

# RESULTADOS SEMESTRAIS 2024



**Media Capital**  
Juntos, criamos o futuro

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.



# Principais factos do 1º semestre de 2024

- A TVI foi líder de audiências no primeiro semestre de 2024.
  - ACNN Portugal reafirmou-se como canal de notícias de referência em Portugal.
  - O grupo de canais TVI, líder há 12 meses consecutivos, alcançou um *share* de audiência de 20,6%. Cresceu 0,8 p.p. face ao período homólogo.
  - A TVI manteve a liderança do *ranking* digital nacional.
  - O TVI Player teve um incremento de consumo de 50% devido, sobretudo, ao sucesso de "Cacau", aos *realities* e à recuperação do arquivo de ficção da TVI.
  - A Media Capital reforçou a parceria com a Prime Video, produzindo, além de "Morangos com Açúcar", outras séries para streaming.
- 
- O EBITDA ajustado do primeiro semestre atingiu os €3,8 milhões, com um aumento de €4,9 milhões face ao primeiro semestre do ano passado.
  - As receitas de publicidade subiram 16% por comparação com o período homólogo e atingiram os €50,5 milhões.
  - Os rendimentos operacionais do Grupo registaram um aumento de 10%.
  - Os gastos operacionais ajustados, apesar do significativo aumento de atividade de produção e do investimento no Euro 2024, cresceram apenas 3%, fruto da eficácia na gestão.
  - O Resultado Líquido ajustado apresentou uma melhoria de €3,3 milhões face ao período homólogo, naquele que é o semestre mais condicionado pela sazonalidade da atividade de media, atingindo €-1,3 milhões.
  - A dívida líquida manteve-se em montantes reduzidos: €29,8 milhões, com um rácio de Net Debt/EBITDA de 1,9x.

# 1. Demonstração dos Resultados Consolidados

milhares de €	6M 2024	6M 2023	Var %
<b>Total de Rendimentos Operacionais</b>	<b>76 346</b>	<b>69 293</b>	<b>10%</b>
Televisão, Digital e Entretenimento	71 528	65 774	9%
Produção Audiovisual	20 235	18 362	10%
Outros	5 147	5 604	(8%)
Ajustamentos de Consolidação	(20 564)	(20 447)	(1%)
<b>Total de Gastos Operacionais, ex-D&amp;A</b>	<b>73 914</b>	<b>70 573</b>	<b>5%</b>
Gastos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	1 360	217	526%
<b>Total de Gastos Operacionais, excl. D&amp;A, Provisões, Imparidades e Reestruturações</b>	<b>72 554</b>	<b>70 355</b>	<b>3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2 432</b>	<b>(1 280)</b>	<b>n.a.</b>
Margem EBITDA	3,2%	(1,8%)	5,0pp
<b>EBITDA Ajustado (1)</b>	<b>3 792</b>	<b>(1 062)</b>	<b>n.a.</b>
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	5,0%	(1,5%)	6,5pp
Televisão, Digital e Entretenimento	3 564	(2 658)	n.a.
Produção Audiovisual	566	698	(19%)
Outros	156	904	(83%)
Ajustamentos de Consolidação	( 494)	( 8)	(6283%)
Depreciações e Amortizações	3 545	3 549	(0%)
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>(1 113)</b>	<b>(4 829)</b>	<b>77%</b>
Resultado Financeiro (Líquido)	(1 583)	(1 020)	(55%)
<b>Resultado Antes de Imposto</b>	<b>(2 696)</b>	<b>(5 848)</b>	<b>54%</b>
Imposto sobre o Rendimento	26	1 048	(98%)
<b>Resultado Líquido do Período</b>	<b>(2 670)</b>	<b>(4 800)</b>	<b>44%</b>
<b>Resultado Líquido Ajustado (2)</b>	<b>(1 310)</b>	<b>(4 583)</b>	<b>71%</b>

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Imparidades de direitos + Indemnizações

(2) Resultado Líquido Ajustado = Resultado Líquido + Provisões + Imparidades de direitos + Indemnizações



No primeiro semestre de 2024 os **rendimentos operacionais** apresentaram um significativo aumento de 10%, fruto de um notável desempenho das vendas de publicidade. Feitas as contas, atingiram **€76,3 milhões**.

Os **gastos operacionais, excluindo amortizações, depreciações, gastos líquidos com provisões e reestruturações**, registaram um acréscimo de 3%, passando de €70,4 milhões no primeiro semestre de 2023 para **€72,6 milhões** em 2024.

Os gastos operacionais ajustados refletiram o aumento significativo da atividade de produção e do investimento no Euro 2024, aliados a uma gestão criteriosa e eficiente.

**Excluindo gastos líquidos com provisões, imparidades e reestruturações**, o **EBITDA consolidado** do Grupo atingiu, no primeiro semestre de 2024, **€3,8 milhões**. Trata-se de um aumento de €4,9 milhões face ao período homólogo.

Os **gastos com provisões, imparidades e reestruturações** totalizaram, no primeiro semestre de 2024, **€1,4 milhões**. Este valor reflete a continuidade da concretização do plano de reestruturação levado a cabo pelo Grupo Media Capital.

Quanto ao **resultado operacional (EBIT)**, este foi de **€-1,1 milhões** no primeiro semestre de 2024, o que compara muito positivamente com os €-4,8 milhões em 2023.

Os **resultados financeiros** (líquidos) atingiram **€-1,6 milhões**, refletindo um aumento de 55%, motivado essencialmente pela subida da Euribor.

O **resultado líquido** no semestre atingiu os **€-2,7 milhões**, uma melhoria expressiva face aos €-4,8 milhões verificados no período homólogo de 2023.

O **Resultado Líquido Ajustado** apresentou uma **melhoria de €3,3 milhões** face ao período homólogo, naquele que é o semestre mais condicionado pela sazonalidade da atividade de media, atingindo os **€-1,3 milhões**.

milhares de €	6M 2024	6M 2023	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>76 346</b>	<b>69 293</b>	<b>10%</b>
Publicidade	50 524	43 731	16%
Outros Rendimentos Operacionais	25 821	25 562	1%

Os **rendimentos operacionais do Grupo Media Capital alcançaram, no primeiro semestre de 2024, os €76,3 milhões, superando em 10% os nível de rendimentos operacionais registados no primeiro semestre de 2023.**

No primeiro semestre de 2024 o Grupo Media Capital **incrementou as suas receitas de publicidade em 16%, atingindo os €50,5 milhões**. Este aumento é reflexo do crescimento concretizado quer no

mercado publicitário de canal aberto, onde superou largamente o crescimento de mercado, quer no mercado de publicidade de canais de televisão paga onde cresceu em 40% face aos resultados atingidos no período homólogo.

Os outros rendimentos operacionais registaram um ligeiro aumento para €25,8 milhões, mais 1% que no período homólogo, destacando-se a performance do segmento de produção audiovisual.



## 2. Televisão, Digital e Entretenimento

milhares de €	6M 2024	6M 2023	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>71 528</b>	<b>65 774</b>	<b>9%</b>
Publicidade	50 524	43 731	16%
Outros Rendimentos	21 004	22 043	(5%)
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>68 984</b>	<b>68 550</b>	<b>1%</b>
Gastos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	1 020	118	763%
<b>Total de Gastos Operacionais, excl. D&amp;A, Provisões, Imparidades e Reestruturações</b>	<b>67 964</b>	<b>68 432</b>	<b>(1%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2 544</b>	<b>(2 776)</b>	<b>n.a.</b>
Margem EBITDA	3,6%	(4,2%)	7,8pp
<b>EBITDA Ajustado (1)</b>	<b>3 564</b>	<b>(2 658)</b>	<b>n.a.</b>
Margem EBITDA s/ Gastos Líquidos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	5,0%	(4,0%)	9,0pp
Depreciações e Amortizações	2 087	2 255	(7%)
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>457</b>	<b>(5 031)</b>	<b>n.a.</b>

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Imparidades de direitos + Indemnizações

O segmento Televisão, Digital e Entretenimento inclui a atividade de televisão do Grupo (generalista e na televisão paga), digital e de entretenimento, nomeadamente no que se refere à gestão e à venda de direitos musicais.

No primeiro semestre de 2024, o grupo dos canais TVI, CNN Portugal, TVI Ficção e TVI Reality manteve-se líder e registou uma quota de audiência conforme se segue:

	Total dia (sh%)	Horário nobre (sh%)
TVI CNN Portugal TVI ficção TVI Reality	UNIVERSO 20,6	21,5
	ADULTOS 21,3	22,0
	ABCD 15-54 16,0	17,0

O grupo de canais TVI é líder há 12 meses consecutivos, tendo registado um aumento de quota de audiência face ao período homólogo em universo total dia e em horário nobre de 0,8 e 1,2 p.p., respetivamente.

É de destacar que, na comparação com os principais grupos nacionais, o **grupo**

de canais da TVI foi líder no primeiro semestre de 2024, no *share* do total dia, nos *targets* Universo, Adultos e ABCD 15-54. Em Universo, o grupo de canais da TVI teve uma vantagem de 2,1 pontos no total dia e de 1 ponto no horário nobre relativamente ao principal grupo de canais concorrentes.

### Dados 1º Semestre 2024 – Grupos de Canais:

Total dia (sh%)	UNIVERSO	ADULTOS	ABCD 15-54
<b>GRUPO TVI</b>	<b>20,6</b>	<b>21,3</b>	<b>16,0</b>
Vs Grupo SIC	+2,1	+2,1	+1,5
Vs Grupo RTP	+7,2	+7,3	+9,3
Horário nobre (sh%)	UNIVERSO	ADULTOS	ABCD 15-54
<b>GRUPO TVI</b>	<b>21,5</b>	<b>22,0</b>	<b>17,0</b>
Vs Grupo SIC	+1,0	+0,9	-0,3
Vs Grupo RTP	+7,6	+7,7	+8,1

O grupo de canais da TVI registou **significativas melhorias de quota de audiência em todos os *targets*** face à concorrência.

No *target* Adultos, o grupo de canais da TVI também apresentou uma vantagem de 2,1 pontos percentuais no total dia e

mais 0,9 pontos percentuais no horário nobre – isto na comparação com os resultados alcançados pelo principal grupo de canais concorrentes. No *target* ABCD 15-54 o grupo de canais da TVI apresenta uma vantagem de 1,5 pontos percentuais.

### Dados 1º Semestre 2024 – Canais Generalistas:

Total dia (sh%)	UNIVERSO	ADULTOS	ABCD 15-54
<b>TVI</b>	<b>15,3</b>	<b>15,8</b>	<b>11,1</b>
Vs SIC	+0,6	+0,6	+0,5
Vs RTP	+4,5	+4,5	+6,1
Horário nobre (sh%)	UNIVERSO	ADULTOS	ABCD 15-54
<b>TVI</b>	<b>17,3</b>	<b>17,8</b>	<b>13,2</b>
Vs SIC	+0,9	+0,9	-0,2
Vs RTP	+6,2	+6,3	+6,2

## A TVI é a televisão líder do primeiro semestre de 2024.

Nos primeiros 6 meses do ano, o canal generalista somou 15,3% de *share* (*target* Universo) contra 14,7% do principal concorrente. A TVI atingiu, assim, uma vantagem de 0,6 pontos percentuais, sendo que no final do primeiro semestre do ano passado atingiu -0,6 pontos. No horário nobre a TVI alcançou 17,3% de *share*. A vantagem cifra-se, agora, nos 0,9 pontos percentuais. No *target* Adultos a TVI obteve 15,8% (total dia) e 17,8% (*prime-time*).

O primeiro semestre de 2024 veio confirmar a **liderança TVI no *prime-time***, com “Cacau” a ser líder no seu horário de emissão e com o “Big Brother” a afirmar-se como programa de eleição, com uma quota de audiência de 22% e uma audiência média de 870 mil espectadores nas suas 15 semanas de emissão.

Durante o *day-time*, a “Sentença” liderou o seu horário com 472 mil indivíduos e um *share* de 18%, resultado relevante que corresponde a uma audiência de mais de 24% para o seu concorrente. “Dois às 10”, a novela “Herdeira” e “Congela”

foram também líderes no seu horário, demonstrando a **versatilidade da programação da TVI**.

No desporto a TVI continuou a apostar na transmissão das grandes competições internacionais, como a final da Liga dos Campeões e o Euro 2024.

**A Informação reforçou a sua relação com os portugueses.** O “TVI Jornal” e o “Jornal Nacional” assumiram vários dias a posição cimeira. Destaque ainda para a grande operação “Europa 24”, com a qual a TVI e a CNN Portugal asseguraram a cobertura das Eleições Europeias.

No primeiro semestre de 2024, **a CNN Portugal reafirmou-se como o canal de notícias de referência no país**. A garantir a melhor cobertura jornalística dos acontecimentos mais relevantes, a CNN Portugal assumiu a posição de líder entre os canais de programação exclusivamente informativa.

**Conquistou uma quota de 2,4%**, a que correspondeu uma audiência média de 53 mil espectadores, sendo contactada diariamente por mais de 1,8 milhões de pessoas.





No último semestre, a **CNN Portugal liderou praticamente em todas as horas**, superando o principal concorrente direto e posicionando-se no segundo lugar absoluto entre os canais de televisão paga.

Em junho surgiu um novo canal de informação no mercado nacional, mas sem impacto expressivo nas escolhas daqueles que se habituaram a ver a CNN Portugal. A estação voltou a ser a eleita pelos portugueses para acompanhar temas nacionais e internacionais.

Nota ainda para os bons resultados do canal **TVI Ficção com 1,3% share, registando o melhor resultado de sempre**. O **TVI Reality**, casa dos *reality shows* da TVI, **obteve um share de 1,7%, duplicando a sua quota de mercado em relação ao período homólogo de 2023**.

No universo **Digital** verificou-se uma presença cada vez mais relevante do

Grupo Media Capital, mantendo a **liderança no ranking Netaudience**, medição auditada pela Marktest para os meios de comunicação mais visitados em Portugal. Nos primeiros 6 meses de 2024, o grupo de *websites* da rede Media Capital Digital liderou sempre e em todos eles. Já na componente de marcas, o grupo de *sites* TVI liderou em 5 dos 6 considerados neste documento. Destaca-se ainda o facto de 2024 ser o ano em que a **VERSA** entra para o *Ranking*. No período em causa, a **VERSA** obteve o melhor resultado de sempre e alcançou 1,2 milhões de utilizadores únicos, entrando, assim, no TOP2 de marcas de *lifestyle* com mais utilizadores - logo a seguir à **NIT**, parceira do Grupo Media Capital.

O primeiro semestre viu ainda a CNN Portugal alcançar uma excelente performance no acompanhamento das Eleições Legislativas e Europeias.

A operação digital destacou-se das demais pela cobertura em tempo real, indo ao detalhe da freguesia (no caso das Legislativas) e na integração dos dados das Europeias recolhidos em todos os países.

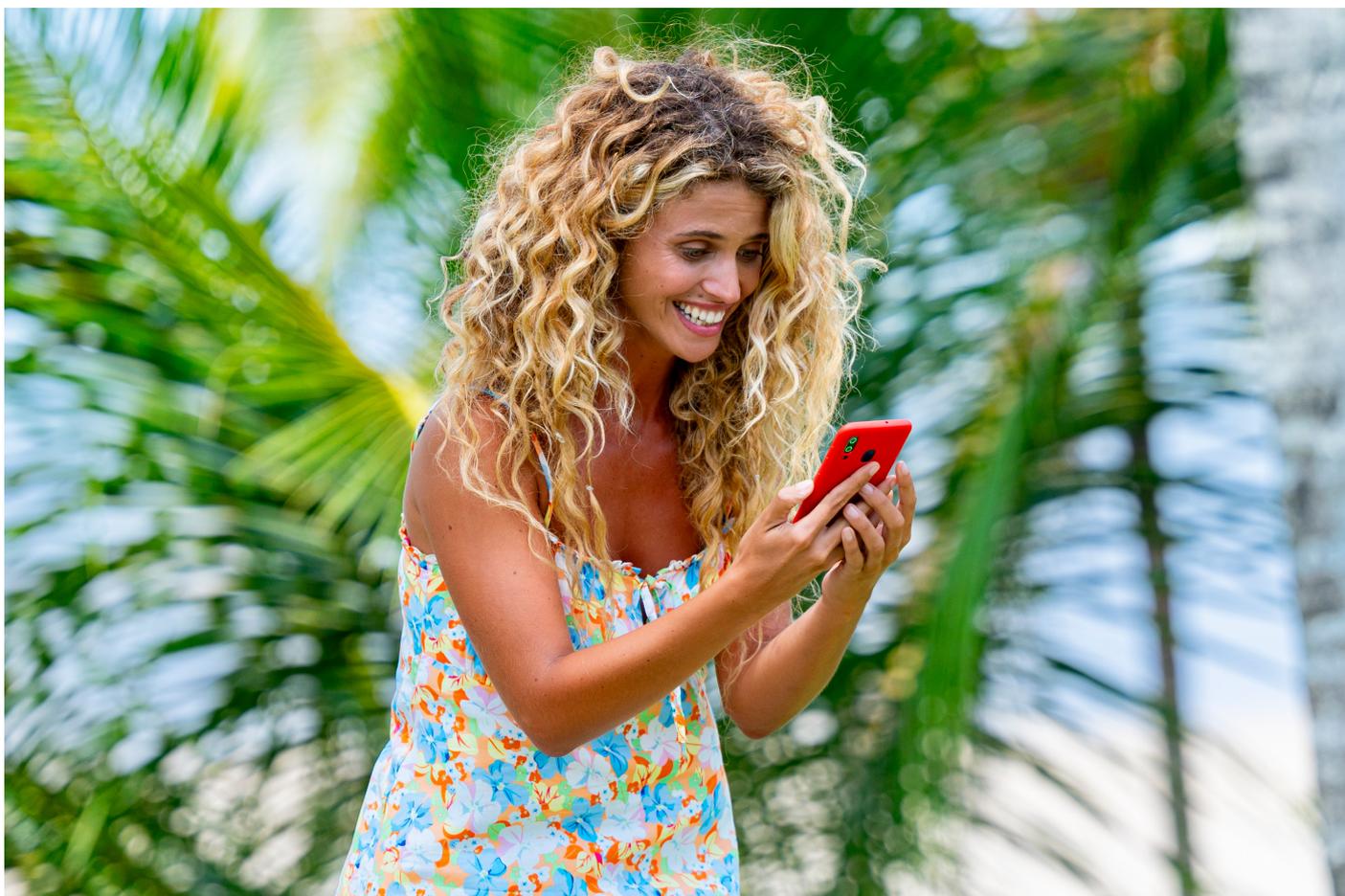
No campo da Inteligência Artificial, a CNN Portugal foi o primeiro órgão de comunicação social nacional a inovar, tendo recorrido à tecnologia para uma análise aos comentários dos utilizadores relativamente aos debates que opuseram os vários candidatos às Eleições Legislativas. Tanto na TV como Online lançou-se o “Pulsómetro”, que permitiu uma leitura total dos comentários e os enquadrou à luz de “sentiment analysis”.

**No TVI Player o consumo de vídeo aumentou 50%, muito devido ao**

**sucesso da novela “Cacau”, aos *realities* e à contínua recuperação de arquivo de ficção da TVI.**

Os *realities* mantiveram igualmente um excelente desempenho, permitindo ao vídeo *online* posicionar-se 40% acima dos resultados alcançados no período homólogo, em termos de consumo.

Na SELFIE o primeiro semestre ficou marcado pela estreia da 2.ª temporada do projeto digital “Bem Me Quer by BARRAL”. Outra iniciativa marcante foi desenvolvida já no final do semestre: a TVI foi *Case-Study* com o projeto de Web3 “TVI3.0” no livro “O Poder da Web3 e dos Mundos Virtuais para as Empresas do Futuro”.



## Desempenho Financeiro

O segmento de Televisão, Digital e Entretenimento atingiu um **EBITDA de €2,5 milhões, o que representou um incremento de €5,3 milhões face ao período homólogo.**

Este significativo crescimento resultou, essencialmente, do aumento dos **rendimentos operacionais, que subiram 9% para €71,5 milhões,** resultados fortemente alavancados por um crescimento de 16% nas receitas de publicidade.

**Os rendimentos de publicidade atingiram €50,5 milhões,** fruto da excelente performance do grupo de canais da TVI em termos de audiência, a que se juntou a recuperação do próprio mercado publicitário.

Os outros rendimentos operacionais, que englobam essencialmente proveitos de cedência de sinal, vendas de conteúdos e serviços multimédia, apresentaram uma descida de aproximadamente €1 milhão. Para este ligeiro decréscimo contribuiu a venda do catálogo histórico da série "Morangos com Açúcar" verificada no ano anterior.

A gestão eficaz e criteriosa dos custos refletiu-se numa **redução de 1% dos gastos operacionais excluindo amortizações, depreciações, provisões, imparidades e reestruturações,** que atingiram €68 milhões no primeiro semestre de 2024.

O **EBITDA ajustado cifrou-se em €3,6 milhões,** refletindo, no fecho do semestre, um aumento de €6,2 milhões face ao período homólogo.



### 3. Produção Audiovisual

milhares de €	6M 2024	6M 2023	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>20 235</b>	<b>18 362</b>	<b>10%</b>
Publicidade	-	-	-
Outros Rendimentos	20 235	18 362	10%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>19 927</b>	<b>17 763</b>	<b>12%</b>
Gastos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	258	99	161%
<b>Total de Gastos Operacionais, excl. D&amp;A, Provisões, Imparidades e Reestruturações</b>	<b>19 669</b>	<b>17 664</b>	<b>11%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>308</b>	<b>599</b>	<b>(49%)</b>
Margem EBITDA	1,5%	3,3%	(1,7pp)
<b>EBITDA Ajustado (1)</b>	<b>566</b>	<b>698</b>	<b>(19%)</b>
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	2,8%	3,8%	(1,0pp)
Depreciações e Amortizações	1 244	1 160	7%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>( 937)</b>	<b>( 561)</b>	<b>(67%)</b>

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Imparidades de direitos + Indemnizações

As empresas do segmento de produção audiovisual do Grupo Media Capital mantiveram-se, em 2024, como um dos principais *players* do setor de produção audiovisual em Portugal. Para além disso, assumiram também um papel muito relevante nas atividades de aluguer de meios de produção e de construção cenográfica, através das empresas EMVA e EPC.

No primeiro semestre do ano, a Plural produziu a novela líder do *prime time*, “Cacau” e manteve a produção de um projeto de ficção que é um sucesso e que está em exibição contínua desde 2021: “Festa é Festa”. Simultaneamente, a Plural procurou dar expressão à estratégia de diversificação de produtos, dos quais se destacam programas de entretenimento de grande êxito, como “Dança com as Estrelas”, conteúdos para espaços de informação da TVI e, até, conteúdos publicitários.

O primeiro semestre de 2024 marcou também o **reforço da parceria do Grupo Media Capital com a Prime Video, com a produção de diversas séries para**

**streaming.** Para além de duas temporadas adicionais de “Morangos com Açúcar”, a Plural produziu para a Prime Vídeo uma série sobre a vida de Tony Carreira, uma adaptação para série da novela “Ninguém como tu” e uma adaptação de uma série espanhola de sucesso.

No que se refere à prestação financeira, o **segmento de Produção Audiovisual atingiu um total de rendimentos operacionais de €20,2 milhões durante o primeiro semestre de 2024**, o que representou um aumento de 10% face ao período homólogo.

**Os gastos operacionais, excluindo amortizações, depreciações, provisões, imparidades e reestruturações,** aumentaram em 11% face ao período homólogo, resultado do aumento da atividade e de uma clara aposta na qualidade da produção dos conteúdos.

Deste modo, o **EBITDA ajustado do primeiro semestre ascendeu a €0,6 milhões**, registando uma ligeira redução de €0,1 milhões face a igual período de 2023.

## 4. Outros

milhares de €	6M 2024	6M 2023	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>5 147</b>	<b>5 604</b>	<b>(8%)</b>
Publicidade	-	-	-
Outros Rendimentos Operacionais	5 147	5 604	(8%)
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>5 073</b>	<b>4 699</b>	<b>8%</b>
Gastos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	82	-	-
<b>Total de Gastos Operacionais, excl. D&amp;A, Provisões, Imparidades e Reestruturações</b>	<b>4 991</b>	<b>4 699</b>	<b>6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>74</b>	<b>904</b>	<b>(92%)</b>
Margem EBITDA	1,4%	16,1%	(14,7pp)
<b>EBITDA Ajustado (1)</b>	<b>156</b>	<b>904</b>	<b>(83%)</b>
Margem EBITDA s/ Gastos Líquidos com Provisões, Imparidades e Reestruturações	3,0%	16,1%	(13,1pp)
Depreciações e Amortizações	214	133	60%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>( 139)</b>	<b>771</b>	<b>n.a.</b>

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Imparidades de direitos + Indemnizações

Este segmento inclui as restantes atividades do Grupo Media Capital, nomeadamente as *holdings* e os serviços partilhados.

Na componente financeira, **os rendimentos operacionais apresentaram uma redução de 8%, para €5,1 milhões.**

Os **gastos operacionais, excluindo amortizações, depreciações, provisões, imparidades e reestruturações** apresentam um **acréscimo de 6%**, decorrente da atividade operacional.

O **EBITDA ajustado do segmento foi de €0,2 milhões** no primeiro semestre de 2024, o que representa um decréscimo de €-0,7 milhões face ao atingido no período homólogo.



## 5. Cash Flow

milhares de €	6M 2024	6M 2023	Var %
Recebimentos	91 880	82 674	11%
Pagamentos	(92 913)	(85 283)	(9%)
<b>Fluxos das atividades operacionais (1)</b>	<b>(1 033)</b>	<b>(2 609)</b>	<b>60%</b>
Recebimentos	103	0	>999%
Pagamentos	(1 847)	(3 105)	41%
<b>Fluxos das atividades de investimento (2)</b>	<b>(1 744)</b>	<b>(3 105)</b>	<b>44%</b>
Recebimentos	29 050	13 150	121%
Pagamentos	(36 729)	(13 527)	(172%)
<b>Fluxos das atividades de financiamento (3)</b>	<b>(7 679)</b>	<b>( 377)</b>	<b>(1934%)</b>
Caixa e equivalentes no início do período	11 920	7 235	65%
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(10 457)	(6 091)	(72%)
Efeito das diferenças de câmbios	-	-	-
<b>Caixa e equivalentes no final do período</b>	<b>1 463</b>	<b>1 143</b>	<b>28%</b>

O **cash flow das atividades operacionais foi de €-1,0 milhões**, decorrente essencialmente do processo de reestruturação ocorrido no primeiro semestre de 2024. Apesar deste evento, o crescimento das receitas com publicidade contribuíram para um aumento do cash flow das atividades operacionais em 60% face ao primeiro semestre de 2023.

O **cash flow das atividades de investimento foi de €-1,7 milhões**, refletindo uma análise criteriosa aos investimentos em CAPEX efetuados no semestre, tendo estes apresentado uma diminuição de 44% face ao período homólogo.

O **cash flow das atividades de financiamento foi de €-7,7 milhões**, resultado da distribuição de dividendos ocorrida no primeiro semestre de 2024, no montante de €3,5 milhões, assim como de uma maior amortização dos empréstimos obtidos.



## 6. Endividamento

milhares de €	jun'24	jun'23	Var %
<b>Dívida financeira</b>	<b>31 246</b>	<b>29 682</b>	<b>5%</b>
Dívida bancária	27 249	24 816	10%
Outro endividamento	3 997	4 867	(18%)
<b>Caixa &amp; equivalentes</b>	<b>1 463</b>	<b>1 143</b>	<b>28%</b>
<b>Dívida líquida</b>	<b>29 783</b>	<b>28 539</b>	<b>4%</b>
<b>Locações operacionais à luz da anterior IAS 17</b>	<b>2 179</b>	<b>3 049</b>	<b>(29%)</b>
<b>Dívida líquida s/ locações operacionais à luz da anterior IAS 17</b>	<b>27 603</b>	<b>25 490</b>	<b>8%</b>

O endividamento líquido no final do primeiro semestre de 2024 atingiu €29,8 milhões.

Decorrente da geração de *cash flow* operacional e dos movimentos do *cash flow* de investimento ao longo de 2023 e do primeiro semestre de 2024, o

endividamento líquido aumentou em apenas 4% face ao período homólogo, num montante equivalente a €1,2 milhões.

Foram, ainda, distribuídos dividendos no montante de €3,5 milhões no início do ano de 2024.



## 7. Perspetivas futuras

Num contexto de transformação do setor de media, o primeiro semestre de 2024 representou um desafio para o Grupo Media Capital. **Mantendo o foco na criação de conteúdos de qualidade, a TVI alcançou a liderança de audiências, a Plural intensificou a produção para streaming, a MCD destacou-se pela procura de soluções cada vez mais inovadoras.** Somando esforços e sucessos, no primeiro semestre de 2024 a Media Capital registou um **EBITDA acima do previsto nas estimativas para este ano e do assinalado nos exercícios anteriores.**

Vários são os fatores externos que contribuíram para o desempenho do primeiro semestre, mas a **evolução do mercado publicitário** será o mais importante de assinalar. Registou-se um crescimento na televisão paga, mais até do que o negócio digital - negócio esse

que, nos anos mais recentes, tem estado a desviar receita ao negócio da televisão.

No Grupo Media Capital **esse crescimento tem-se notado de forma muito particular na CNN Portugal.** Foi, aliás, o comportamento positivo das marcas e dos anunciantes que nos motivou e nos encorajou a lançar um novo canal na televisão paga.

A CNN Portugal é a prova da capacidade do Grupo de acrescentar valor ao setor dos media e, muito em particular, à televisão. É por isso que, mesmo materializado na televisão paga, o novo canal terá qualidade suficiente e atributos bastantes para desafiar os grandes e históricos canais, já muito presentes nos hábitos de consumo televisivo dos portugueses. O novo projeto foi desenhado com a ambição de concorrer diretamente com os canais generalistas.



Se futuramente, por alguma razão, o mercado publicitário voltar a ser o que foi no ano passado, a televisão aberta poderá enfrentar um novo problema. Porém, na Media Capital temos agora o conforto de saber que **o digital e a televisão paga estão mais robustos**, como demonstram os números. Para além disso, o **controlo de custos continua a imperar na organização o que, a par do crescimento das receitas, contribui para os resultados que agora apresentamos.**

As projeções macroeconómicas para o segundo semestre apontam para uma diminuição gradual da inflação, com uma contração da procura e uma queda das taxas de juro. Este contexto leva o Grupo a acreditar que terá de **manter o rumo no segundo semestre de 2024, pautando**

**por uma gestão criteriosa de custos e investimentos, assim como de tesouraria, de modo a conter o incremento da dívida líquida.**

Se é certo que a redução de custos no primeiro semestre de 2024 e o aumento de receita do Grupo geraram uma melhoria de EBITDA face ao período homólogo, é também certo que o Grupo tem como objetivo a sua **melhoria substancial no segundo semestre do ano.**

Na Media Capital estaremos sempre vigilantes para conter os custos ao nível permitido pela evolução do mercado publicitário. Ao mesmo tempo, o Grupo estará sempre atento a oportunidades de investimento que nos permitam ter um papel ativo na estruturação do futuro do setor.





# Media Capital

Juntos, criamos o futuro

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.