

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS, SA  
Sociedade Aberta  
Sede: Rua das Amoreiras, n.º 105, Lisboa  
Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa sob o n.º 1891  
Pessoa Colectiva n.º 502 816 481  
Capital Social: 7.448.832,72 euros

## RESULTADOS DO 1º TRIMESTRE DE 2005

- § Nos primeiros 3 meses do ano de 2005, os proveitos consolidados do Grupo Media Capital aumentaram 14% face ao período homólogo de 2004.
- § As receitas publicitárias verificaram um incremento de 13% face ao mesmo período de 2004 com a Televisão com crescimento de 12%, Rádio com subida de 28%, Publicidade exterior com uma redução de 3% e o segmento Outros com um aumento de 69%.
- § A TVI mantém a liderança em quota do Mercado publicitário.
- § O EBITDA consolidado cresceu 60% para os € 7,1 milhões.
- § A margem EBITDA subiu 4,2 p.p. para os 14,7% no 1º trimestre de 2005.
- § O EBIT consolidado registou uma evolução de 192% para €4,3 milhões.
- § O resultado líquido melhorou €4.7 milhões para €1.3 milhões de lucro líquido.
- § Os números relativos ao 1º trimestre de 2005 agora apresentados, foram apurados de acordo com o normativo IAS/IFRS, sendo o primeiro trimestre de 2004 reexpresso aplicando o mesmo normativo para efeitos de consistência e comparabilidade das contas apresentadas.

Lisboa, 4 de Maio de 2005

Grupo Media Capital

Susana Gomes da Costa  
Relações com Investidores

## 1. Análise às Demonstrações Financeiras Consolidadas

Durante o período findo em 31 de Março de 2005, o Grupo Media Capital apresentou **proveitos consolidados** de € 48,3 milhões, um crescimento de 14% face ao mesmo período do ano anterior e um **EBITDA** (líquido de todas as provisões) de €7,1 milhões, um aumento de 60% face ao período homólogo de 2004.

O **Resultado Operacional** (EBIT) registou um crescimento de €2,8 milhões no 1º trimestre de 2004 para €4,3 milhões no 1º trimestre de 2005, um crescimento de 192%. O **Resultado Líquido** verifica uma evolução positiva de €4,7 milhões face ao mesmo período do ano de 2004, passando de €3,4 milhões negativos para €1,3 milhões positivos neste 1º trimestre de 2005.

A forte evolução das receitas consolidadas fica a dever-se ao desempenho obtido nas receitas publicitárias, que no seu conjunto registaram um crescimento de 13%, com a Televisão a registar uma subida de 12%, a Rádio a crescer 28%, Publicidade Exterior com um recuo de 3% e o segmento Outros com um aumento de 69%. A evolução agora verificada, assenta principalmente em quatro factores, nomeadamente o crescimento do mercado publicitário suportado pela evolução favorável das expectativas de crescimento económico, a ganhos resultantes de um melhor desempenho da estratégia comercial, a continuação da redução nas comissões de agência e o impacto positivo da campanha eleitoral e respectivos tempos de antena.

O crescimento de 75% nas vendas de revistas e de 9% nas outras receitas não publicitárias, contribuíram também para o crescimento verificado no total de proveitos do Grupo.

(valores em milhares de €)	T1 05	T1 04	Var %	T1 04 POC
<b>Total de Proveitos Operacionais</b>	<b>48,291</b>	<b>42,304</b>	<b>14%</b>	<b>45,387</b>
Televisão	33,193	28,038	18%	30,879
Rádio	3,307	2,687	23%	2,742
Publicidade exterior	3,438	3,553	-3%	3,620
Outros	8,353	8,025	4%	8,145
Total de Custos Operacionais	41,173	37,865	9%	39,410
<b>EBITDA</b>	<b>7,118</b>	<b>4,439</b>	<b>60%</b>	<b>5,976</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>14.7%</b>	<b>10.5%</b>	<b>4.2%</b>	
Televisão	7,903	5,095	55%	6,375
Rádio	285	126	127%	150
Publicidade exterior	(321)	129	N/A	188
Outros	(749)	(911)	18%	(737)
Amortizações	2,828	2,969	-5%	3,538
Amortização de goodwill	0	0	N/A	2,479
<b>Resultados Operacionais (EBIT)</b>	<b>4,290</b>	<b>1,470</b>	<b>192%</b>	<b>(41)</b>
Resultados Financeiros (líquido)	2,686	5,198	-48%	5,914
Resultados Extraordinários	0	0	N/A	65
<b>Res. antes de imp. e int. minoritários</b>	<b>1,604</b>	<b>(3,728)</b>	<b>N/A</b>	<b>(6,019)</b>
Imposto sobre o rendimento	(759)	568	N/A	550
Interesses minoritários	477	(240)	N/A	(240)
<b>Resultado líquido do período</b>	<b>1,322</b>	<b>(3,399)</b>	<b>N/A</b>	<b>(5,710)</b>

O total de **custos operacionais** registou um crescimento de 9%, resultantes do aumento das receitas na área não publicitária do segmento de televisão (€1,1 milhões de aumento nos custos), subida nos custos de programação (€0,7 milhões) sobretudo devido à transmissão de jogos da Superliga Portuguesa de Futebol, €0,3 milhões em custos com o pessoal no segmento de Televisão (incluindo custos pontuais relacionados com indemnizações), a custos promocionais superiores (€0,1 milhões) no segmento de rádios resultantes de diferenças temporárias na estratégia de marketing prevista e custos resultantes dos acordos de retransmissão (€0,1 milhões) relativos à estratégia de expansão de cobertura geográfica. No segmento de Outdoors registou-se um aumento nos custos variáveis das concessões (€0,3 milhões) devido à renegociação e extensão de contratos na área dos transportes públicos resultando alguns destes custos em diferenças temporárias. Na área de publicação de revistas o aumento nos custos resulta da venda de produtos complementares (€1,5 milhões) e das campanhas de marketing associadas (€0,6 milhões), que foram em parte compensados com a redução de €2,1 milhões verificada nos custos variáveis relativos ao *Internet Service Provider*, em função da redução gradual já esperada no seu volume de actividade.

O montante total de **amortizações** registou um decréscimo de cerca de 5%.

Os **custos e perdas** financeiros diminuíram 48% principalmente devido a uma redução de 65% (€2,6 milhões) em juros e outros custos relacionados, na sequência da redução da dívida total após a OPV que passou de €218 milhões em Março 2004 para €125 milhões em Março de 2005.

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

## 2. Televisão

(valores em milhares de €)	T1 05	T1 04	Var %	T1 04 POC
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>33,193</b>	<b>28,038</b>	<b>18%</b>	<b>30,879</b>
Publicidade	28,059	25,028	12%	26,210
Varição da Produção	0	0	N/A	1,659
Outros Proveitos	5,134	3,011	71%	3,011
<b>Total de Custos Operacionais</b>	<b>25,290</b>	<b>22,943</b>	<b>10%</b>	<b>24,503</b>
<b>EBITDA</b>	<b>7,903</b>	<b>5,095</b>	<b>55%</b>	<b>6,375</b>
Margem EBITDA	23.8%	18.2%		20.6%
Amortizações	1,630	1,674	-3%	1,674
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>6,273</b>	<b>3,421</b>	<b>83%</b>	<b>3,842</b>

O segmento de Televisão inclui transmissão e produção televisiva, além de actividades relacionadas não publicitárias.

No 1º trimestre de 2005 e de acordo com os dados da Marktest, as audiências foram relativamente equilibradas, especialmente em *prime time*, apesar de a TVI registar um decréscimo face ao período homólogo de 2004. De realçar no entanto que a quebra verificada no *prime time* foi em parte compensada com subidas em outras faixas horárias importantes, como o período do almoço (das 12h às 15h) e o acesso ao horário nobre (entre as 18h e as 20h), onde passou inclusivamente a liderar.

Audiências (%)	RTP1	a2:	SIC	TVI
<b>All day</b>				
T1 04	28.8	4.4	33.4	<b>33.3</b>
T1 05	28.4	5.4	34.3	<b>31.8</b>
<b>Prime time</b>				
T1 04	27.6	4.2	30.4	<b>37.7</b>
T1 05	26.6	5.0	34.7	<b>33.7</b>

Source: Marktest

A segunda edição do *reality show* “**Quinta das Celebridades**” estreou a 20 de Março. Este programa voltou a atrair a atenção regular de mais de um milhão de espectadores portugueses, que seguem diariamente a vida na quinta mais famosa de Portugal. Os programas diários obtiveram valores de *share* acima dos 35%, com as galas transmitidas ao Domingo à noite a registarem valores de *share* acima dos 40%, liderando facilmente no seu horário de emissão.

Entre os programas regulares que de forma mais significativa contribuíram para estes resultados, destacam-se as transmissões dos jogos da **Superliga** de futebol, o humor de “**Os Batanetes**” e “**Prédio do Vasco**”, e a ficção portuguesa que continua com um bom desempenho, incluindo as novelas e séries como o “**Inspector Max**”.

As **receitas publicitárias** da TVI registaram no 1º trimestre de 2005 um aumento de 12% face ao mesmo período do ano anterior apesar da redução registada nas audiências. Este crescimento foi obtido na sequência do crescimento do mercado e da continuação da redução das comissões de agência e da obtenção de melhores condições comerciais e taxas de ocupação, tendo a TVI mantido a liderança em termos de quota de mercado de investimento publicitário. De notar que também a ocorrência de eleições legislativas contribuiu para o crescimento das receitas verificado neste período.

Os **outros proveitos** registaram também uma evolução bastante favorável, com um crescimento de 71% no período, principalmente devido ao aumento nas vendas de CD's (que representam a maior parte dos outros proveitos no segmento de Televisão) e dos proveitos de call-TV. O contrato estabelecido para a distribuição de discos da Warner Music, em vigor desde Novembro de 2004, permitiu que as vendas de CD's neste trimestre do ano quase triplicassem.

Os **custos operacionais** do segmento de Televisão verificaram um aumento de 10% ou €2,4 milhões neste 1º trimestre face ao mesmo período, dos quais:

- § Os custos associados a proveitos na área não publicitária aumentaram €1,1 milhões;
- § O total de custos de programação registou um acréscimo de €0,7 milhões face ao trimestre homólogo sobretudo devido à transmissão de jogos da Superliga;

§ €0,3 milhões em custos com o pessoal, incluindo aumentos salariais (€0,1 milhões), acréscimos de custos com bônus (€0,1 milhões) e custos com indenizações (€0,1 milhões).

O **EBITDA consolidado** do segmento Televisão cresceu 55% em relação ao período idêntico de 2004, tendo a margem de EBITDA aumentado de 18,2% para 23,8%.

O **EBIT consolidado** do segmento verificou um aumento de 83% face ao período homólogo do ano anterior, alcançando €6,3 milhões no 1º trimestre de 2005.

### 3. Radio

(valores em milhares de €)	T1 05	T1 04	Var %	T1 04 POC
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>3,307</b>	<b>2,687</b>	<b>23%</b>	<b>2,742</b>
Publicidade	3,281	2,564	28%	2,619
Outros proveitos	26	124	-79%	124
<b>Total de Custos Operacionais</b>	<b>3,022</b>	<b>2,562</b>	<b>18%</b>	<b>2,593</b>
<b>EBITDA</b>	<b>285</b>	<b>126</b>	<b>127%</b>	<b>150</b>
Margem EBITDA	8.6%	4.7%		5.5%
Amortizações	315	319	-1%	319
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(30)</b>	<b>(194)</b>	<b>84%</b>	<b>(472)</b>

As audiências totais da Media Capital Radios (MCR) registaram no 1º trimestre de 2005 uma descida de 1,0 pp., de 24,4% obtidos no 1º trimestre de 2004 para 23,4%, num período em que as questões políticas e as eleições legislativas acabaram por favorecer as estações com maior conteúdo noticioso. Quando comparadas com os resultados obtido no último trimestre de 2004, as audiências totais das rádios do Grupo registaram um crescimento de 1,8 pp. desde os 21.6%.

A MCR conseguiu obter um crescimento das suas receitas publicitárias acima do crescimento do mercado, acompanhando a tendência positiva de crescimento que tem vindo a verificar nos últimos trimestres.

A MCR registou um aumento de 28% das suas **receitas publicitárias** face ao mesmo período do ano anterior, resultante de melhores taxas de ocupação e de uma tendência favorável na evolução dos preços na sequência do já mencionado aumento do share de audiências.

O total de **custos operacionais** registou uma subida de 18% sobretudo devido à antecipação de alguns custos de marketing (€0,1 milhões) bem como ainda ao aumento dos custos relacionados com os acordos de retransmissão do grupo (€0,1 milhões) na sequência da estratégia do Grupo de aumento de cobertura das suas emissões.

O **EBITDA consolidado** da MCR mais do que duplicou face ao mesmo período do ano anterior graças ao reforço da sua posição de mercado, aumentando a margem EBITDA em 3,9 pp. para 8,6%.

O **EBIT consolidado** do segmento verificou uma evolução de 84%, quase atingindo o *breakeven*.

#### 4. Publicidade exterior

(valores em milhares de €)	T1 05	T1 04	Var %	T1 04 POC
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>3,438</b>	<b>3,553</b>	<b>-3%</b>	<b>3,620</b>
Publicidade	3,434	3,553	-3%	3,620
Outros proveitos	4	0	N/A	0
<b>Total de Custos Operacionais</b>	<b>3,759</b>	<b>3,424</b>	<b>10%</b>	<b>3,432</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(321)</b>	<b>129</b>	<b>N/A</b>	<b>188</b>
Margem EBITDA	-9.3%	3.6%		5.2%
Amortizações	278	256	8%	261
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(599)</b>	<b>(127)</b>	<b>-372%</b>	<b>(399)</b>

A Media Capital Outdoor (MCO) registou uma diminuição das suas **receitas publicitárias** de 3% face ao mesmo período em 2004. Este desempenho obtido pela MCO foi em parte resultante de um abrandamento do mercado de publicidade exterior neste período condicionado pelo período eleitoral de Janeiro e Fevereiro. Ao contrário de outros segmentos do mercado publicitário, a publicidade exterior é prejudicada em períodos eleitorais, devido ao facto de os partidos políticos estarem autorizados a colocar os seus próprios suportes, o que leva a uma redução das taxas de ocupação das redes de suportes existentes em função de alguma retracção no investimento em publicidade exterior por parte dos anunciantes.

Por outro lado o arranque comercial da MCO TV (ecrãs nas estações de Metro) teve lugar no início deste trimestre mas com maior resistência na comercialização do que inicialmente esperado. Sendo um produto totalmente novo e sem provas dadas de eficácia, o seu ritmo inicial de crescimento ficou algo aquém das expectativas iniciais do Grupo. No entanto a perspectiva é a de que o potencial do produto permanece intacto e as expectativas para a sua contribuição para os resultados do Grupo continuam a ser extremamente positivas, à medida que o mesmo for ganhando visibilidade e ultrapassando a resistência inicial inerente a novos meios publicitários junto dos anunciantes.

Os **custos operacionais** verificaram um aumento de 10% principalmente devido à renegociação e extensão de alguns contratos de concessão de longo prazo nas redes de transportes públicos (€0,1 milhões), a diferenças temporárias resultantes da antecipação de alguns custos variáveis das concessões (€0,1 milhões) e ainda a custos relacionados com a MCO TV não existente no 1º trimestre de 2004 (€0,1 milhões).

O **EBITDA consolidado** da MCO no 1º trimestre de 2005 foi €0,3 milhões negativos tendo o **EBIT consolidado** verificado uma diminuição de €0,5 milhões face ao mesmo período do ano anterior.

## 5. Outros

(valores em milhares de €)	T1 05	T1 04	Var %	T1 04 POC
<b>Proveitos Operacionais</b>	<b>8,353</b>	<b>8,025</b>	<b>4%</b>	<b>8,145</b>
Publicidade	1,207	715	69%	719
Assinaturas e vendas em banca	2,381	1,358	75%	1,474
Outros proveitos operacionais	4,764	5,953	-20%	5,953
<b>Total de Custos Operacionais</b>	<b>9,101</b>	<b>8,937</b>	<b>2%</b>	<b>8,882</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(749)</b>	<b>(911)</b>	<b>18%</b>	<b>(737)</b>
Amortizações	605	719	-16%	1,283
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(1,354)</b>	<b>(1,630)</b>	<b>17%</b>	<b>(3,012)</b>

A área de Internet, publicação de revistas e alguns custos centrais, estão incluídos neste segmento.

As **receitas publicitárias** cresceram 69% no 1º trimestre de 2005 face a igual período do ano anterior, reflectindo a boa performance de um dos principais títulos, a revista LUX (fechando o desfasamento entre a divulgação do aumento da circulação e o aumento da publicidade). Em relação às audiências, a revista Lux subiu de 3,4% para 4,1% entre o 1º trimestre de 2004 e o mesmo período em 2005. A Lux Woman registou uma subida de 2,1% para 2,9% o que lhe permitiu inclusive passar a liderar as audiências no seu segmento. A Maxmen viu as suas audiências subirem de 3,7% no 1º trimestre de 2004 para 4,8% em 2005 aumentando a sua liderança no segmento. A maioria das receitas publicitárias advém da imprensa, embora a área de Internet tenha aumentado a sua contribuição.

As **assinaturas e vendas em banca** registaram um crescimento de 75% na sequência do bem sucedido lançamento dos livros de humor Maxmen, do aumento de 36% na circulação da revista Maxmen, da subida de 34% na circulação da Lux Woman e da nova revista Fotochoque cujo lançamento ocorreu em Novembro de 2004.

Os **outros proveitos operacionais** verificaram um decréscimo de 20% devido à esperada redução verificada nos utilizadores activos e nos minutos utilizados no *Internet Service Provider*, na sequência do abandono da comercialização do serviço de banda larga dada a pouca atractividade do negócio. No 1º trimestre de 2005 os outros proveitos operacionais incluem proveitos da venda de produtos em conjunto com os títulos de imprensa, com o bom desempenho destes produtos a compensar parcialmente a descida das receitas na área de Internet.

Os **custos operacionais** verificaram um acréscimo de 2% no 1º trimestre de 2005 face ao mesmo período de 2004, com a venda de produtos associados às revistas, ao aumento de circulação dos principais títulos, acréscimos de custos com bónus, bem como alguns custos relacionados com o estudo e análise de oportunidades de

investimento (incluindo o projecto abandonado de aquisição da Lusomundo Media), a serem compensados com a descida dos custos variáveis na área de Internet.

O **EBITDA** registou uma melhoria de 18% face ao mesmo período do ano transacto traduzindo principalmente uma melhoria das margens na área de *Internet Service Provider*, resultado da renegociação dos contratos de fornecimento da infra-estrutura de comunicações, bem como ainda a boa performance da área de imprensa.

O **EBIT consolidado** do segmento verificou uma evolução positiva de 17% face ao mesmo período do exercício anterior.

## 6. Cash flow

(valores em milhares de €)	T1 05	T1 04	Var %	T1 04 POC
<b>Actividades Operacionais:</b>				
Recebimentos	58,472	53,297	10%	54,606
Pagamentos	(55,225)	(50,354)	10%	(50,355)
<b>Fluxos das actividades operacionais (1)</b>	<b>3,247</b>	<b>2,943</b>	<b>10%</b>	<b>4,251</b>
<b>Actividades de Investimento:</b>				
Recebimentos	1	2,503	-100%	2,503
Pagamentos	(5,166)	(9,858)	-48%	(9,858)
<b>Fluxos das act. de investimento (2)</b>	<b>(5,165)</b>	<b>(7,355)</b>	<b>30%</b>	<b>(7,355)</b>
<b>Actividades de Financiamento:</b>				
Recebimentos	2,535	4,311	-41%	4,311
Pagamentos	(2,868)	(4,819)	-40%	(6,127)
<b>Fluxos das act. de financiamento (3)</b>	<b>(333)</b>	<b>(508)</b>	<b>34%</b>	<b>(1,816)</b>
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(2,251)	(4,920)		(4,920)
Caixa e seus equivalentes no início do período	5,329	9,055		9,055
<b>Caixa e seus equivalentes no final do período</b>	<b>3,078</b>	<b>4,135</b>		<b>4,136</b>

O **cash flow das actividades operacionais** aumentou €0,3 milhões no 1º trimestre de 2005, atingindo os €3,2 milhões contra os €2,9 milhões alcançados no mesmo período de 2004. A evolução positiva de 10% nos recebimentos operacionais resulta de um crescimento de 14% nos proveitos operacionais contrabalançado em parte com o atraso em alguns recebimentos que deverá ser recuperado nos trimestres seguintes. A variação no fluxo de pagamentos foi no essencial resultado da variação verificada no total de custos operacionais, igualmente acrescida de pagamentos de valores em aberto que transitaram do ano anterior.

O **cash flow das actividades de investimento** foi de €5,2 milhões neste 1º trimestre de 2005. Os pagamentos das actividades de investimento são explicados por €1,9 milhões de pagamentos de investimentos financeiros referentes aos projectos de expansão no segmento de Rádios, a aquisição da TCS e outras aquisições feitas em períodos anteriores, €2,6 milhões de imobilizado corpóreo (incluindo pagamentos relativos a compras efectuadas no final de 2004) e €0,5 milhões de imobilizado incorpóreo referente a aquisições efectuadas em exercícios anteriores.

O **cash flow das actividades de financiamento** no 1º trimestre de 2005 resulta principalmente de €1,7 milhões de aumento no endividamento, €0,7 milhões de juros pagos e outros pagamentos de custos financeiros (€1,3 milhões) incluindo principalmente *swaps* e despesas e comissões bancárias.

## 7. Endividamento

(valores em milhares de €)	Mar 05	Dez 04	Varição	Var %	Dez 04 POC
<b>Total Dívida Grupo</b>	<b>124,610</b>	<b>122,877</b>	<b>1,733</b>	<b>1%</b>	<b>128,437</b>
Contrato de empréstimo sindicado	114,198	111,351	2,847	3%	116,853
Outro endividamento	10,412	11,526	-1,114	-10%	11,584

O endividamento total do Grupo Media Capital manteve-se praticamente inalterado no trimestre, com os investimentos efectuados a serem financiados pelo cash flow gerado e por disponibilidades.

## 8. Ano de 2005

A Media Capital não efectua qualquer alteração nas suas expectativas para 2005 apuradas de acordo com o normativo IAS/IFRS

<b>Mercado publicitário (var %)</b>		<b>4 – 6 %</b>
Mercado de Televisão		=
Mercado de Rádio		>
Mercado de Publicidade Exterior		<
<b>Receitas de Publicidade (var%)</b>		
Grupo		8 – 10 %
TV		4 – 6 %
Rádio		17 – 19 %
Publicidade Exterior		25 – 28 %
Outros		8 – 10 %
<b>Margem EBITDA</b>		
Grupo		22 – 24 %
TV		30 – 33 %
Rádio		21 – 24 %
Publicidade Exterior		19 – 22 %
Outros		~ break even
<b>Outros indicadores</b>		
Dívida Total		2.5 – 3.0 x EBITDA
Capex de manutenção		3.5 – 4.0% x Rec.
Capex de investimento		0.5 – 1.0 % x Rec.
Custo da Dívida		5 – 6 %

**Demonstrações Consolidadas dos Resultados do primeiro trimestre 2005 (IFRS)  
e do primeiro trimestre 2004 (IFRS) e (POC)**

(montantes expressos em milhares de euros)

	<b>Março 2005 (IFRS)</b>	<b>Março 2004 (IFRS)</b>	<b>Efeitos de transição</b>	<b>Março 2004 (POC)</b>
<b>Proveitos operacionais</b>				
Vendas	6,970	2,540	(51)	2,591
Prestações de serviços	39,455	38,360	(1,371)	39,731
Proveitos suplementares	1,865	1,396	(1,661)	3,057
Subsídios à exploração	1	8	-	8
	<b>48,291</b>	<b>42,304</b>	<b>(3,083)</b>	<b>45,387</b>
<b>Custos operacionais</b>				
Custo das matérias consumidas	(8,466)	(5,302)	1,658	(6,960)
Fornecimentos e serviços externos	(20,286)	(21,286)	(37)	(21,249)
Custos com o pessoal	(11,558)	(10,255)	(8)	(10,247)
Amortizações	(2,828)	(2,969)	3,049	(6,018)
Provisões	(84)	(153)	72	(225)
Impostos	(676)	(671)	-	(671)
Outros custos e perdas operacionais	(103)	(197)	(139)	(58)
	<b>(44,001)</b>	<b>(40,833)</b>	<b>4,595</b>	<b>(45,428)</b>
<b>Resultados Operacionais</b>	<b>4,290</b>	<b>1,471</b>	<b>1,512</b>	<b>(41)</b>
Custo líquido de financiamento	(2,686)	(5,198)	716	(5,914)
<b>Resultados antes de impostos</b>	<b>1,604</b>	<b>(3,727)</b>	<b>2,228</b>	<b>(5,955)</b>
Resultados extraordinários	-	-	65	(65)
Imposto sobre resultados correntes	(759)	568	18	550
<b>Resultados líquidos</b>	<b>845</b>	<b>(3,159)</b>	<b>2,311</b>	<b>(5,470)</b>
<b>Atribuível aos:</b>				
Accionistas	1,322	(3,399)	2,311	(5,710)
Interesses minoritários	(477)	240	-	240
	<b>845</b>	<b>(3,159)</b>	<b>2,311</b>	<b>(5,470)</b>

Balanço consolidado em 31 de Março de 2005 (IFRS) e 31 de Dezembro de 2004 (IFRS e POC)

(montantes expressos em milhares de euros)

	Março 2005 (IFRS)	Dezembro 2004 (IFRS)	Efeitos de transição	Dezembro 2004 (POC)
<b>ACTIVO</b>				
<b>Activos não correntes</b>				
Imobilizações corpóreas	35,565	37,040	-	37,040
Activos intangíveis	9,839	10,093	(11,950)	22,043
Goodwill	174,199	168,913	12,019	156,894
Direitos de transmissão e programas de televisão	50,249	47,994	47,994	-
Impostos diferidos activos	19,811	20,718	20,718	-
Investimentos em empresas associadas	1,026	5,463	(1,663)	7,126
Activos disponíveis para venda	-	-	-	-
Outros activos não correntes	5,954	5,271	2,270	3,001
	<u>296,643</u>	<u>295,492</u>	<u>69,388</u>	<u>226,104</u>
<b>Activos correntes</b>				
Existências	1,265	1,184	-	1,184
Clientes e outros devedores	43,562	41,209	(68,715)	109,924
Derivados – Instrumentos Financeiros	-	24	24	-
Caixa e equivalentes de caixa	3,078	5,329	-	5,329
	<u>47,905</u>	<u>47,746</u>	<u>(68,691)</u>	<u>116,437</u>
<b>Total do Activo</b>	<u>344,548</u>	<u>343,238</u>	<u>697</u>	<u>342,541</u>
<b>CAPITAL PRÓPRIO</b>				
Capital social	7,449	7,449	-	7,449
Prémio de emissão de acções	187,724	187,724	(10,205)	197,929
Reservas	9,308	9,308	438	8,870
Resultados transitados	(95,175)	(104,627)	-	(104,627)
Resultado líquido consolidado do exercício	1,322	9,452	15,254	(5,802)
<b>Capital próprio atribuível a accionistas</b>	<u>110,628</u>	<u>109,306</u>	<u>5,487</u>	<u>103,819</u>
Interesses minoritários	2,695	3,173	-	3,173
<b>Total do Capital próprio</b>	<u>113,323</u>	<u>112,479</u>	<u>5,487</u>	<u>106,992</u>
<b>PASSIVO</b>				
<b>Passivos Não Correntes</b>				
Empréstimos de médio e longo prazo	104,884	102,078	(6,818)	108,896
Derivados – Instrumentos Financeiros	2,009	2,201	2,201	-
Impostos diferidos passivos	1,944	2,092	2,092	-
Provisões	6,556	6,723	-	6,723
Outros passivos não correntes	9,902	10,618	2,395	8,223
	<u>125,295</u>	<u>123,712</u>	<u>(130)</u>	<u>123,842</u>
<b>Passivos Correntes</b>				
Fornecedores e Outros Credores	42,380	42,820	(5,578)	48,398
Estado e outros entes públicos	7,984	11,716	-	11,716
Empréstimos	16,396	17,218	1,463	15,755
Derivados – Instrumentos Financeiros	-	-	-	-
Provisões	-	-	-	-
Outros Passivos correntes	39,170	35,293	(545)	35,838
	<u>105,930</u>	<u>107,047</u>	<u>(4,660)</u>	<u>111,707</u>
<b>Total do Passivo</b>	<u>231,225</u>	<u>230,759</u>	<u>(4,790)</u>	<u>235,549</u>
<b>Total do Capital Próprio e do Passivo</b>	<u>344,548</u>	<u>343,238</u>	<u>697</u>	<u>342,541</u>

**Demonstrações Consolidadas dos Fluxos de Caixa do primeiro trimestre 2005 (IFRS)  
e do primeiro trimestre 2004 (IFRS) e (POC)**

(montantes expressos em milhares de euros)

	<b>Março 2005 (IFRS)</b>	<b>Março 2004 (IFRS)</b>	<b>Efeitos de transição</b>	<b>Março 2004 (POC)</b>
<b><u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u></b>				
Recebimentos de clientes	58,472	53,297	(1,308)	54,605
Pagamentos a fornecedores	(32,898)	(28,973)	-	(28,973)
Pagamentos ao pessoal	(10,698)	(10,331)	-	(10,331)
Fluxos gerados pelas operações	14,876	13,993	(1,308)	15,301
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(11,629)	(11,050)	(401)	(10,649)
Pagamentos relacionados com rubricas extraordinárias	-	-	401	(401)
Fluxos das actividades operacionais (1)	<u>3,247</u>	<u>2,943</u>	<u>(1,308)</u>	<u>4,251</u>
<b><u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u></b>				
Recebimentos provenientes de:				
Imobilizações corpóreas	1	2,429	-	2,429
Subsídios de investimento	-	74	-	74
	<u>1</u>	<u>2,503</u>	<u>-</u>	<u>2,503</u>
Pagamentos respeitantes a:				
Investimentos financeiros	(1,949)	(7,218)	-	(7,218)
Imobilizações corpóreas	(2,573)	(2,189)	-	(2,189)
Imobilizações incorpóreas	(494)	(451)	-	(451)
Empréstimos concedidos a empresas participadas	(150)	-	-	-
	<u>(5,166)</u>	<u>(9,858)</u>	<u>-</u>	<u>(9,858)</u>
Fluxos das actividades de investimento (2)	<u>(5,165)</u>	<u>(7,355)</u>	<u>-</u>	<u>(7,355)</u>
<b><u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u></b>				
Recebimentos respeitantes a:				
Empréstimos obtidos	2,500	3,963	-	3,963
Juros e proveitos similares	35	348	-	348
	<u>2,535</u>	<u>4,311</u>	<u>-</u>	<u>4,311</u>
Pagamentos respeitantes a:				
Empréstimos obtidos	(886)	(2,138)	-	(2,138)
Juros e custos similares	(726)	(1,493)	911	(2,404)
Outras despesas financeiras	(1,256)	(1,188)	397	(1,585)
	<u>(2,868)</u>	<u>(4,819)</u>	<u>1,308</u>	<u>(6,127)</u>
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<u>(333)</u>	<u>(508)</u>	<u>1,308</u>	<u>(1,816)</u>
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(2,251)	(4,920)	-	(4,920)
Caixa e seus equivalentes no início do exercício	5,329	9,055	-	9,055
Caixa e seus equivalentes no fim do exercício	3,078	4,135	-	4,135