 December 2005	4,590	50,413	55,003
Purchases	2,121	-	2,121
Balance at 31 December 2006	6,711	50,413	57,124
<u>Accumulated depreciation and impairment losses:</u>			
Balance at 1 January 2005	(2,383)	(12,311)	(14,694)
Adjustments for transition to IFRS	-	-	-
Restated balance at 1 January 2005	(2,383)	(12,311)	(14,694)
Increase	(948)	(5,040)	(5,988)
Balance at 31 December 2005	(3,331)	(17,351)	(20,682)
Increase	(567)	(5,041)	(5,608)
Balance at 31 December 2006	(3,898)	(22,392)	(26,290)
<u>Net balance:</u>			
Net balance at 31 December 2005	1,259	33,062	34,321
Net balance at 31 December 2006	2,813	28,021	30,834

10. INVESTMENTS

The changes in investments in the years ended 31 December 2006 and 2005, are as follows:

	Equity investments in subsidiaries	Loans	Total
Balance at 1 January 2005	(14,935,450)	102,795,213	87,859,763
Adjustments for transition to IFRS	94,659,056	-	94,659,056
Restated balance at 1 January 2005	79,723,606	102,795,213	182,518,819
Capital increases	62,591,533	(62,591,533)	-
Balance at 31 December 2005	142,315,139	40,203,680	182,518,819
Increases/decreases	-	-	-
Balance at 31 December 2006	142,315,139	40,203,680	182,518,819

Loans correspond to supplementary capital contributions granted to subsidiary companies, that do not bear interest and can only be repaid in accordance with current legislation. These can only be repaid if, after repayment, equity of the participated company exceeds the sum of capital, legal reserve and share premium.

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

Investments in subsidiaries at 31 December 2006 correspond to an investment in the subsidiary Meglo – Media Global, SGPS, S.A., the head office, assets, equity, total revenue and profit for the year of which are as follows:

Name	Head office	Total assets	Total revenue	Equity	Net profit for the year	Participation percentage	Book value
MEGLO - Media Global, SGPS, S.A. ("Meglo")	Lisboa	442,580,971	228,521	51,698,550	6,220,965	100%	182,518,819

In 2006 Meglo distributed a dividend of 19,509,291 Euros to the Company in accordance with a decision of the Shareholders' General Meeting held on 29 September 2006. The dividend was recorded in the caption "Gains in subsidiaries".

For purposes of assessing impairment, investments were valued considering the existing cash generating units, these corresponding to the business segments. The Board of Directors concluded, based on the cash flow forecasts of these segments, discounted at the rate applicable to each segment, that the book value of the investment does not exceed its recoverable value. The cash flow projections considered correspond to the most recent business plans approved by the Board of Directors.

11. OTHER CURRENT ASSETS

The caption "Other current assets" at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006	2005
State and other public entities (Note 16)	948,295	866,495
Sundry debtors	94,105	2,785
Accounts receivable from related parties (Note 18)	28,021,911	10,758,160
Advances to suppliers	-	4,852
Prepayments	13,625	19,210
	<u>29,077,936</u>	<u>11,651,502</u>

12. CASH AND CASH EQUIVALENTS

The caption "Cash and cash equivalents" at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006	2005
Demand deposits	2,359	10,412
Cash on hand	189	271
	<u>2,548</u>	<u>10,683</u>

13. EQUITY

Capital: The Company's fully subscribed and paid up capital at 31 December 2006 consisted of 84.513.180 shares of nine cents each.

On 27 June 2005, as a result of an extraordinary bonus granted to the President of the Board of Directors, 705.000 new shares of nine cents each were issued, representing a capital increase of 63,450 Euros, with a share premium of 296,100 Euros. The capital increase was fully paid up in cash.

On 21 July 2005, under the employee incentive plan (Note 20), 1.043.372 new shares were issued at a price of 4,35 Euros each, representing a capital increase of 93,903 Euros with a premium of 4,444,764 Euros.

The Shareholders' General Meetings held on 22 April 2005 and 20 March 2006 approved using the share premium account to absorb accumulated losses.

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

At 31 December 2006 the Company's capital was held by the following shareholders:

	<u>Nº of shares</u>	<u>Percentage</u>
UFA Film (Bertelsmann Group)	27,889,350	33.00
Vértix, SGPS, S.A. ("VERTIX")	27,889,349	33.00
Others less than 10%	28,734,481	34.00
	-----	-----
	84,513,180	100.00
	=====	=====

As the result of a public share purchase offering, on 9 February 2007 Vertix became holder of 73.7% of the Company's capital.

Share premium account: The share premium account results from premiums obtained in capital increases. In accordance with current legislation applicable to companies listed on regulated stock exchanges subject to supervision of the Stock Exchange Commission (*Comissão do Mercado de Valores Mobiliários*) the amounts recorded in this caption can only be used to increase capital or to absorb accumulated losses (without the need for prior utilisation of the other reserves) and cannot be used for the payment of dividends or the acquisition of treasury shares.

Legal reserve: In accordance with current legislation the Company must transfer at least 5% of its annual net profit to a legal reserve until it reaches 20% of share capital. This reserve cannot be distributed, except upon liquidation of the company, but may be used to absorb losses or to increase capital.

14. TRADE AND OTHER PAYABLES

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Current trade payables	504,730	323,901
Accounts payable to related parties (Note 18)	102,638	-
Accrued costs:		
Other external supplies and services	1,015,050	-
Remuneration	499,430	13,159
Financial costs	-	64,916
Others	53,040	23,814
	<u>2,174,888</u>	<u>425,790</u>

15. OTHER CURRENT LIABILITIES

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Suppliers of fixed assets	1,053	1,157
Sundry creditors:		
Cofina, SGPS, S.A.	-	435,164
Others	23,371	33,789
State and other public entities (Note 16)	106,207	24,525
Accounts payable to related parties (Note 18)	415,903	397,364
	<u>546,534</u>	<u>891,999</u>

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

16. STATE AND OTHER PUBLIC ENTITIES

This caption at 31 December 2006 and 2005 is made up as follows:

	2006		2005	
	Receivable (Note 11)	Payable (Note 15)	Receivable (Note 11)	Payable (Note 15)
Corporate Income Tax	7,336	-	7,268	4,817
Value Added Tax	940,959	-	859,227	-
Social Security contributions	-	48,838	-	1,274
Personal Income Tax	-	57,369	-	18,434
	<u>948,295</u>	<u>106,207</u>	<u>866,495</u>	<u>24,525</u>

17. DERIVATIVE FINANCIAL INSTRUMENTS

In 2004 the Company contracted an equity swap with a financial institution over own shares. The financial instrument establishes that own shares will be acquired up to a maximum of 10,000,000 Euros. The instrument can only be settled in cash. At 31 December 2006 the financial institution had acquired approximately 1.146.783 shares (1.566.586 shares at 31 December 2005). In 2006 a group of shares was sold at a profit of 246,261 Euros, which was recognised in the statement of profit and loss. The fair value of the financial instrument at 31 December 2006 and 2005 was positive and amounted to 2,805,494 Euros and 1,785,894 Euros, respectively.

The derivative is stated at fair value as of the balance sheet date, determined based on valuations made by financial institutions. Changes in fair value are recorded on the statement of profit and loss caption "Finance gains, net" (Note 6).

18. RELATED PARTIES

Related parties at 31 December 2006 and 2005 consist essentially of subsidiary and associated companies of Meglo. These companies are:

Company	Head office	Effective participation held	
		2006	2005
Meglo	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL - Serviços de Consultoria e Gestão, S.A. ("MC SERVIÇOS")	Barcarena	100	100
Publipartner - Projectos de Media e Publicidade, Unipessoal, Lda. ("Publipartner")	Barcarena	100	100
Med Cap Technologies – Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação, S.A. ("MED CAP")	Barcarena	100	100
MCE - Media Capital Edições, Lda. ("MCE")	Barcarena	100	100
EXPANSÃO ECONÓMICA – Eventos, Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais, S.A. ("EVENTOS")	Barcarena	100	100
EDIÇÕES EXPANSÃO ECONÓMICA, Lda. ("EXPANSÃO")	Barcarena	100	100
EXPOLIDER – Feiras, Exposições e Congressos, S.A. ("EXPOLIDER")	Barcarena	100	100
CENA EDITORIAL – Edição de Publicações Periódicas, S.A. ("CENA")	Barcarena	100	100
CLMC – Multimédia, S.A. ("CLMC")	Lisbon	50	50
MCR – Radiofonia e Publicidade, Sociedade Unipessoal, S.A. ("MCR")	Barcarena	100	100
CENTRAL DISCOS – Produções Discográficas, S.A. ("CENTRAL DISCOS")	Barcarena	100	100
FAROL MÚSICA – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda. ("FAROL")	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL ENTERTAINMENT - Produção de Eventos, Lda. ("ENTERTAINMENT")	Odivelas	100	100
R. CIDADE – Produções Audiovisuais, S.A. ("CIDADE")	Lisbon	100	100
RÁDIO REGIONAL DE LISBOA – Emissões de Radiodifusão, S.A. ("REGIONAL")	Lisbon	100	100
RÁDIO COMERCIAL, S.A. ("COMERCIAL")	Lisbon	100	100
Rádio XXI, Lda. ("XXI")	Lisbon	100	100
KIMBERLEY TRADING, S.A. ("KIMBERLEY")	Barcarena	100	100

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

TVI – Televisão Independente, S.A. ("TVI")	Barcarena	100	100
RETI – Rede Teledifusora Independente, S.A. ("RETI")	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL OUTDOOR - PUBLICIDADE, S.A. ("MC OUTDOOR")	Barcarena	100	100
PRESSETEP – Comunicação e Meios Publicitários, S.A. ("PRESSETEP")	Barcarena	100	100
TCS – Publicidade em Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("TCS")	Barcarena	100	100
STM – Serviços Técnicos de Manutenção de Publicidade, S.A. ("STM")	Barcarena	100	100
PUBLIMETRO – Publicidade em Meios de Transporte e Outros, S.A. ("PUBLIMETRO")	Barcarena	60	60
BTP – Publicidade e Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("BTP")	Barcarena	55	55
PUBLICARRIS – Publicidade na Companhia de Carris de Ferro de Lisboa, S.A. ("PUBLICARRIS")	Barcarena	55	55
MEDIA CAPITAL – Editora Multimédia, S.A. ("MULTIMÉDIA")	Barcarena	100	100
AGEFINAN - Agência de Notícias Financeiras, S.A. ("AGEFINAN")	Lisbon	100	50
MEDIA CAPITAL TELECOMUNICAÇÕES, S.A. ("MCT")	Barcarena	100	100
DIRECTÓRIO IOL - Serviços de Internet, S.A. (a)	Porto	69	69
LÚDICODROME - EDITORA, Unipessoal, Lda. (b)	Barcarena	100	-
UNIDIVISA - Promoção de Projectos de Media, S.A. ("UNIDIVISA")	Barcarena	100	100
FEALMAR – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, S.A. ("FEALMAR")	Lisbon	60	60
NBP – Produção em Vídeo, S.A. ("NBP")	Lisbon	60	60
MULTICENA – Equipamento de Imagem e Som, S.A. ("MULTICENA")	Lisbon	60	60
NBP – Oficina de Actores, Lda. ("Oficina Actores") (c)	Lisbon	-	60
Teatro Mais – Actividades Teatrais, Lda. ("Teatro Mais")	Lisbon	60	60
CAMARINS – Sociedade de Aluguer e Venda de Guarda Roupas, Lda. ("CAMARINS") (c)	Lisbon	-	60
NBP – Ibérica - Producciones Audiovisuales, S.A.	Madrid (ESP)	59	59
CASA DA CRIAÇÃO – Argumentos para Audiovisual, Lda. ("CASA DA CRIAÇÃO")	Lisbon	60	54
EMAV – Empresa de Meios Audiovisuais, Lda. ("EMAV")	Vialonga	54	54
EPC – Empresa Portuguesa de Cenários, Lda. ("EPC")	Vialonga	60	51
Móveis de Novela, Lda. ("Móveis de Novela") (c)	Lisbon	-	36
SETEPCOM – Equipamentos e Espaços Comerciais, S.A. ("Setepcom")	Lisbon	-	50
TRANSJORNAL – Edições de Publicações, S.A. ("Transjornal")	Lisbon	35	35
TRANSPUBLICIDADE – Publicidade em Transportes, S.A. ("Transpublicidade")	Lisbon	40	30
União de Leiria, SAD ("União de Leiria")	Leiria	20	20
Nanook – Empresa Europeia de Produção de Documentários, Lda. ("Nanook")	Lisbon	16	16
CD TOP – Sociedade Internacional de Audiovisual, S.A. ("CD TOP")	Lisbon	23	23
JC Decaux Airport Portugal – Publicidade em Aeroportos, S.A. ("JC Decaux")	Lisbon	15	15
FERGRÁFICA – Artes Gráficas, S.A. ("Fergráfica")	Lisbon	6	6
UNITÉNIS – Sociedade de Empreendimentos de Ténis, S.A. ("Uniténis")	Lisbon	-	-
NP - Notícias de Portugal, Cooperativa de Utentes de Serviço de Informação, CRL	Lisbon	-	-

The balances at 31 December 2006 and 2005 and transactions for the years then ended with these companies were as follows:

	2006			
	Trade and other receivables	Other current assets (Note 11)	Trade and other payables (Note 14)	Other current liabilities (Note 15)
MC SERVIÇOS	2,261,753	268,365	3,003	29,135
TVI	80,667	13,457	-	45,361
CLMC	6,352	-	-	-
ENTERTAINMENT	570	1,141	-	-
Meglo	-	27,509,216	1,895	233,737
Publipartner	-	-	5,895	2,358
FAROL	-	-	1,163	-
MCE	-	-	4,717	3,539
COMERCIAL	-	323	159	25,086
MULTIMÉDIA	-	104,742	78,941	59,549
MED CAP	-	808	6,865	-
EXPANSÃO	-	2,420	-	-
EXPOLIDER	-	2,420	-	-
CENA	-	3,025	-	-
REGIONAL	-	49,415	-	-
MC OUTDOOR	-	66,579	-	17,138
	<u>2,349,342</u>	<u>28,021,911</u>	<u>102,638</u>	<u>415,903</u>

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

	2006			
	Services rendered	Other operating revenue	Supplies and services	Employee benefits
MC SERVIÇOS	1,811	2,260,000	-	-
TVI	83,333	-	-	-
CLMC	13,125	-	-	-
ENTERTAINMENT	2,357	-	-	-
Meglo	-	-	-	-
Publipartner	-	-	4,872	1,949
FAROL	-	-	1,163	-
MCE	-	-	-	-
COMERCIAL	-	-	-	-
MULTIMÉDIA	-	-	97,861	-
MED CAP	-	-	9,524	-
Outros	9,427	-	-	-
	<u>110,053</u>	<u>2,260,000</u>	<u>113,420</u>	<u>1,949</u>

	2005		
	Other current assets (Note 11)	Other current liabilities (Note 15)	Other operating revenue
MEGLO - Media Global, SGPS, S.A.	10,096,493	7,378	-
KIMBERLEY	436,608	-	6,100
MULTIMÉDIA	104,742	20,000	9,000
MC OUTDOOR	55,172	17,138	19,000
REGIONAL	49,415	-	4,000
MCE	6,050	-	5,000
CENA	3,025	-	2,500
EXPANSÃO	2,420	-	2,000
EXPOLIDER	2,420	-	2,000
EVENTOS	1,815	-	1,500
MC SERVIÇOS	-	283,281	-
TVI	-	44,387	18,800
COMERCIAL	-	25,086	8,300
MED CAP	-	94	2,720
FEALMAR	-	-	12,000
NBP	-	-	11,800
CIDADE	-	-	6,200
MCT	-	-	6,000
FAROL	-	-	4,000
RETI	-	-	4,000
UNIDIVISA	-	-	2,000
PUBLIMETRO	-	-	2,000
ENTERTAINMENT	-	-	1,500
MCR	-	-	1,400
CENTRAL DISCOS	-	-	1,300
XXI	-	-	500
	<u>10,758,160</u>	<u>397,364</u>	<u>133,620</u>

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

19. RATES USED TO TRANSLATE FOREIGN CURRENCY BALANCES

The following rates of exchange were used to translate foreign currency assets and liabilities to Euros at 31 December 2006 and 2005:

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
US Dollar	1.31387	1.1797
British Pound	0.67071	0.6853

20. INCENTIVE PLAN

In 2004 the Board of Directors approved an incentive plan for some employees of the Media Capital Group. The plan consists of options to purchase shares in the Company up to a maximum of 5% of its capital, over a period of four years as from 2004. The number of shares to be attributed and the exercise price are defined in each year to which the rights granted refer. The granting and exercise of these options over shares depend on compliance with certain quantity (the Company's financial performance) and quality (relating to the employees covered by the plan) targets.

In 2005, under the incentive plan, the Board of Directors attributed the right for employees to acquire or subscribe 803.200 shares at the exercise price of 5,40 Euros. These options had a fair value of 1,294,514 Euros as of the date the right was attributed (Note 5). Fair value was calculated by third party entities based on the Black Scholes model. As required by IFRS 2 – Share based payments, this amount was recorded as an employee benefit by corresponding entry to reserves. In the year ended 31 December 2006 the Company repurchased, from the employees, the rights to acquire or subscribe 235.250 shares at a cost of 599,650 Euros.

The Board of Directors estimated the fair value of the rights to acquire or subscribe the shares to be attributed in the year ended 31 December 2006 under the terms of the incentive plan, at 500,000 Euros as of that date.

21. FIRST APPLICATION OF INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS (IFRS)

The Company adopted International Financial Reporting Standards in 2006 for preparing its separate financial statements, applying IFRS 1 – First time adoption of international financial reporting standards, the transition date for the purpose of these financial statements being 1 January 2005.

Previously the Company's separate financial statements were presented in accordance with generally accepted accounting principles in Portugal as established in the official chart of accounts and supplementary legislation (*Plano Oficial de Contabilidade* - "POC").

Details of the adjustments made to equity as of 1 January 2005 and 31 December 2005, to restate the previously issued financial statements to International Financial Reporting Standards, are as follows:

Equity at the date of transition (1 January 2005)

Equity as of 1 January 2005 (POC)	<u>103,819,092</u>
Reversal of the effect of applying the equity method (a)	94,659,056
Reclassification of the costs of the Public Share Offering ("OPV") (b)	(8,740,026)
Discount of the balances payable (c)	46,131
Derivatives recorded at fair value (d)	<u>24,000</u>
	<u>85,989,161</u>
Equity as of 1 January 2005 (IAS/IFRS)	<u><u>189,808,253</u></u>

Equity at 31 December 2005

Equity at 31 December 2005 (POC)	<u>108,391,254</u>
Transition adjustments at 1 January 2005	85,989,161
Recognition of the stock options granted (Note 20)	1,294,514
Difference between net results in POC and IFRS	(991,499)
	<u>86,292,176</u>
Equity as of 31 December 2005 (IAS/IFRS)	<u><u>194,683,430</u></u>

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

<u>Net result on the transition date (1 January 2005)</u>	
Net result on 1 January 2005 (POC)	<u>(5,802,323)</u>
Reversal of the effect of applying the equity method (a)	4,568,354
Derivatives recorded at fair value (d)	24,000
Discount of the balances payable (c)	(46,509)
Reclassification of the costs of the Public Share Offering - impact on amortization for the year (b)	<u>1,464,517</u>
	<u>6,010,362</u>
Net result on 1 January 2005 (IAS/IFRS)	<u>208,039</u>
<u>Net result for the year ended 31 December 2005</u>	
Net result at 31 December 2005 (POC)	<u>(326,055)</u>
Reversal of the effect of applying the equity method (a)	(3,455,101)
Derivatives recorded at fair value (d)	1,761,894
Discount of the balances payable (c)	(44,687)
Reclassification of the costs of the Public Share Offering - impact on amortization for the year (b)	2,040,909
Recognition of stock options granted (Note 20)	<u>(1,294,514)</u>
	<u>(991,499)</u>
Net result at 31 December 2005 (IAS/IFRS)	<u>(1,317,554)</u>

The main transition adjustments to IFRS made to the financial statements are as follows:

(a) Reversal of the effect of applying the equity method

The Company recorded the investment in MEGLO in accordance with the equity method as required under POC. In adopting the IFRS for the preparation of its separate financial statements, the Company opted to record that investment at cost as defined in IAS 27. Therefore the Company reversed the effect of applying the equity method, including amortisation of goodwill. The investment being recorded at cost, and subject to impairment tests.

(b) Reclassification of costs incurred with the Public Share Offering

In accordance with IAS/IFRS costs incurred with capital increases must be deducted from the premiums obtained on the issuance of the shares. In the second quarter of 2004 Grupo Media Capital had the latest capital increase. In compliance with POC, the costs incurred with the Public Share Offering were recorded as intangible assets to be amortised over five years. Upon transition to IFRS these costs were reclassified to equity and accumulated amortisation was reversed.

(c) Recording of accounts payable at present value

The Company has medium and long term accounts payable that do not bear interest. In accordance with IFRS medium and long term financial liabilities that do not bear interest must be recorded at the discounted value of their future cash flows. Therefore, at the transition date liabilities were reduced by the difference between the present value of the medium and long term amounts payable and their book value recorded in accordance with POC, by corresponding entry to retained earnings. In subsequent periods the present value of the medium and long term payables will be updated and the related changes will be recorded as net finance costs in the statement of profit and loss.

(d) Derivatives recorded at fair value

As explained in Note 17, the Company contracted derivative financial instruments, having opted to classify them as trading derivative financial instruments. In accordance with IFRS these derivatives should be reflected in the financial statements at fair value. Therefore, on the transition date an asset was recognised at the fair value of the derivatives, by corresponding entry to retained earnings. In 2004 the Company contracted an equity swap over its own shares, for settlement only in cash, having for IFRS purposes, reflected it on the balance sheet at fair value. At 31 December 2006 and 2005 these derivatives were recorded at fair value, the related changes in fair value being recorded in the statement of profit and loss.

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

The effect on the balance sheets as of 1 January 2005 and 31 December 2005 and statements of profit and loss for the year ended 31 December 2005, of transition from POC to IFRS is as follows:

ASSETS	1 January 2005		
	POC	Transition adjustments	IFRS
NON-CURRENT ASSETS			
Intangible assets	8,740,027	(8,740,027)	-
Goodwill	28,350,966	(28,350,966)	-
Tangible assets	39,354	-	39,354
Investments	102,795,213	79,723,606	182,518,819
	<u>139,925,560</u>	<u>42,632,613</u>	<u>182,558,173</u>
CURRENT ASSETS			
Other current assets	9,480,478	-	9,480,478
Cash and cash equivalents	18,714	-	18,714
Derivative financial instruments	-	24,000	24,000
	<u>9,499,192</u>	<u>24,000</u>	<u>9,523,192</u>
TOTAL ASSETS	<u>149,424,752</u>	<u>42,656,613</u>	<u>192,081,365</u>
EQUITY AND LIABILITIES			
EQUITY			
Capital	7,448,833	-	7,448,833
Share premium	197,928,606	(10,204,544)	187,724,062
Adjustments in investments in subsidiary and associated companies	8,863,910	(8,863,910)	-
Reserves	7,402	92,641	100,043
Accumulated losses	(104,627,336)	98,954,612	(5,672,724)
Profit for the year	(5,802,323)	6,010,362	208,039
Total equity	<u>103,819,092</u>	<u>85,989,161</u>	<u>189,808,253</u>
LIABILITIES			
NON CURRENT LIABILITIES			
Provisions	43,286,416	(43,286,416)	-
CURRENT LIABILITIES			
Trade and other payables	424,688	-	424,688
Other current liabilities	1,894,556	(46,132)	1,848,424
Total liabilities	<u>45,605,660</u>	<u>(43,332,548)</u>	<u>2,273,112</u>
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	<u>149,424,752</u>	<u>42,656,613</u>	<u>192,081,365</u>

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

ASSETS	31 December 2005		
	POC	Transition adjustments	IFRS
NON-CURRENT ASSETS			
Intangible assets	6.699.118	(6.699.118)	-
Goodwill	26.327.987	(26.327.987)	-
Tangible assets	34.321	-	34.321
Investments	64.986.876	117.531.943	182.518.819
	<u>98.048.302</u>	<u>84.504.838</u>	<u>182.553.140</u>
CURRENT ASSETS			
Other current assets	11.651.502	-	11.651.502
Cash and cash equivalents	10.683	-	10.683
Derivative financial instruments	-	1.785.894	1.785.894
	<u>11.662.185</u>	<u>1.785.894</u>	<u>13.448.079</u>
TOTAL ASSETS	<u>109.710.487</u>	<u>86.290.732</u>	<u>196.001.219</u>
EQUITY AND LIABILITIES			
EQUITY			
Capital	7.606.186	-	7.606.186
Share premium	92.239.811	(10.204.544)	82.035.267
Adjustments in investments in subsidiary and associated companies	8.863.910	(8.863.910)	-
Reserves	7.402	1.387.155	1.394.557
Retained earnings	-	104.964.974	104.964.974
Profit for the year	(326.055)	(991.499)	(1.317.554)
Total equity	<u>108.391.254</u>	<u>86.292.176</u>	<u>194.683.430</u>
LIABILITIES			
CURRENT LIABILITIES			
Trade and other payables	425.791	-	425.791
Other current liabilities	893.442	(1.444)	891.998
Total liabilities	<u>1.319.233</u>	<u>(1.444)</u>	<u>1.317.789</u>
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	<u>109.710.487</u>	<u>86.290.732</u>	<u>196.001.219</u>
31 December 2005			
	POC	Transition adjustments	IFRS
OPERATING REVENUE			
Other operating revenue	133,620	-	133,620
Total operating revenue	<u>133,620</u>	<u>-</u>	<u>133,620</u>
OPERATING EXPENSES			
Supplies and services	(1,248,351)	-	(1,248,351)
Employee benefits	(199,667)	(1,294,514)	(1,494,181)
Depreciation	(4,069,878)	4,063,890	(5,988)
Other operating expenses	(76)	(251)	(327)
Total operating expenses	<u>(5,517,972)</u>	<u>2,769,125</u>	<u>(2,748,847)</u>
Operating loss	<u>(5,384,352)</u>	<u>2,769,125</u>	<u>(2,615,227)</u>
FINANCIAL INCOME			
Financial costs	(416,057)	-	-
Financial income	5,479,719	(3,760,875)	1,302,787
Extraordinary items	(251)	251	-
	<u>5,063,411</u>	<u>(3,760,624)</u>	<u>1,302,787</u>
Loss before tax	<u>(320,941)</u>	<u>(991,499)</u>	<u>(1,312,440)</u>
Income tax expense	(5,114)	-	(5,114)
Net loss for the year	<u>(326,055)</u>	<u>(991,499)</u>	<u>(1,317,554)</u>

22. NOTE ADDED FOR TRANSLATION

The accompanying financial statements are a translation of financial statements originally issued in Portuguese, in accordance with IFRS. In the event of discrepancies, the Portuguese language version prevails.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2006 AND 2005
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 22)

THE BOOKKEEPER

THE BOARD OF DIRECTORS

RELATÓRIO E PARECER DA COMISSÃO DE AUDITORIA

1 Introdução

Nos termos e para os efeitos do disposto na alínea g) do artigo 423.º-F do Código das Sociedades Comerciais, vem a Comissão de Auditoria da sociedade Grupo Média Capital, SGPS, S.A. apresentar o seu relatório sobre a sua acção fiscalizadora e, bem assim, dar o seu parecer sobre os Relatórios e Contas individuais e consolidadas do exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, e propostas apresentadas pelo Conselho de Administração.

2 Fiscalização da Sociedade

Desde 25 de Setembro de 2006, data da sua constituição, a Comissão de Auditoria acompanha a evolução da actividade das sociedades do Grupo Média Capital, zelando pela observância da lei e do contrato de sociedade, verificando a regularidade dos registos contabilísticos, a exactidão dos documentos de prestação de contas, as políticas contabilísticas adoptadas, fiscalizando o processo de preparação e de divulgação da informação financeira.

Com vista a executar as competências que lhe são atribuídas, nos termos da lei e do contrato de sociedade, a Comissão de Auditoria participou em todas as reuniões do Conselho de Administração, tendo, até à presente data, reunido três vezes com vista a entre outros, analisar detalhadamente toda a informação financeira.

A Comissão de Auditoria reuniu com o Revisor Oficial de Contas no sentido de acompanhar o trabalho de auditoria por este efectuado e as conclusões atingidas, tendo obtido deste todas as informações e esclarecimentos solicitados.

3 Parecer sobre os relatórios e contas e propostas apresentados pelo Conselho de Administração

A Comissão de Auditoria examinou os Relatórios de Gestão individual e consolidado e as demonstrações individuais e consolidadas do exercício findo em 31 de Dezembro de 2006, os quais compreendem os balanços individual e consolidado, as demonstrações individuais e consolidadas dos resultados, as demonstrações individuais e consolidadas dos fluxos de caixa e das alterações no capital próprio e respectivos anexos, do exercício findo àquela data, preparados pelo Conselho de Administração e elaborados em conformidade com as normas internacionais de relato financeiro, tal como adoptadas pela União Europeia.

Adicionalmente, analisou as Certificações Legais de Contas e Relatórios de Auditoria sobre as referidas demonstrações financeiras individuais e consolidadas, elaborados pelo Revisor Oficial de Contas. A Comissão de Auditoria concorda com a certificação legal das contas elaborada pelo Revisor Oficial de Contas.

Em face do exposto, a Comissão de Auditoria é da opinião que as demonstrações financeiras individuais e consolidadas, os Relatórios de Gestão individuais e consolidados a 31 de Dezembro de 2006, bem como a proposta nele expressa de aplicação dos resultados, estão de acordo com as disposições contabilísticas, legais e estatutárias aplicáveis pelo que recomenda a sua aprovação pelos Accionistas.

Queluz de Baixo, 18 de Abril de 2007

A Comissão de Auditoria,

Jaime Roque de Pinho D'Almeida (Presidente)

Annet Aris

Juan Luis Cebrián Echarri

Tirso Olazábal

REPORT OF AUDIT COMMITTEE OF GRUPO MÉDIA CAPITAL, SGPS S.A.

1 Introduction

Pursuant to paragraph g) of article 423.^o-F of the Companies Code, the Audit Committee of the company Grupo Média Capital, SGPS, S.A. hereby presents its report on the supervision of the company and its opinion on the annual individual and consolidated reports and accounts for the year ended on 31 December 2006 and proposals presented by the Board of Directors.

2 Supervision of the Company

Since 25 September 2006, date of its incorporation, the Audit Committee supervises the evolution of the activities developed by the companies of Media Capital Group. The Audit Committee develops its supervision activity by ensuring that the law and the articles of association are observed, verifying the regularity of all books, accounting records and supporting documents, the accounting policies, supervising the exactitude of the financial statements and. the process of preparing and disclosure of financial information.

In order to execute its responsibilities, as established in the law and in the Company's articles of association, the Audit committee participated on the meetings held by the Board of Directors, and met three times in order to, among other issues, review the financial information.

The Audit Committee met with the Statutory Auditor in order to supervise the audit work performed by Statutory Auditor and the conclusions achieved. The Audit Committee obtained all the information and clarifications requested.

3 Opinion on the annual report, accounts and proposals presented by the management

The Audit Committee reviewed the individual and consolidated Management Reports, the individual and consolidated financial statements as of 31 December 2006, which included the individual and consolidated profit and loss, the individual and consolidated financial statements, the individual and consolidated cash flow statements and the statement of changes in equity and related footnote disclosures as of that date, as prepared by the Board of Directors and in accordance with the IFRS, as adopted by the European Union.

Additionally, the Audit Committee reviewed the Legal Certifications of the Accounts and Audit Reports on the individual and consolidated financial statements, as issued by the Statutory Auditor. The Audit Committee is in agreement with the legal certification of the accounts prepared by the Statutory Auditor.

The Audit Committee is in the opinion that the individual and consolidated financial statements as of 31 December 2006, the individual and consolidated Management Reports, as well the proposals for allocation of the annual results included in the Management Report, are in accordance with the applicable accounting rules, law and Company's articles of association. Therefore the Audit Committee recommends their approval by the Shareholders.

Queluz de Baixo, 18 April 2007

The Audit Committe,

Jaime Roque de Pinho D'Almeida (President)

Annet Aris

Juan Luis Cebrián Echarri

Tirso Olazábal

EXTRACTO DA ACTA DA ASSEMBLEIA GERAL DE ACCIONISTAS

Extracto da acta número Quarenta e Cinco da Assembleia Geral de Accionistas da Grupo Média Capital SGPS, SA, realizada em 3 de Maio de 2007, na parte que respeita à presente publicação legal:

Aos 3 dias do mês de Maio de dois mil e sete, pelas 11.00, reuniu, no Hotel Dom Pedro Lisboa, na Av. Eng. Duarte Pacheco, em Lisboa, a Assembleia Geral Anual da sociedade GRUPO MÉDIA CAPITAL, SGPS, S.A., sociedade aberta, pessoa colectiva n.º 502 816 481, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Cascais, sob o número 17831, com capital social de Euro 7.606.186,20, com a seguinte ordem de trabalhos:

(...)

Relativamente ao Ponto TRÊS da ordem de trabalhos, o Vice-Presidente da Mesa leu a proposta de deliberação (anexa à presente Acta como Anexo 5), nos termos da qual se propõe aprovar o relatório de gestão e contas individuais e consolidadas, e respectivos anexos, relativos ao exercício de 2006. Os documentos de prestação de contas da Sociedade foram postos à disposição de todos os accionistas para consulta, na sede social e no sítio da Internet da Sociedade, no prazo legal, incluindo, designadamente, o relatório de gestão, balanço, demonstração de resultados (por natureza e por funções), e os respectivos anexos. Não tendo havido quaisquer pedidos de esclarecimento por parte dos accionistas, e posta à votação, e após o apuramento dos votos, foi a proposta relativa ao Ponto TRÊS da ordem de trabalhos aprovada por unanimidade, e os resultados proclamados pelo Vice-Presidente da Mesa da Assembleia Geral.

No Ponto QUATRO da ordem de trabalhos, o Vice-Presidente da Mesa procedeu à leitura da respectiva proposta subscrita pelo Conselho de Administração (anexa à presente Acta como Anexo 6) relativamente à aplicação de resultados do exercício de 2006, e considerando que o resultado do exercício nas contas individuais preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relato Financeiro foi positivo em Euro 19.479.771 (dezanove milhões, quatrocentos e setenta e nove mil, setecentos e setenta e um euros), propôs que se deliberasse no seguinte sentido:

a) 5% do resultado do exercício de 2006 transferidos para Reservas Legais, ou seja, um valor de Euro 973.989 (novecentos e setenta e três mil, novecentos e oitenta e nove euros);

b) Os restantes Euro 18.505.782 (dezoito milhões, quinhentos e cinco mil, setecentos e oitenta e dois euros) do resultado do exercício de 2006, transferidos para Reservas Livres.

Não tendo nenhum dos accionistas pretendido usar da palavra, a proposta foi posta à votação, e apurados os votos, foi a proposta aprovada por unanimidade e os resultados proclamados pelo Vice-Presidente da Mesa da Assembleia Geral.

(...)

Encerrados os assuntos constantes de ordem de trabalhos, o Vice-Presidente da Mesa perguntou se algum dos presentes pretendia usar da palavra, não tendo sido apresentado nenhum pedido. Nada mais havendo a tratar foi encerrada a assembleia geral pelas 12:00 horas e a presente Acta lavrada a qual vai ser assinada pelos membros da Mesa da Assembleia Geral, pelo Vice Presidente da Mesa da Assembleia Geral cessante e pelo Secretário da Sociedade.

O Vice-Presidente Cessante

Pedro Pestana Bastos

O Vice-Presidente

Tiago Ferreira de Lemos

O Secretário da Sociedade

Francisco Sá Carneiro